



**ТҮСІНІК ХАТ**

Кешенді мемлекеттік емтиханға қойылатын талаптар жоғары кәсіби білім берудің мемлекеттік білім беру стандарты (бакалавриат) және 5В042100 – Дизайн білім беру бағдарламасы бойынша оқуды аяқтайтын түлектерге қойылатын талаптар негізінде әзірленген.

**Кешенді мемлекеттік емтиханның негізгі мақсаты** – түлектердің фундаментальды кәсіби дайындығын анықтау, заманауи ақпараттық технологияларды меңгеруін, дизайн нысандарын жобалау саласындағы қазіргі заманғы практикалық міндеттерді тұжырымдай және шеше білуін анықтау.

«Материалдық мәдениет және дизайн тарихы», «Жарнама және баспа графикасы», «Графикалық дизайн элементері мен процесстері 4» атты пәндерді меңгергеннен кейін, түлек ***келесі талаптарға сай болуы керек:***

- Көркем процестерді, заманауи дизайнның даму тенденцияларын және ең танымал дизайн жұмыстарының стилін, уақыты мен авторлығын анықтау, тарихи, мәдени, теориялық және философиялық аспектілерде дизайн өндірісін талдау;

- Көрнекі тілдің негізгі элементтерін, форманың экспрессивтілігін, композицияның сезімін сипаттау, табиғи шындық пен дағдыларды мағыналы визуалды қабылдаудың экспрессивті ерекшеліктері, адам фигурасын бейнелеу, модельдің қозғалысы мен сипатын, адам қаңқасы бөлімдерінің пропорцияларын анықтау, фигура мен тірек нүктелерінің ауырлық центрін анықтау ережелері, анатомиялық сызбаны сауатты және конструктивті орындау;

- Дизайн-қызметтің заманауи бағыттарындағы графикалық дизайнның, стильдердің, графикалық дизайн жұмыстарының даму тенденцияларын талқылау, практикалық дизайн іс-әрекетінде білімді қолдану, көркемдік-Жобалық іс-әрекеттің заманауи практикалық материалымен жұмыс істеу;

- Компьютерлік графиканың көркемдік құралдары мен заңдылықтарын, кеңістіктік және үш өлшемді бағдарлауды қолдану, зерттелетін бағдарламалардың интерфейсін, үш өлшемді графиканың техникалық әдістерін, кешенді графикалық берудің негізгі түрлерін кәсіби пайдалану, терең кеңістіктік композицияның үш өлшемді бейнесінің модельдерін көрсету;

- Жобалау алдындағы материалды, техникалық құжаттаманы, психологиялық ауызша әсер ету әдістерін, көркемдік және жобалық мәселелерді шешудегі құзіреттілікті жобалау үшін талдау жоспарын дәлелдеу, түс графикасы, типография, фотография, графикалық құралдармен жұмыс істеу ерекшеліктерін түсіну және бәсекеге қабілетті жарнама өнімдерін жасау;

Түлектердің білімін, іскерлігін және дағдыларын бағалауда келесі **критерийлерді** қолдану ұсынылады:

- пәннің оқу материалын білу;

- пәннің маңызды ережелерін анықтай білу;

- пәннің нақты ережелерін қалыптастыра білу;

- дизайнның нақты жобалық жағдайларын талдау және дизайнерлік қызметтің қолданбалы мәселелерін шешу үшін теориялық білімді қолдана білу.

**Кешенді мемлекеттік емтихандағы жауаптарды бағалау критерийлері**

***100-ден 91-ге дейін*** негізгі категориялар мен ұғымдарды, дизайнерлік қызметтің негізгі принциптері мен заңдылықтарын сенімді және нақты баяндау үшін қойылады. Таңдалған тақырыптың графикалық дизайн бойынша ерекшеліктерін, графикалық дизайн саласындағы негізгі тенденцияларды белгілейді, стильдің құрауыштарын анықтайды, графикалық дизайндағы композиция талаптарын шығармашылық деңгейде біледі. Кәсіби практикалық қызметтен келтірілген мысалда өз ұстанымын негіздейді.

***90-дан 81-ге дейін*** негізгі категориялар мен ұғымдарды, дизайнерлік қызметтің негізгі принциптері мен заңдылықтарын сенімді және нақты баяндау үшін қойылады. Таңдалған тақырыптың графикалық дизайн бойынша ерекшеліктерін, графикалық дизайн саласындағы негізгі тенденцияларды белгілейді, стильдің құрауыштарын анықтайды, графикалық дизайндағы композиция талаптарын шығармашылық деңгейде біледі. Алайда, кәсіби практикалық қызметтен келтірілген мысалда өз ұстанымын негіздемейді.

***80-нен 70-ге дейін*** негізгі санаттар мен түсініктерді, дизайнерлік қызметтің негізгі қағидалары мен заңдылықтарын сенімді және нақты баяндау үшін қойылады. Таңдалған тақырыптың графикалық дизайн бойынша ерекшеліктерін, графикалық дизайн саласындағы негізгі тенденцияларды атап көрсетпейді, стильдің құрауыштарын анықтай алмайды, графикалық дизайндағы композиция талаптарын шығармашылық деңгейде білмейді. Сонымен қатар, кәсіби практикалық қызметтен келтірілген мысалда өз ұстанымын негіздемейді.

***69-тен 61 балға дейін*** негізгі санаттар мен ұғымдарды, дизайнерлік қызметтің негізгі принциптері мен заңдылықтарын жеткілікті түрде сенімді және нақты баяндағаны үшін қойылады, жауап практикалық тәжірибедегі тиісті үлгілермен көрсетілмейді.

***60-тан 51 балға дейін*** негізгі санаттар мен түсініктерді, дизайнерлік қызметтің негізгі принциптері мен заңдылықтарын растамаған және дәл емес баяндағаны үшін қойылады. Сонымен қатар, терминдерді түсіндіруде мәндік бұрмалауға жол берілмейді.

***50-ден 41-ге дейін*** дейін негізгі категориялар мен ұғымдарды, дизайнерлік қызметтің негізгі принциптері мен заңдылықтарын дәлелсіз және дәл емес баяндағаны үшін қойылады, терминдерді түсіндіруде мәндік бұрмалауға жол беріледі.

***40 балл*** оң баға болып табылмайды және бағдарламаның негізгі санаттары мен ұғымдарын, принциптері мен заңдылықтарын білмеген жағдайда қойылады.

**1 МОДУЛЬ**

**МАТЕРИАЛДЫҚ МӘДЕНИЕТ ЖӘНЕ ДИЗАЙН ТАРИХЫ**

**1. Дизайнның алғашқы теоретиктері және олардың дизайн туралы теориясын мазмұндаңыз.**

Дизайнның пайда болуы. Дизайнның алғашқы корінісі. 19 ғасырдың басындағы өзгеріс. Дизайнның АҚШ-та пайда болу. Дизайнның өндіріс саласындағы көрінісі. Дизайн жайында Томос Мольданадо, Н. В. Вооновтың ойлары.

**2. Алғашқы өндірістік көрменің өткен уақыты және уйымдастырушылар жайында айтыңыз.**

1756 ж. ұйымдастырылған халықаралық, дүниежүзілік көрмелер. Ең алғашқы көрме 1851ж. Лондонда ашылды. Ұлттық көрме атанған жаңа техника байқауы (1851ж). Көрме жетекшісі Генри Кол. Бұл көрмеге ағылшын королевасы Викторияның күйеуі принц Альберттің катынасы. 1850 жылғы өткізілген «Ең күшті жоба» конкурсы. Р.СтефансонныңПавильон Кристалл-палас(хрусталь сарайы) аталған көрме павильонынының жобасы.

**3. «Design» терминінің пайда болуы және оның ренессанс дәуіріндегі көрінісін баяндаңыз.**

Дизайн сөзі ағылшын ағылшын тілінен аударғанда жоспар, сурет, сызба деген нақты анықтама береді. Көптеген ғасырлар бойы адамның заттық кеңістік ортасы қолдан жасалды. Дизайн-эстетикалық сапасы және тұтыну қасиеттері жағынан жоғары өнеркәсіптік бұйымдарды жобалаудағы көркем техникалық қызмет. Дизайнның обьектілері қолданбалы өндірістік бұйымдар болып табылады. /техника, жиһаз, ыдыс, киім және т.б/ Дизайн өнері жас және тез дамып келе жатқан өнер. Дизайн кәсіп ретінде 20 ғ/да АҚШ/та қалыптасты. Дизайнның түрлері.

**4. Дизайн түрлерін атаңыз және оларға анықтама беріңіз.**

Дизайнның түрлері: графикалық, өнеркәсіптік, орталық. Графикалық дизайн- коммуникация,ақпараттық графика,жарнама және т.б. Өнеркәсіптік дизайн - тұрмыс заттардың және құралдардың түрлері, көлік объектілері т.б. Орталық дизайн - интерьер дизайны және әр түрлі қолданыстағы ашық кеңістіктер дизайны жатады. Қазіргі кезде қоғамның дамуына байланысты дизайнның көптеген басқа түрлері пайда бола бастады. Мысалы, Экологиялық дизайн, футуродизайн, ландшафт дизайн, инженерлік дизайн, шрифт дизайн, арт дизайн, архитектуралық дизайн және компьютерлік дизайн, шрифт дизайн.

**5. Дизайнердің кез келген дизайн нысанын жобалау әдістемесінің үрдісін айтыңыз.**

Дизайндағы жобалаудың әдіс-тәсілдері, қолданылуы. Дизайнерлік жобалар: фирмалық стиль және т.б. жеке жобалар.

**6. Экспо-дизайнның басқа дизайн салаларынан айырмашылығын және ерекшелігін айтыңыз.**

Эксподизайн көрсетілім өнері. Эксподизайн дйзайнның бір түрі, бағыты болып табылады. Бұл бағытқа дизайн кормелерін және музей экспозицияларын, стендтық дизайн көрмелерін сатылым орындарынжобалау, сыртқы жарнаманы жатқызуға болады.

**7. Медиадизай терминіне анықтама беріңіз, қолданылу ортасын айтыңыз.**

Медиа дизайнның басқа дизайн түрлерінен ерекшеліктері. Медиа дизайн және коммуникация орталығы. Медиа дизайн түрлері: веб-дизайн, арт-дизайн, ланд-дизайн, теледизайн.

**8. Мәдениет, өркениет және дизайндағы «зат» ұғымына сипаттама беріңіз.**

Дизайндағы «зат» түсінігі. Мәдениетте, өркениетте және дизайнда заттың көрінісі. Мәдениетте зат феномен ретінде.

**9. Мәскеулік ВХУТЕМАС қызыметін сипаттау.**

Ең алғаш совет сәулет-дизайнерлік мектебі. 1920 жылы желтоксанда ашылған. Өндіріс, техника саласында мамандарын дайындады. 1927 ж. қарашада ВХУТЕИН-болып ауысты. 8 факультетті құрады: сәулет, мүсін, керамика, текстиль, полиграфия, ағаш және металл өңдеу.

**10. Неміс дизайнына сипаттама беру. Уильям мектебінің қызметі.**

Уильям мектебі дизайн негіздерінің жаңа мектебі болды. Екінші дүние жүзілік соғыстан кейін Баухаузды ауыстырды. Ол 1951 жылы пайда болды. Оның бірінші директоры Макс Бил. Уильям мектебі 1949 ж. пайда болды,ашылуы болса 1953 ж болды. Оның ректоры Баухауз бітірушісі суретші,архитектор Макс Билл болды.1955ж Уильям мектебі Билл проекты бойынша салынды. Бұл жер қаладан тыс жерде,студенттер оқуы үшін профессионалды атмосфера болуы үшін орналасқан. Мектептің ашылуына Вольтер Грониус қатысы.

**11. ССРО мемлекеттік жүйесінде болған дизайнның ерекшелігі.**

Іс-әрекеттердің негізгі бағыты:жазық сызбалы нысандар. Қарқынды композиция. Жылжымалы элементтер. Кеңістікті минимизациялау. Қазіргі заманғы материалдарды қолдану: шыны, болат, пластика. Өнер мен дизайн өндірістік процесске бағынуы тиіс дегенге сенім. Геометриялық, нақты, жұмыстың шамамен математикалық тәсілдерін қолдану. Суретші жаңа, функционалдық заттарды құруға жауап беретін жұмысшы болып саналған. Өнер қоғам өміріндегі маңызды рол атқарады және адами тәжірибені бейнелейтін қажетті құрал болып табылады дегенге сенім. Геометриялық, нақты, жұмыстың шамамен математикалық тәсілдерін қолданды, олар үшін негізгі нысандар тікбұрыштар, квадраттар мен шеңберлер болды – олардың көмегімен машиналардың табиғат алдындағы артықшылығын көрсетті.

**12. «Веналық шеберханалардың» қызметін сипаттаңыз, осы саладағы атықты дизайнерлер мен суретшілерді атаңыз және ең атақты туындыны мазмұндаңыз.**

Пайда болған жері: Вена.

Бірінші дүниежүзілік соғыстан кейін: салтанаттылық, оюлы, барокко стиліндері сарындар.Веналық шеберхана (нем weiner-werkstatle)ол 1903ж ашылған,ол архитектор,суретші саудагерлерінің бірігуі. 1903ж Венада дизайн тобы Сецессион Иозефом Хофман және Кломан мозер, банкир Фриц Варидорфер қатысуымен ашылды.Мекеме британ организациясының үлгісімен Гильдии Чарльз Эмбидің қатысымен ашылған. 1903-1932 ж аралығында Веналық шеберханашылардың 200-н аса дизайнерлері жиһаз, киім, графика проектісімен айналысқан.

**13. Италия дизайны. ХХ ғасырдағы италия дизайнының әйгілі шығармашылықтарынан мысал келтір.**

Италия дизайнының дамуына ықпал еткен шеберлер: Марчелло Ниццоли, Джо Понти, братья Кастильони, Марко Дзанузо и Рихард Заппер, Энцо Мари.

**14. Оп –арт бағытына сипаттама беріңіз.** Оп-арт оптикалық өнері.

Қалыптасуы – АҚШ, Еуропа. Негізгі белгілері – Муар өрнегін, ақ пен қара түстерінің қарсыластығын, концентрленген шеңберлерді пайдалану. Негізгі мәліметер – қозғалысқа еліктеу үшін геометриялық формаларды қолдану.

**15. Жапон дизайны. Жапон дизайнының дәстүрлі және қазіргі заман пішіндері.**

Негізгі мәліметтер: Ағаштардағы екі өлшемді жапондық қиын ойма өрнегінің әсерінен құрылған стиль. Жапондықтың негізгі сарындары ХХ ғасырда модернизм концепциясына енген. Дизайнда жапондық сәнді декоративке қадам болды.

**16. Великобритания дизайнына сапаттама.**

Великобритания сән, өнер, дизайн саласында ең бір аты шыққан мемлекеттерге жатады. Бұл елден Тима Рота, Стива МакКвина, Джона Галльяно, Александра МакКуина, Стеллу Маккартни, Тару Фицжеральд, Пола Андерсона, Джимми Чу секілді атақты өнер адамдары шаққан.

**17. «Антидизайн» қозғалысына анықтама беріңіз.**

Жеке объектілер емес, тұтас атмосфераны құруға ұмтылу. Итальяндық неомодернизмнің формалды құндылықтарынан бас тарту, дизайнның мәдени және саяси ролін жаңартуға ұмтылу. «Жақсы дизайн» туралы көріністер күмәнға қойылды, бұл объектілердің функционалдық қасиеттеріне әсер етті. Франция мәнеріне келетін дизайн. Дизайнер Филипп Старктің іс-әрекеті. Баухауз құрылыс мектебінің қызыметін сипаттаңыз. Мектеп тарихы. Вальтер Гропиустің «Баухаузда» оқытуды ұйымдастырудың әдістері.

**18. Франция дизайнына сипаттама. Филип Старктың алемге айгілі аты.**

Франция дизайнында 19 ғ. Плакаттың пайда болуы. Плакаттың негізін қалаушы Жюля Шере (1836–1932). Филипп Старк 18 қаңтарда 1949 ж парижде дүниеге келген.

**19. Экологиялық аспектінің дизайндағы мағынасы.**

Дизай және экология. Дизайн түрлерінің экологияға асері. Экологиялық аспектінің дизайндағы мағынасы.

**20. БАУХАУЗ мектебінің қыметі. Мектептің даму тарихы.**

Пайда болуы:Германия

Негізгі белгілері: Функционалдық пайдасы үшін әшекейлеуден бас тарту. Құрылыста – болат пен бетонды қолдану. Асимметрияның басымдығы. Нысан функцияларға бағынады.

**Негізгі мәліметтер:** Техникалар мен қабылдағыштарды араластыру өнердің пайдасы үшін деп санаған. Негізгі тұрғысы бар саясаттандырылған қозғалысты, оның эстетикасын көбісі социалистік деп санаған. Үдемелі, тәжірибелі оқу жоспары, оқытудың жаңашыл тәсілдері

**21. Дизайнер Энди Уорхол шығармашылығына сипаттама.**

Поп – Арт бағытындағы атықты тұлға. 1962 жылы «Зелёные бутылки кока-колы» және «Банки супа „Кэмпбелл“» картиналарын салады. Кино және музыка әлеміндегі жұлдыздармен фотогроф ретінде байланысы Мэрилин Монро, Элизабет Тейлор, Джимом Моррисоном и Элвисом Пресли.

**22. Сәулетші Ле Корбьюзе шығармашылығына сипаттама.**

Ле Корбюзье /1887-1965/ француз архитекторы теоретик, суретші, дизайнер. 1887ж. 6 қазанда Швецариядағы Ла-Шо-де-фон жерінде дүниеге келген. /1907ж/ Венадағы И. Хофманда, Парижде /1908-1910/ Перреден Берлинде /1910-1911/ Беренсадон сабақ алды. Ең атақты шеберлерден сабақ алған 1911ж Италияға, Грецияға, Турцияға барған сапарында ол мұсылмандық архитектураға көп көңіл бөледі. 1920ж. аяғында Ле Корбюзье ең алдыңғы көптеген халықаралық конкурстарға қатысады. Ол көптеген дизайнерлік жұмыстарға үлесін қосады. Оның эскиздары жоғары бағада бағаланған. Ол көптеген жиһаздардың эскизін жасап 1929ж. бірнеше модельдерін көрсетті.

**23. Петер Беренс--алғашқы өндіріс дизайнері.**

Петер Беренс 14.04.1868ж – 27.02.1940ж. Берлинде ең жақсы дамыған архитектор және дизайнер болған.Ол кітаптардың шрифті және дизайна графикасына көп уақытын бөлген.1903ж. Диюсельдарфеде мектеп директоры болып,1907ж дейін істеді, 1907ж бастапол көркем консультант болып көп жұмыс істеді.Ол көптеген офистік мебельдер жарнамалар әртүрлі фендер,вентиляторлар жарнамаларын жасады.Ол әрине стекло стальдан жасаған.Оның шеберханасында Ле Корбюзье,Вальтер Гропмус,Мис ванде Роэ алғаш еңбектерін көрсетті. Беренс фабрика заводтардың проектілерін жасады.

**24. Сәулетші Френк Ллойд Райт шығармашылығы**

Фрэнк Ллойд Райт Висконста 1867 жылы 8 маусымда дүниеге келген. Жумыстары. Фрэнк Ллойд Райт 8 маусым 1867 - 9 сәуір 1959) - американ архитектор-новаторы. ХХ ғасырдың бірінші жартысындағы батыс архитектурасының дамуына ықпал еткен. «Органикалық архитектураның» негізін қалаушы.

**25. Уильям Моррис шығармашылығы. «Өнер және қолөнер» қозғалысы.**

Уильям Моррис 24 наурыз 1834, Уолтемстоу - 3 қазан 1896. Ол тек қана дизайнер емес сонымен қатар поэт, суретші, социалист. Уильям Моррис «Красный дом» (лондонский особняк Морриса - стал вехой в истории дизайна).

**26. Антонио Гауди шығармашылығы.**

Гаудии-Корнет, Испанияда 25 июнь, 1852, Реус, Каталонияда дүниеге келген. 1926ж. 10 июньда қайтыс болды (73 жаста) Барселонда. Архитекторлық стилі-модерн. Ең ғажайып салған жобасы-храм Святого Семейства, Бальо үйі, Мила үйі, Гуэля паркі. Аяқталмағаны Нью-Йорктегі (Attraction) қонақ үйі. 1879ж. әпкесі қайтыс болды өз қызын Гаудиге тастап кетті.

**27. «Ар Нуво» бағыты. Өкілдерін атап шығармашылықтарына тоқталыңыз.**

Пайда болуы: Европа

Негізгі белгілері:қиғашсызықты дизайн: жапырақ сарындары, синусоидтер, геометриялық емес иірімдер, геометриялық нысандар, қатал мүсіндер

Негізгі мәліметтер: тарихи стилдерді теріске шығару – сондықтан ар нуво бірінші нағыз модерндық халықаралық стиль болып саналады.Жаңа нысандарды қолдану, көптеген шығармаларды қамту, табиғат – шабыт алу көзі.Испанияда, АҚШ-та, Англияда, Францияда қиғашсызықты стиль басым, Шотландия мен Германияда – көбінесе түзусызықты стиль.

**28. Алвар Аалто шағармашылығына сипаттама беру.**

1898 жылы дүниеге келген. «Артек» фирмасының негізін калауы. Дизайнердің шығармашылығы. А́лвар Хуго Хенрик А́алто (фин. Hugo Alvar Henrik Aalto, 3 ақпан 1898, Куортане - 11 мамыр 1976, Хельсинки) - финский архитекторы және дизайнері, Солтүстік Европадағы «модернизм әкесі».

**29. Сәулетші Ле Корбьюзе**

Ле Корбюзье /1887-1965/ француз архитекторы теоретик, суретші, дизайнер. 1887ж. 6 қазанда Швецариядағы Ла-Шо-де-фон жерінде дүниеге келген. /1907ж/ Венадағы И. Хофманда, Парижде /1908-1910/ Перреден Берлинде /1910-1911/ Беренсадон сабақ алды. Ең атақты шеберлерден сабақ алған 1911ж Италияға, Грецияға, Турцияға барған сапарында ол мұсылмандық архитектураға көп көңіл бөледі. 1920ж. аяғында Ле Корбюзье ең алдыңғы көптеген халықаралық конкурстарға қатысады. Ол көптеген дизайнерлік жұмыстарға үлесін қосады. Оның эскиздары жоғары бағада бағаланған. Ол көптеген жиһаздардың эскизін жасап 1929ж. бірнеше модельдерін көрсетті.

**30. Баухауз мектебінде Вальтер Гропиустың жаңашылдығы.**

Вальтер Гропиус 1883 жылы Германияда дүниеге келген. Вальтер Гропиусжәне сәулет өнеріндегі рационалды бағыт. Неміс архитекторы, Баухаус негізін қалаушыларының бірі.

**2 МОДУЛЬ**

**ЖАРНАМА ЖӘНЕ БАСПА ГРАФИКАСЫ**

**1.** **«Америкалық модерннің» бағытына анықтама беріңіз.**

Пайда болуы:АҚШ

Негізгі белгілері:Тегіс жабындар, көзге түсетін геометриялық нысандар, шыны мен хромды қолдану

Негізгі мәліметтер:Объектінің функцияларын көрсететін механикалық эстетиканы қолдану, Әшекейлеуде механикалық сарындарды қолдану, Модерн стилі америкалық арманды жүзеге асырушы болды

**2. БАУХАУЗ, ВХУТЕМАС алғашқы дизайн мектептерінің қызаметтері.**

Пайда болуы:Германия

Негізгі белгілері: Функционалдық пайдасы үшін әшекейлеуден бас тарту. Құрылыста – болат пен бетонды қолдану. Асимметрияның басымдығы. Нысан функцияларға бағынады.

Негізгі мәліметтер: Техникалар мен қабылдағыштарды араластыру өнердің пайдасы үшін деп санаған. Негізгі тұрғысы бар саясаттандырылған қозғалысты, оның эстетикасын көбісі социалистік деп санаған. Үдемелі, тәжірибелі оқу жоспары, оқытудың жаңашыл тәсілдері

**3. «IKEA» и «Habitat» фирма іс-әрекеттерінің ерекшеліктері.**

«IKEA» и «Habitat» фирма іс-әрекеттерінің ерекшеліктері және бағыты. Жиһаз саласында.

**4. «Деконструктивизм» стилі. Стиль өкілдерінің шығармашалығы жайында айтыңыз**

Пайда болуы: Франция, Негізгі қасиеттері:Сынық, бөлшектерге бөлінген пішіндерді қолдану, көпқабатты бейнелер, қиын геометрия, әшекейлеуді теріске шығару

Негізгі мәліметтер: Ішкі мазмұн мен объектінің функцияларын көрсету. Тарихи стилдерді және әшекейлеуді теріске шығару. Бейне мен мәтінді біруақытта қолдану.

**5. «Постмодернизм» бағыты. Бағытты құраушы негізгі нұсқалар. Стильдің сәулеттегі және дизайндағы үлгілері.**

Пайда болуы:Италия

Негізгі белгілері: Өнеркәсіп өндірісінен бас тарту. Түрлі стилдердің бірігуі. Жабындарды көркемдеу. Графикалық дизайнда – көпқабатты бейнелерді, коллаж және фотомонтаждауды қолдану. Негізгі мәліметтер:Модернға тән логика, қарапайымдылық және тәртіпке акцент теріске шығарылды. Сәнді өнер мен көпшілік мәдениеттің, элитарлық және танымал өнердің бірігуі насихатталады. Тұтынушының назарын аударту мақсатында психологиялық деңгейде, қозғалыс жақтастары өз жұмыстарына нышандылық енгізеді.

**6. «Конструктивизм» стилі. Кеңестік конструктивизмнің іс-әрекеті**.

Негізгі белгілері: Жазық сызбалы нысандар. Қарқынды композиция. Жылжымалы элементтер. Кеңістікті минимизациялау. Қазіргі заманғы материалдарды қолдану: шыны, болат, пластика. Өнер мен дизайн өндірістік процесске бағынуы тиіс дегенге сенім. Геометриялық, нақты, жұмыстың шамамен математикалық тәсілдерін қолдану. Суретші жаңа, функционалдық заттарды құруға жауап беретін жұмысшы болып саналған. Өнер қоғам өміріндегі маңызды рол атқарады және адами тәжірибені бейнелейтін қажетті құрал болып табылады дегенге сенім.

**7. «Космос» стилі және оның ерекшеліктері.**

Пайда болуы:АҚШ

Негізгі белгілері:Ақ және күміс түстерді қолдану. Шағылдыратын бет жабынар. Жібек құрт пішіні, футуристикалық сарындар

Негізгі мәліметтер: Бұл бағыт үшін объектілердің функционалдығы мен сенімділігіне қарағанда, стиль маңызды болды. Ғарышты меңгерудегі КСРО мен АҚШ арасындағы жарысқа реакция ретінде пайда болды.

**8. «Сюреализм» бағыты. Бағыт өкілдерірің іс-әрекеттері.**

Пайда болуы: Франция

Негізгі белгілері: Түстен алынған образдар. Тосын заттардың еркін үйлесімі

Негізгі мәліметтер: Қозғалыс дадаизмнің нигилистикалық иедалдарында пайда болды. Зигмунд Фрейдтың идеяларының әсерімен дамыды; түйсік өзін бейнелеу қажет деген сенім, эстетикалық немесе моралдық құндылықтардың сұрақтарымен өзін мазаламау. Саясат қозғалыстың маңызды бөлшегі болды.

**9. «Скандинавиялық модерн» бағытына сипаттама беріңіз.**

Пайда болуы: Дания, Финляндия

Негізгі белгілері: Ашық түсті ағаш, қатал сызбалар, қарапайым, мүсінші пішіндері

Негізгі мәліметтер:Қазіргі кезге дейін Скандинавияда және барлық әлем бойынша үй дизайнының жетекші стилі болып қала береді. Табиғи материалдарды қолдану, мысалы ағаштар – аққайың, шамшат, тик және т.б.- және тері.Аса тәжірибелі және мықты фин дизайнерлері тоқыма және жиһаз дизайнында ашық түстер мен көзге түсетін айшықталған өрнектерді қолдану арқылы үлкен жетістіктерге жетті

**10. «Боз-арт» стилі.**

Пайда болуы:Франция

Негізгі белгілері:Таспен қапталған ұланғайыр ғимараттар. Ою-өрнектің монументалды классикалық элементтері (балюстрадтар, балкондар, бағандар, дуалықтар,пилястралар). Кең баспалдақтар. Үлкен аркалар. Симметриялық қасбеттер (фасад).

Негізгі мәліметтер:Боз-арт стилі ежелгіримдік және ежелгігрек сәулет өнерінің дәстүрлерін Ренессанс дәстүрімен үйлестірген.Бұл стильді тек академиялық көркем-өнер Мектебінде ғана оқуға болады. Бұл стилдіі ізбасарлары, сұлулық – бұл социумға әсер етудің тиімді құралы деп санаған.

**11. «Постиндустриализм» бағыты.**

Пайда болуы:Ұлыбритания

Негізгі белгілері:Бірегей бұйымдар немесе шектелген данадағы бұйымдар. Тауарлар партиялармен өндіріледі. Дөрекі, өңделмеген жабындар. Кезбе, кенет заттарды қодану.

Негізгі мәліметтер: Тауарлардың әрбір сериясы нақты, алдын ала анықталған мақсатты аудиторияларға арналып шығарылған. Дизайнда индустриалды сарындар байқалады. Объектілер, модерн стиліндегі туындыларға қарағанда толықтай жекедара.

**12. Ар-деконың интерьердегіжәне затты дизайндағы көркем-стилистикалық мотиві.**

Пайда болуы: Франция,АҚШ

Негізгі белгілері:Геометриялық, сатылы нысандар, Ашық түстер, Айқын қырлар, дөңгеленген бұрыштар, Қымбат тұратын материалдар: сыр, піл сүйегі, қола, өңделіп жылтыратылған тас. Жаппай өндіріс үшін материалдар:

Жаппай өндіріске арналған материалдар: хром, түрлі-түсті шыны, бакелит

Негізгі мәліметтер: Театр костьюмдері мен үлкен сәнге әсер ету. Стильде саяхаттар, жылдамдылық, ашық түсті бұйымдар мен қарапайым көпқырлы нысандар көмегімен салтанаттылық. Геометриялық сарындар, ежелгі египет пен ацтек өнеріне әсер ету.

**13. «Дадаизм» бағыты. Дизайн өнеріндегі үлгілері.**

Пайда болуы:Цюрих

Негізгі белгілері:Айқындаушы сипаттардың болмауы. Сөз бен бейне арасындағы тығыз байланыс. Көптеген жаңа қәріптер мен өлшемдерді қолдану. Жазбаша және жол әріптерін, жартылайқою және қою қәріпті қолдану. Фотомонтаждауды қолдану.

Негізгі мәліметтер:Стил негізінде – жаңа идеялар, жаңа материалдар мен жаңа атаулар. Графикалық дизайнға үлкен әсерін тигізді, әсіресе кітапшығаруда. Айқындаушы сипаттардың болмауы.

**14. «Швецария мектебі» бағыты.**

Пайда болуы: Швейцария, Германия

Негізгі белгілері:Фотомонтаждауды қолдану. Кертпесіз қәріптерді қодану. Толтырылмаған кеңістіктерді қолдану. Реалистік фотосуреттер

Негізгі мәліметтер:Жеке элементтерді біріктіретін, тор айналасындағы ассиметриялық дизайн. Ақпарат қарапайым, танымдық үлгіде ұсынылған, басты мақсаты – айқындылық пен тәртіпке жету. Қозғалыстың ізбасарлары дизайнды әлеуметтік маңзды қызмет деп қарастырған. Объектінің сыртқы көрінісі оның мазмұнымен айтылуы қажет деп санаған

**15. «Минимализм» стилі.**

Пайда болуы:Нью-Йорк

Негізгі белгілері:Сурет-геометриялық пішіндер, тор негізіндегі композицияның бір екпінділік. Сәулетте – нағыз қарапайымдылық, таза сызбалар, жарықты қолдану

Негізгі мәліметтер:Объектінің бөліктерінің арасындағы иерархияның болмауы. Айқын құралдарды қысқару, толтырылмаған кеңістіктерді қолдану

Сәулет концепциялары кеңістіктің, жарық пен материалдардың қасиеттерімен құралады.

**16. АҚШ дизайнының ерекшеліктері.**

20 ғ. Басындағы АҚШ дизайны. Ар-Деко бағыты.

**17. «Супрематизм» бағыты. Әр-түрлі саладағы стиль үлгілері.**

Супремати́зм (лат. тіл supremus — наивысший) — авангард өнерінің бағыты. 1910 жылдың К. С. Малевич негізін қалаған Казимир Малевич, Супрематизм. 1915—1916.

**18. ХХ ғ. өнер мен дизайнның негізгі стилі және стилдік бағыты.**

Бірінші саты: өсімдік және анималистикалық сарындар

Екінші саты: мифология кейіпкерлерін қолданған аса абстракциялы сарындар.

«Өнер және қолөнер» қозғалысын жақтаушылар гильдиялар мен қоғамдарды құрастырды, әрбірі өз стилімен, мамандануы мен көшбасшыларымен, олар өз идеяларын талқылайтын және тәжірибелерімен бөліседі.Өнер мен дизайн қоғамдық тәртіпті өзгерте алады және оларды құрастырушылар мен тұтынушылардың өмір сапасын жақсарта алады дегенге сенім. ХХ ғасырда дизайн әртүрлі салаларды қамтитын жаһандық феномен болды: сәулет пен жиһаздық өндірістен бастап графикаға дейін. Дизайн тілі мүмкіндігі шектеулі әлемдегі өз таңдауыңды жасауға мүмкіндік беретін әмбебап коммуникативті және бейнелі құрал болды.

**19. «Халықаралық стиль» бағытына сипаттама беріңіз. Мысалдар келтіріңіз.**

Пайда болуы:АҚШ

Негізгі белгілері:Қарапайым, пайдалану дизайны,мүсінді пішіндер

Өнеркәсіп материалдары: болат пен шыны

Негізгі мәліметтер: Интернационалдық стиль – модерн атауларының бірі, ол АҚШ-та бұрындары Баухауздағы дизайнерлердің келуінен кейін пайда болды.Интернационалдық стилге ұқсас термин болған, ол «жақсы дизайн», бұл стилдің объектілері модернның сурет, техникалық және эстетикалық принциптерін ескере оытырып, әзірленген.

**20. Хай-тек**

Негізгі мәліметтер: Өнеркәсіп материалдары қоданылады. Ұраны – «пішін функцияның соңында». Бұл өнеркәсіп стилі ретінде де танымал. Хай-тек – дизайндағы стиль, модернизмнен кейінгі айқын құрал, әсіресе сәулет өнерінде 1970 ж.пайда болған. Бұл стиль үшін сыртқы қарапайымдылық пен сән үлгісі тән, сондай-ақ өнеркәсіптік материалдарды – немесе жаңа технология көмегімен әзірленген материалдарды қолдану. Хай-тек пионерлері британ сәулетшілер болған, мысалы Норман Фостер мен Ричард Роджерс, олар өз ғимараттарының дизайнына идустриалды элементтерін енгізген. Л.Г.Салливанның «пішін функцияның соңында» ұранымен олар құрылым элементтерін дизайн элементтеріне айналдырған.

**21. «Де Стейл» қозғалысы. Стиль үлгілері.**

Пайда болуы:Нидерланды

Негізгі белгілері:Абстракциялы геометриялық нысандар Көлденең және тік жазықтықтар. Негізгі түстерді қолдану, сондай-ақ ақ пен қара. Жабындарды шағын безендіру.

Негізгі мәліметтер:Геометриялық абстракциялардың пайдасы үшін табиғи нысандар мен сюжеттерден бас тарту.Құрылым мен фунцияның ерекшеліктерін көрсететін қарапайым, қисынды стиль. Бірінші дүниежүзілік соғыстан кейінгі былықтан соң қоғам бәрінен де бұрын тәртіпті бағалаған кезде пайда болды.

**22. Раймонд Лоуидің шығармашылығымен іс-әрекеті. Оның әйгілі шығармашылықтарынан мысал (атап) келтір.**

Раймонд Лоуи (англ. Raymond Loewy, толық есімі: фр. Raymond Fernand Loewy, 5 қараша 1893, Париж - 14 шілде 1986, Монте-Карло) - өндірістік дизайн шебері, логотиптер, почта маркаларының түрлерін жасаған.

**23. Орыс модерні. Стиль өкілдерін атаңыз.**

Модерн стиліндегі сәулет өнері. М. А. Врубель; А. Н. Бенуа; В. М. Васнецов; Р. К. Калмаков; С. В. Малютин; М. В. Нестеров; В. Д. Поленов; Л. С. Бакст, К. А. Сомов.

**24. Ар нуво бағытына симаттама, бағыт өкілдері.**

Пайда болуы: Европа

Негізгі белгілері:қиғашсызықты дизайн: жапырақ сарындары, синусоидтер, геометриялық емес иірімдер, геометриялық нысандар, қатал мүсіндер

Негізгі мәліметтер: тарихи стилдерді теріске шығару – сондықтан ар нуво бірінші нағыз модерндық халықаралық стиль болып саналады.Жаңа нысандарды қолдану, көптеген шығармаларды қамту, табиғат – шабыт алу көзі.Испанияда, АҚШ-та, Англияда, Францияда қиғашсызықты стиль басым, Шотландия мен Германияда – көбінесе түзусызықты стиль.

**25. «Мемфис» Милан тобының қызыметі және әрекеттеррі туралы айтыңыз.**

Пайда болуы:Милан

Ашық түстер; Китч стилі; Көзге түсетін геометриялық пішіндер

Негізгі мәліметтер: Жиһаз бен өнідірстікт тауарлар ұжымы, 1980 жж. басында Миланда жұмыс жасаған дизайндағы маңызды ролді атқарған. Түрлі-түсті көзге түсетін объектілер, өткен мен қазіргі кездегі дизайннан алынған. «Мемфис» тобы деп жиһаз және өнеркәсіп дизайнерлерінің ұжымы аталды. Ол 1980 ж. басындағы және Миланда жұмыс жасаған дизайнда маңызды рол атқарды. Басшылығында Этторе Соттсасс тұрған группаның дебюты 1981 ж. миландық Жиһаз жәрмеңкесінде өтті. Топтың мақсаттарының бірі дизайндағы эксперименталды тұрғыны дамыту болды, оны Соосасс және де Люччи 1970 ж. аяғында итальяндық

**26. «Футуризм» бағыты. Бағытты таныстырушылар.**

Пайда болуы: Италия

Негізгі белгілері: Өнерде: қарқынды абстракциялы нысандар

Графикалық дизайнда: макеттердің жаңа нысандары, мәтіндерді дәстүрлі орналастыру тәртібінен бас тарту. Сәулетте: өрескел, өңделмеген жабындар; қарқынды нысандар

Негізгі мәліметтер: Өнер тарихында бірінші ағым, бизнес тәрізді құрылды және басқарылды: Техникалық өрлеу жырланды, жаңа дәуірдің күші мен қарқындылығы. Маринетти мәтіндерді орналастырудың, грамматика мен тыныс белгілерінің дәрстүрлі тәртіптерінен, бас тартып, макеттердің жаңа нысандарын ұсынды. Соғыстың механикалық серпіні қозғалыс жақтаушыларына сондай қуатты шабыт берді, олар өз жұмыстарында соғысты дәріптеген.

**27. «Поп-арт» бағыты. Стиль өкілдері.**

Пайда болуы:АҚШ ,Ұлыбритания

Негізгі белгілері:Ашық қуанышты түстер. Көзге түсетін нысандар Пластиканы қолдану.Қайталанатын элементтер

Негізгі мәліметтер:Ағым консюмеризм және танымал мәдениет ықпалынан пайда болды, «жақсы дизайн» принциптерін ашық айтқан, модерн мен оның құндылықтарын жоққа шығарған. Негізгі қарқын өзгерістерге, түрлілікке, қуанышқа, бүлікшілік пен ұзамезімді емес, бір реттік заттарға жасалған.Арзан және, жиі ретте, төмен сапалы; көпшілік тұтынушылық

**28. Финляндиялық модерн. Бағыт өкілдері.**

1951 және 1954 жж. Миландағы Триенналда, Финляндия-қазіргі заманғы дизайн саласындағы көшбасшылардың бірі болғандығы көрсетілді.

Бұл бірінші кезекте «Littala» фирмасының шыныдан жасалған бірегей бұйымдарының арқасында болды. Тапио Вирккала мен Тимо Сарпанева ешуақытта бұған дейін шынымен жұмыс жасамаған, алайда «Littala» жариялаған байқауды жеңіп алды, ал олардың осы материалдан жасалған айқын, мүсінді бұйымдары 1950 жылдары бүкіләлемдік танымға ие болды.

**29. Ээро Саариненоның шығармашылығын айтыңыз**

Ээро Саариен – АҚШ ен мықты архитекторларынын бірі. Ол 1910 жылы 20 тамызда Киркконумми, Финляндияда дүниеге келген. Архитектордын еңбектері. Заманға сай жумыстары.

**30. Сәулетші Мисс Ван дер Роэнің шығармашылығы.**

1912-1930ж М.В.Р. Берлин қаласындағы тәуелсіз архитектор ретінде жұмыс істеген. Карьерасының басында ол өзінің тегін өзгертеді. Аристократтық Санктпитербург қаласында Иса Киевск алаңындағы неміс посолының ғимарат құрылысын басқарады,архитектор Питер Беренстың жобасы бойынша.1927ж М.В.Р. Штутгардта Германия павильионы 1929ж М.В.Р Германиядағы құрылыс павильионын басқарады. Халық аралық көркемге қойылған экспонат ретінде де болды. Павильион жобасы М.В.Р. әлемдік атақ әкелді. М.В.Р. 1930ж Брно да Тугенгад вилласын салды. 1930-33ж өзінің досы және конкуренті Вальтер Гропиустың сұрпауы бойынша БАУХАУЗ мектебінің директоры болды. М.В.Р. АҚШ-тағы жұмысы : Нацистік Германияда қалғысы келмеген. М.В.Р. АҚШ-қа кетеді. М.В.Р. АҚШ азаматтығын алады. Чикаогда орналасып Илионс институтын басқаруға шаұырылалды. Жаңа лауазымда ол Компус құрылысын ұйымдастырады.

**3 МОДУЛЬ**

**ГРАФИКАЛЫҚ ДИЗАЙН ЭЛЕМЕНТЕРІ МЕН ПРОЦЕССТЕРІ**

1. **Графикалық дизайндағы мағынаны визуализациялаудың негізгі тәсілдері.**

Бұл білім беру технологиясының принциптері: дизайнерлердің визуалды ойлауын дамыту, графикалық презентация кескінін визуализациялау дағдылары, кескіннің формалды және эмоционалды жақтарын жүзеге асыру. Графикалық кескінді құрудың ұсынылған әдіснамасының ерекшеліктері оны эмоционалды-сезімдік деңгейде ақпарат беру құралы, яғни коммуникативті және эстетикалық функцияларды бір уақытта атқаруға мүмкіндік береді.

1. **Графикалық дизайндағы мағналық бейнелердің түрлері.**

Графикалық дизайнның негізгі міндеті - суретші-дизайнердің оптималды экспрессивті әрекеті. Ол шығармашылық және кәсіби ойлауға, кез-келген тапсырманы орындауға дайын болуы керек. Әдетте, бұл міндеттерді өмірді жұмыс берушілер-жұмыс берушілер түрінде қояды, біз оларды көрермендер деп атаймыз. Графикалық дизайн көркем образды автордан көрерменге берудің коммуникативті функциясын орындайды. Графикалық дизайн жұмыстарының көркем бейнесі кең әлеуметтік-мәдени ұғымдарды да көрсетеді. Дизайндағы заманауи ойлаудың түрлері мен әдістері соңғы онжылдықтың таңқаларлық жаңалықтарында көрініс табуы мүмкін емес.

1. **Композиция туралы түсінік.**

Графикалық дизайнның негізгі міндеті суретші-дизайнердің оңтайлы-мәнерлі іс-әрекетінде. Ол кез келген қойылған міндетті креативті және кәсіби ойлауға және жүзеге асыруға дайын болуы тиіс. Әдетте мұндай міндеттер өмірді Тапсырыс беруші-жұмыс беруші түрінде қояды,оларды көрермен деп атаймыз. Графикалық дизайн автордан көрерменге көркем бейнені трансляциялаудың коммуникативтік қызметін орындайды. Графикалық дизайн шығармаларының көркемдік бейнесі сондай-ақ кең әлеуметтік-мәдени ұғымдарды бейнелейді. Дизайндағы заманауи ойлаудың түрлері мен тәсілдерінде соңғы онжылдықтың керемет ашылуы әсер етпейді

1. **Көрнекі бейнелердің метаморфоздары. Пайдаланудың негізгі принциптері мен тәсілдері.**

Графикалық дизайндағы мағыналық түзудің түрі ретінде көру бейнелерінің метаморфоздары бейнелеу формаларының ең ерекше, кейде сиқырлы немесе фантастикалық комбинацияларда, мағыналық – мазмұнның өрнегі үшін көрініс өзгеруінен, екіншісінде қайта түрленуден тұрады. Графикалық дизайндағы мағыналық түзілу түрі ретінде көру бейнелерінің Метаморфозы, әрине, Индияның ведикалық гимнографиясымен, Жерорта теңіз және шығыс елдерінің мәдениетімен, Греция мифологиясымен әдеби өңделген, кельт аграрлық салттарының жылдық циклдарымен, бірқатар Сібір халықтары мен т. б. шаман отрядтарымен байланысты тілдік, Чехияға дейінгі славян мәдениетінде жатыр.

1. **Графикалық дизайндағы фотоколлаж мен фотомонтаждың рөлі мен маңызы.**

Коллаж (фр. coller-жапсыру)-түрлі заттардың: газет, афишалар, тұсқағаз және т.б. туындыларына енгізуге негізделген бейнелеу өнеріндегі техникалық тәсіл. montage-көтеру, орнату, құрастыру) - әр түрлі фотосуреттер элементтерін кесу және біріктіру арқылы құрамдас фотобейнені жасау процесі мен нәтижесі. Осылайша алынған сурет соңғы сурет жіксіз көрінуі үшін қайтадан түсіріледі.

1. **Түстердің үйлесімдігі. Негізгі принциптері.**

Әр түрлі түстерді өзара жақсы және сауатты үйлестіру үшін, ең алдымен, табиғатта қандай болатынын және қалай орналасқанын білу қажет. 17 ғасырда Исаак Ньютон ашық призмасы арқылы күн сәулесінің сынуы бойынша тәжірибе қойды (мектеп физикасын есіңізде ме?). Осы тәжірибелердің негізінде ол әр оқушы білуі тиіс түсті спектрді ашты. Ол былай естіледі: «әрбір аңшы қырғауыл қайда отыратынын білгісі келеді», яғни күн сәулесі призмасы арқылы жеті спектрлік түстерге бөлінеді: қызыл, қызғылт сары, сары, жасыл, көк, көк және күлгін. Бұл физикаға қатысты, ал көркем ортада суретшілер мен ғалымдар сәл басқа бағытта жүрді. Спектрлік түстердің ашылуына дейін көптеген ғалымдар мен жай суретшілер олардың үйлесімі бойынша негізгі ережелерді жасау мақсатында түстермен тәжірибе жасай бастады. Нәтижесінде бұл хроматикалық (яғни түсті) түсті шеңбердің пайда болуына әкелді, яғни көк түстен басқа спектрдің барлық түстерін алды және түстері бір-біріне қарама-қарсы белгілі бір ретпен орналасқан, одан «дөңгелек» құрады. Осылайша, бірінші 6-жеке түсті шеңбер болды.

1. **Формальды композицияны құру ерекшеліктері.**

Композициялық кеңістікті ұйымдастыру берілген тапсырмада өзінің өзгермеген түрінде және толық құрамында шешімнің әрбір нұсқасында қатысуы тиіс жеті формальды элементті пайдалану есебінен жүзеге асырылады. Осыған байланысты элементтер жиынтығын қалыптастыру процесінің өзі өте жауапты рәсім болып табылады және студенттерден бірқатар маңызды сәттерді саналы есепке алуды талап етеді: композицияларды қабылдау шарттары, кеңістіктің масштабты арақатынасы мен элементтердің кенжары, конфигурациялық әртүрлілік және сонымен бірге оларды қалыптастыру қағидаттарының стилистикалық бірлігі, композициялық шешімнің антының жалпы тоналды қанықтығы. Көрсетілген ӘБ-нің есебінен ғана бастапқы элементтер жиынтығын ойдағыдай қалыптастыруға және негізгі оқу-әдістемелік есепті шешуге кірісуге болады.

1. **Формальды композиция элементтері арасындағы байланыс және қарым-қатынас. Композиция элементтерінің доминантты қатынастарын ұйымдастыру.**

Тапсырмамен жұмыс істеу процесі жалпы мето-дикалық қағидатқа сәйкес құрылады: «сезу-сезу-білдіру (ұйымдастыру)». Сондықтан, Студенттер жұмыс тақырыбының мазмұнын талдауға және алынған материалдың сұлба-матрицасын құрастыру жолымен жүйелендірілуіне жауапты екенін қадағалау өте маңызды. Барлық үш композиция барлық негізгі параметрлер бойынша бір-бірінен ерекшеленуі тиіс, онда схема-матрицаларды толтыру кезінде негізгі категорияларды, ұғымдарды және формальды - композициялық мәнерлілік құралдарын жіктеудің теориялық курсы бойынша таныс студенттерге негізге алу керек (материалдық-заттық, белгілік-ақпараттық және іс жүргізу жүйелерінің сапалық анықтығы; күрделіліктің сапалық және сандық дәрежесі; метрикалық, кеңістіктік және уақытша масштабы; шексіз, шектелген және тұйық кеңістік.; триадностыққа салынып, сондықтан композициялық ұйымның үш түрімен дәл салыстыруға болады

**9. Формальды композиция құралдарының көмегімен материал қасиеттерінің визуалды өрнегі.** Дизайн-жобалау кезінде, әдетте, бір жағынан, формалаушы факторлар туралы барлық ақпараттық материалды және оны бейнелі-графикалық модельде іске асыру нысанын үйлесімді сәйкестікке келтіру міндеті туындайды, ал екінші жағынан осы модель және жобаланған объектіден өнеркәсіптік қалыптау технологиясының нақты процесі. Болашақ объектінің бейнелі-графикалық моделі осы екі тарапты да синтездеуі тиіс екені түсінікті болғанымен, олардың әрқайсысы мүлдем әртүрлі ұстаммен байланысты екені анық және сондықтан материалдық формада іске асыру үшін принципті түрде әр түрлі тәсілдер мен құралдарды талап етеді. Атап айтқанда, егер ақпараттық материал ретінде білім болса, онда оның модельдік түрде көрініс табуы көркем-бейнелі ойлауды және тиісті формальды-композициялық дағдылар негізінде трансформациялауды талап етеді. Болашақ дизайнердің кәсіби шеберлігінің осы қырларын дамыту және нағыз тапсырманың мақсаты болып табылады.

**10. Түс үйлесімдерінің түрлері және оларды графикалық дизайнда қолдану. Графикалық дизайндағы түс және бейне.**

Кескіндеме негіздері, түспен және түсті композициялармен жұмыс істеу тәсілдері; көркем кескіндеме практикасының негіздері; түс композициясын, бояуды, көркем шығармадағы авторлық идеяны білдіретін түстердің үйлесімін құру заңдылықтары; түс композициясын қабылдау заңдары; бояулардың қасиеттері, қыл, мастехинді пайдалана отырып фактуралық жазу; құрғаған 8 бет бойынша сұйық хат, лисерлер; материалдар, бояулар, органикалық және органикалық емес бояулар, пигменттер; сұйылтқыштар, лактар; майлы, темперлік, акварельді кескіндемедегі фактура; заттардың түсі; түс сипаттамалары; түрлі бояғыш заттар, олардың химиялық және оптикалық қасиеттері; жарық көздерінің маңызы; сәулеленудің спектралды құрамы және оның түсімен түрлері; қабылданатын" түс түсінігі, аддитивті және субтрактивті синтез; ғалымдар мен жаратылыстанушылармен (Аристотель, И. Ньютон, Джеймс Клерк, Максвелл және т. б.) түс және жарық ұғымдарын түсіндіруді; ф көрерменді қабылдаудың психологиялық және физиологиялық аспектілерін оқытумен колористиканың негізгі заңдарын практикалық қолдану принциптері, дизайнердің кәсіби қызметінде колористиканың негізгі заңдарын;

**11. Визуалды коммуникациялар. Визуалды коммуникацияның негізгі функциялары.** Визуалды коммуникациялар қазіргі адамның өміріне үлкен әсер етеді, қабылдауды жақсартады, кеңістікте бағдарлануға көмектеседі. Неғұрлым тиімділікке қол жеткізу үшін визуалды коммуникациялардың белгілі бір қасиеттері (объективтік қасиеттері мен параметрлері) және функциялары (мақсаты, міндеттері) болуы тиіс. Визуалды коммуникациялардың қандай қасиеттері мен функцияларына ие болу керектігін анықтау үшін біз осы ұғымның кейбір анықтамаларын, сондай-ақ авторлардың визуалды коммуникациялардың ерекшеліктеріне қатысты пікірлерін қарастырдық. Цитатаны дұрыс ресімдеуді ұмытпаңыз: Савинова С. В., Харунжева А. А. визуалды коммуникациялардың қасиеттері мен функцияларын анықтау тәсілдері және олардың жіктелуі / / ғылыми-әдістемелік электрондық журнал

**12. Компьютерлік желілердегі жарнаманың негізгі түрлері және олардың сипаттамасы.** Аудиторияға жарнама түрін таңдау және оны орналастыру орны байланысты. Мысалы, үлкен жастағы адамдарға есептелген тауарларды "Одноклассники" әлеуметтік желісінде «ВКонтакте» - ге қарағанда жарнамалау, себебі бірінші аудиториясы айтарлықтай жоғары (18-34 ж.қарсы 25-44 ж.) [3]. Бұл ретте клиент пен тауарлар мен қызметтерді тұтынушы - бұл әрқашан бірдей емес екенін есте сақтау маңызды. Мысалы, зергерлік әшекейлер негізінен әйелдер киеді, бірақ оларды жиі ерлер сатып алады. Жазғы лагерьлерге оқушылар барады, бірақ олардың ата-аналары жолдамаларды таңдайды және төлейді.

**13. Жарнама қызметінің принциптері мен функциялары.**

Жарнамалық қызметті маркетингтік зерттеулердің ғылыми ұстанымдарынан маркетинг мақсатының негізін жарнама қызметінің векторы ретінде қарастыру керек. Жарнамалық қызмет өзінің нарықтық заңдары бойынша дами алады, бірақ оның негізгі мақсаттары мен міндеттері маркетинг стратегиясында ғана жатыр. Жарнама нарығының ұсынысына тұтынушы (жарнама беруші) тарапынан жарнамаға сұраныстың сәйкестік принципі. Нарықтық бәсекелестік принципі жарнаманы тұтыну мәдениетінің принципі. Бұл қағида өркениетті тұтыну мақсатында жарнама тұтынушылардың нақты сегменті үшін тартымды және ыңғайлы жарнама тасымалдағыштарда құрылатынына негізделген. Жарнамалық қызметтің пайда болу принципі. Басқа маркетингтік коммуникациялармен, сондай-ақ әлемдік жарнама нарығына ықпалдасу принципі. Жарнама қызметінің басшылық ережелерінің "Жарнама туралы" Федералдық заңның ережелеріне сәйкес болу принципі. Тауардың жаңа өмірлік цикліндегі жарнаманың қайталанбас принципі. Жарнаманың қартаю принципі. Бұл тұтынушының жарнамалық хабарламаны қабылдау кезінде, жарнаманың көркемдігін және ертең жаңа және ең жақсысын көру ниетімен көрінетін психологиялық ерекшеліктерімен байланысты. Жарнамалық қызметтің шығармашылық жағының креативтілік принципі. Бұл жарнама берушінің тауарлық ұсынысының тартымдылығының негізгі факторы. Жарнама құралдарының инновациялылық принципі. Ол жарнама тасығыштың ерекше конструкциясы, хабарлардың өзгеру динамикасы, жарық және дыбыс әсерлері, Нысандар арақатынасы және басқа да әсерлер арқылы тұтынушыға арналған жарнамалық құралдың тартымдылығын іздеуден тұрады. Аймақтық принцип. Өңірлік жарнамалық агенттіктер қызметіндегі негізгі қағидаттар қалыптасқан нарықтық жағдай жағдайында өмір сүру болып табылады.

**14. Визуалды коммуникациялар. Визуалды коммуникацияның негізгі функциялары.** Осы жұмыста көрнекі бір жақты коммуникация құралдары қарастырылады: ақпараттық графика және мәтіндік ақпарат метадизайн. Олардың түрлерінің типологиясы келтірілген. Коммуникативтік және когнитивті функцияларға баса назар аудара отырып, инфографика мен метадизайн объектілерінің тағайындалуын, негізгі функцияларын, қалыптасу және қолдану принциптерін талдау ұсынылған. "Метадизайн" ұғымы пайдаланушының қабылдауы мен ықыласын басқару үшін мәтінді когнитивті бағытталған пішімдеу ретінде айқындалған. Метадизайнның негізгі тәсілдері көрсетілген. Көрнекі коммуникация құралдарының тиімділігі мен өзара толықтыруы туралы қорытынды жасалды.

**15. Формальды композиция элементтері арасындағы байланыс және қарым-қатынас. Элемент-кеңістік.** Кез келген түрдегі Композиция (сюжеттік, тақырыптық, пәндік, формальды) визуалды тұтастық талаптарына жауап беруі тиіс. Ол үшін элементтер мен кеңістік арасындағы қарым-қатынасты сауатты құра білу қажет. Бұл қатынас композицияның ішкі құрылымын және оның сыртқы әсерін біртұтас ретінде анықтайды. Композицияның ашықтығы мен жабық болуы, күштік желілердің бағыты элементтер мен кеңістіктің арақатынасымен анықталады. Композицияда үш түрлі тәсіл болуы мүмкін.

**16. Теледидар жарнамасының негізгі түрлері-сипаттамасы, артықшылықтары мен кемшіліктері.**

Теледидар-бұл сайлау деңгейі төмен, кең аудиторияға әсер ететін БАҚ. Дыбыс пен бейнені синтездей отырып, ол жарнаманы тарату арналарының басқа түрлерімен салыстырғанда неғұрлым кең коммуникациялық мүмкіндіктерді қамтамасыз етеді. Қатысудың әсері теледидар коммуникациясын тұлғааралық қарым-қатынас формаларымен жақындастырады, сондықтан ол аудиторияның алдында басқа БАҚ-тарға жақынырақ тікелей, тікелей, екі жақты қарым-қатынасқа түседі. Осы сапаның арқасында теледидар ірі жарнама берушілер, халық тұтынатын тауарларды өндірушілер, қоғамның ең көп бөлігіне жүгінетіндер үшін Ақпаратты таратудың сүйікті арнасы болды. Осы себепті жарнамаларды орналастыру өте қымбат және телемұнара фирманың жарнама бюджетінің көп бөлігін кейде басқа тарату арналарына зиян келтіре алады.

**17. Қаріп (шрифт) графикалық дизайн нысаны ретінде.** Қаріп-бұл суретші-педагог, сондай-ақ дизайнер меңгеруі қажет маңызды көркем құралдардың бірі. Осыған байланысты «қаріп» ұғымын қарастыру қажет. Неміс тіліндегі «қаріп» сөзі-хат, жазу, әріптер ретінде аударылады. Бұдан басқа «қаріп» анықтамасы: «қандай да бір алфавитті (лат., орыс., араб., грек. және т.б.), сондай-ақ қаріптер мен белгілер. Қаріптер сурет сипатында, көлбеу (тік, көлбеу), қанықтығы (ашық, жартылай қалың, майлы), өлшемі (кегль)». «Қаріп» ұғымының басқа анықтамасы қаріптің барлық элементтерінің бірлігін көрсетеді: «қаріп - бұл әріптердің, цифрлардың және басқа да жазбаша белгілердің бейнесі құрудың жалпы заңдылықтары мен бірыңғай стилі бар алфавит. Басқаша айтқанда, белгілі бір хат жүйесінің графикалық нысаны шрифт деп аталады».

**18. Жарнама таратудың стандартты емес құралдары, жіктелуі және сипаттамасы.** Аталған өлшеммен байланысты жарнаманың кейбір түрлері алдыңғы параграфта белгілі бір аспектілерде қарастырылған, мысалы, қоғамдық қатынастар немесе тікелей пошта (тікелей маркетинг). Сондықтан олар тұтынушыға әсер ететін арналарға назар аудара отырып, қысқаша сипатталады. Жарнама бизнесінің дамуы қоғамның экономикалық және әлеуметтік дамуымен тікелей байланысты. Қоғам дамуының технологиялық кезеңінде бұқаралық ақпарат құралдары жарнаманың негізгі құралдары болды. Бұл кезең 80-жылдардың аяғына дейін созылды. 90-шы жылдары дамыған елдердің жаңа ақпараттық кезеңге көшу дәуірінде жарнаманы пайдалануда күрт өзгеріс байқалды. Оның негізгі құралдары-сату жарнамасы, қоғамдық қатынастар, тікелей маркетинг және басқа да ілеспе шаралар. Осылайша, 90-шы жылдардың басында бүкіл әлемдегі бұқаралық ақпарат құралдарындағы жарнамаға тек 40 %, ал 60 % - ы сейлз промоушнмен байланысты іс-шараларға жұмсалды.

**19. Жарнамалық сипаттағы публикация жасаудағы типографиялық тәсілдер.** Жарнамен айналысатын маман үшін бастапқы нүкте маркетингтік аудит нәтижелері болуы тиіс. Егер жарнамашы, тіпті өте талантты және тәжірибелі болса, маркетингілік «іргетассыз» бір көзден ғана ақпарат ала отырып, бір нәрсе шығара бастайды-төбеден. Өкінішке орай, тәжірибе көрсетіп отырғандай, жарнамашыға өнімнің, фирманың және сатып алушылардың маркетингтік аудитінің дайын нәтижелерін сирек ұсынады. Бұл жағдайда ол оны өзі жүргізуге тура келеді.

**20. Көлік жарнамасының жіктелуі мен сипаттамасы-артықшылықтары мен кемшіліктері**. Баспа көлік жарнама - ең көп таралған нысаны жарнама бүкіл әлемде. Оған дәстүрлі түрде газеттер мен журналдардағы жарнама жатады. Жарнама тасығыштың тиімділігі көрсеткіштерінің бірі жарнама құралдарының тұтынушылардың назарын аудару қабілеті болып табылады. Шамамен 50% баспа жарнамасы ақпаратты өңдеудің бастапқы кезеңінен өту мүмкін емес. Сондықтан медиа жоспарлау кезінде баспа жарнамасын өзіне назар аудару мүмкіндігін арттыратын факторларды ескеру қажет.

жарнама құралы ретінде.

**21. Баспа жарнама – жіктелуі, артықшылықтары мен кемшіліктері.**

Баспа жарнама-коммерциялық хабарламаларды таратудың ең ескі түрлерінің бірі. Астында баспа жарнама жиі тиетін ақпараттар газеттер мен журналдарда. Қазіргі уақытта баспа жарнамасына корпоративтік журналдар мен газеттер, флаерлер, парақшалар, жарнамалық брошюралар, күнтізбелер, анықтамалықтар, каталогтар, визиткалар, плакаттар жатады. Баспа жарнамасын таратудың көптеген әдістері бар. Көрмелерде, сондай-ақ жәрмеңкелерде, тақырыптық конференцияларда, арнайы демонстрациялық залдарда, кинофильмдердің ерекше көрсеткіштерінде, пошта арқылы таратылуы мүмкін.

**22. Кәдесый жарнамасы-жіктеу, әзірлеу және қолдану талаптары.**

Баспа жарнама-коммерциялық хабарламаларды таратудың ең ескі түрлерінің бірі. Астында баспа жарнама жиі тиетін ақпараттар газеттер мен журналдарда. Қазіргі уақытта баспа жарнамасына корпоративтік журналдар мен газеттер, флаерлер, парақшалар, жарнамалық брошюралар, күнтізбелер, анықтамалықтар, каталогтар, визиткалар, плакаттар жатады. Баспа жарнамасын таратудың көптеген әдістері бар. Көрмелерде, сондай-ақ жәрмеңкелерде, тақырыптық конференцияларда, арнайы демонстрациялық залдарда, кинофильмдердің ерекше көрсеткіштерінде, пошта арқылы таратылуы мүмкін.

**23. Бейненің мағналы оқыту түрлері: синтез. Қолдану принциптері мен тәсілдері.** «Өнеркәсіптік дизайндағы Эвристика және мағынаны қалыптастыру» – эвристиканың жүйелендірілген және эмпирикалық дәлелді түсінігін, графикалық дизайндағы мағынаны түзудің типологиясы мен иерархиялық моделі туралы түсінікті беру: өнеркәсіптік дизайндағы бейнені құрудың барлық элементтерімен және деңгейлерімен байланысты және дизайн-жобалаудың шығармашылық процесі және "жаңа" пайда болу заңдылықтары - ақпараттың жаңалығы, көркем форманың мәнерлілігі, мағынаны дәл беретін графикалық хабарламаның мазмұны. Өнеркәсіптік дизайнның жалпы моделіне, оның пәндік-кеңістіктік ортаны қалыптастырудағы рөліне талдау жасау; қазіргі стильдің әр түрлі көркем-композициялық жүйелерінің кеңістігінде оның қалыптасуы мен жұмыс істеуіне әсер ететін теориялық аспектілерді зерттеу және қалыптастыру, сондай-ақ өнеркәсіптік дизайнның қазіргі заманғы мәдениетін қоректендіретін Тарихи тамырларды ұғыну.

**24. Бейненің мағналы оқыту түрлері: аллегория. Қолдану принциптері мен тәсілдері.** Тоқыма және жеңіл өнеркәсіп бұйымдарына жарнама мен қазіргі заманғы графикалық дизайнның экспансиясы - жеткілікті агрессивті, белсіз және прагматикалық, нарық заңдары мен графикалық дизайнның жобалық мәдениеті бойынша әрекет ететін, тоқыма дизайнері мамандығының өмір сүру негіздерін қозғайды, дәстүрлі суретші-ою-өрнектер мен модельерлерден ерекшеленетін жаңа үлгідегі мамандарды даярлау міндетін алға тартады.

**25. Бейненің мағналы оқыту түрлері: метафора. Қолдану принциптері мен тәсілдері.** Дәстүрлі тоқыма ою-өрнегі өз тілі, міндеттері, эстетикасы және тұтыну тәсілдері бойынша дәстүрлі көркем тоқыманың безендірілуінен түбегейлі ерекшеленеді. Басқаша айтуға болады: тоқыма және жеңіл өнеркәсіп бұйымдарын көркемдеуде жаңа квазиорнамент функциясын өзіне алған жарнамалық графикалық дизайнның айтарлықтай және жылдам кеңейтілетін секторы қалыптасты.

**26. Графикалық дизайн ұғымы нені қамтиды.**

Графикалық дизайн-типографияны, фотосуреттерді және иллюстрацияларды пайдалана отырып, көрнекі қарым-қатынас және проблемаларды шешу процесі. Өріс визуалды коммуникация мен коммуникациялық дизайнның жиынтығы болып саналады, бірақ кейде «Графикалық дизайн» термині синоним ретінде қолданылады. Графикалық дизайнерлер идеялар мен хабарламалардың визуалды түсініктерін қалыптастыру үшін символдарды, суреттер мен мәтінді жасайды және біріктіреді. Олар типография, бейнелеу өнері және визуалды композициялар жасау үшін беттеу әдістерін пайдаланады. Графикалық дизайнды әдеттегі пайдалану корпоративтік дизайнды (логотиптер мен брендинг), редакциялық дизайнды (журналдар, газеттер мен кітаптар), навигациялық немесе экологиялық дизайнды, жарнаманы, веб-дизайнды, коммуникациялық дизайнды, өнім орамасын және маңдайшаларды қамтиды.

**27. Әр дизайн түріне тән ерекшелігін жазыңыз.**

В рассматриваемый период многие начинания эпохи сопровождались изменениями в мировоззрении и психологии людей, и, разумеется, влекли за собой социальные и культурно-бытовые преобразования. Подъем в промышленности, строительство железных дорог, оживление торговли, усиление конкуренции в коммерческой сфере ускорили формирование единого общероссийского рынка.

**28. Баспа графикасының негізгі түрлері.**

Әр дизайн түрінің өзіндік ерекшелігі. Дизайнның ерекшелігі әрбір зат пайда мен сұлулық тұрғысынан ғана емес, сонымен қатар жұмыс істеу процесі тұрғысынан да қарастырылады, яғни заттың қалай тасымалданатынын, қалай қапталатынын, пәтерде қай жерде және қандай орын алатынын, қандай күтімді талап ететінін, қалай қосылатынын және т.б. ескере отырып. Дизайн өнеркәсіпте жаппай тираждармен шығарылатын заттармен байланысты болғандықтан, олар көптеген адамдардың талғамын қанағаттандыруы керек. Дизайн нысандары қоғамның техникалық прогресі мен әлеуметтік құрылғысының деңгейін көрсетеді. Егер ғасырдың басында және бүгін тігін немесе жазу машинкаларының қалай көрінгенін байқасаңыз немесе соңғы сексен жыл ішінде шәйнектің пішіні қалай өзгергенін қарастырса, онда осы заттардың әрқайсысы қай уақытқа жататынын қатесіз анықтауға болады. Дизайн өнеркәсіптік шығармашылық өнімдерде маңызды рөл атқарады. Дизайн саласы-тұрмыстық құралдар, ыдыс-аяқ, жиһаз,станоктар, көлік құралдары, графика, киім және т.б. Дизайнер әрбір элементтің оңтайлы пішінін іздейді, ол бұйымның жұмыс функциясына (мақсатына) және адаммен байланысына байланысты екенін ескереді.

**29. Графикалық дизайндағы сәндік әшекейлердің дәстүрлі түрлері.**

Қарастырылып отырған кезеңде дәуірдің көптеген бастаулары адамдардың дүниетанымы мен психологиясындағы өзгерістермен сүйемелденіп, әлбетте әлеуметтік және мәдени-тұрмыстық өзгерістерге алып келді. Өнеркәсіпте көтерілу, темір жол құрылысы, сауданы жандандыру, коммерциялық салада бәсекелестіктің күшеюі бірыңғай жалпыресейлік нарықты қалыптастыруды жеделдетді. Көркем-өнеркәсіптік көрмелер мен сауда-өнеркәсіптік съездер өткізу, көркем-өнеркәсіптік мұражайлар мен қоғамдар құру, суретшілердің өнеркәсіптік тақырыптарға үндеуі-осының барлығы сол уақытқа дейін бұрын болмаған техникалық прогресс пен қоғамдық өмірдің жоғары белсенділігінің бір тізбегіндегі буындар болды.-

**30. Безендіру графикасының негізгі мақсаты.**

Дизайн және интерьерді безендіру, оқушылардың көркемдік талғамын тәрбиелеу саласында бастапқы кәсіби білімді, іскерлікті, дағдыларды қалыптастыру, олардың көркемдік даму деңгейін арттыру, көркем мәдениеттің жалпыадамзаттық және ұлттық құндылықтарына баулу.

**ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР**

1. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник: / Л.Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К, 2020. – 246 с
2. Ожарова Г.М. Графикалық дизайн негіздері [Мәтін]: Оқу құралы / Г.М. Ожарова.- Талдықорған: І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, 2019.- 104 б.
3. Пигулевский, В. О. История дизайна. Вещи и бренды: учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. - Саратов: Вузовское образование, 2018. - 235 c.
4. Жиенбекова, А.А. Қазақтардың сәндік қолданбалы өнері [Мәтін]: Оқу құралы / Айнұр Абдрахманқызы Жиенбекова.- Алматы: Эверо, 2015.-268бет.
5. Адамқұлов Н.М. Қолөнерде терме бау өнерін үйрету әдістері [Мәтін]: Оқулық / Н.М. Адамқұлов Қ. Кәкейқызы.- Толықтырылған, өңделген екінші басылым.- Алматы: Эверо, 2014.- 154б.
6. Золотарева Л.Р., Рева М.В., Кипшаков С.А. История материальной культуры и дизайна: Учеб. пособие. - Караган­да: Изд-во КарГУ, 2014. - 300 с.
7. Сүйіндіков, Е.Т. Сәулеттік дизайн негіздері [Мәтін]: Оқу құралы / Е.Т. Сүйіндіков, С.Ж. Бодиков Ж.А. Кожиков.- Алматы: Эверо, 2014.-112б.
8. Муртазина, С. А. История графического дизайна и рекламы: учебное пособие / С. А. Муртазина, В. В. Хамматова. - Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. - 124 c.
9. Егізбаева, М. Қазақ халқының дәстүрлі материалдық мәдениеті [Мәтін]: Оқу құралы / М. Егізбаева.- Алматы: Қазақ университетi, 2012.- 152б.

**БАҒДАРЛАМА СҰРАҚТАРЫ**

**1 МОДУЛЬ**

**МАТЕРИАЛДЫҚ МӘДЕНИЕТ ЖӘНЕ ДИЗАЙН ТАРИХЫ**

1. Дизайнның алғашқы теоретиктері және олардың дизайн туралы теориясын мазмұндаңыз.

2. Алғашқы өндірістік көрменің өткен уақыты және уйымдастырушылар жайында айтыңыз.

3. «Design» терминінің пайда болуы және оның ренессанс дәуіріндегі көрінісін баяндаңыз.

4. Дизайн түрлерін атаңыз және оларға анықтама беріңіз.

5. Дизайнердің кез келген дизайн нысанын жобалау әдістемесінің үрдісін айтыңыз.

6. Экспо-дизайнның басқа дизайн салаларынан айырмашылығын және ерекшелігін айтыңыз.

7. Медиадизай терминіне анықтама беріңіз, қолданылу ортасын айтыңыз.

8. Мәдениет, өркениет және дизайндағы «зат» ұғымына сипаттама беріңіз.

9. Мәскеулік ВХУТЕМАС қызыметін сипаттау.

10. Неміс дизайнына сипаттама беру. Уильям мектебінің қызметі.

11. ССРО мемлекеттік жүйесінде болған дизайнның ерекшелігі.

12. «Веналық шеберханалардың» қызметін сипаттаңыз, осы саладағы атықты дизайнерлер мен суретшілерді атаңыз және ең атақты туындыны мазмұндаңыз.

13. Италия дизайны. ХХ ғасырдағы италия дизайнының әйгілі шығармашылықтарынан мысал келтір.

14. Оп –арт бағытына сипаттама беріңіз.

15. Жапон дизайны. Жапон дизайнының дәстүрлі және қазіргі заман пішіндері.

16. Великобритания дизайнына сапаттама.

17. «Антидизайн» қозғалысына анықтама беріңіз.

18. Франция дизайнына сипаттама. Филип Старктың алемге айгілі аты.

19. Экологиялық аспектінің дизайндағы мағынасы.

20. БАУХАУЗ мектебінің қыметі. Мектептің даму тарихы.

21. Дизайнер Энди Уорхол шығармашылығына сипаттама.

22. Сәулетші Ле Корбьюзе шығармашылығына сипаттама.

23. Петер Беренс--алғашқы өндіріс дизайнері.

24. Сәулетші Френк Ллойд Райт шығармашылығы

25. Уильям Моррис шығармашылығы. «Өнер және қолөнер» қозғалысы.

26. Антонио Гауди шығармашылығы.

27. «Ар Нуво» бағыты. Өкілдерін атап шығармашылықтарына тоқталыңыз.

28. Алвар Аалто шағармашылығына сипаттама беру.

29. Сәулетші Ле Корбьюзе

30. Баухауз мектебінде Вальтер Гропиустың жаңашылдығы.

**2 МОДУДЬ**

**ЖАРНАМА ЖӘНЕ БАСПА ГРАФИКАСЫ**

1. «Америкалық модерннің» бағытына анықтама беріңіз.

2. БАУХАУЗ, ВХУТЕМАС алғашқы дизайн мектептерінің қызаметтері.

3. «IKEA» и «Habitat» фирма іс-әрекеттерінің ерекшеліктері.

4. «Деконструктивизм» стилі. Стиль өкілдерінің шығармашалығы жайында айтыңыз

5. «Постмодернизм» бағыты. Бағытты құраушы негізгі нұсқалар. Стильдің сәулеттегі және дизайндағы үлгілері.

6. «Конструктивизм» стилі. Кеңестік конструктивизмнің іс-әрекеті.

7. «Космос» стилі және оның ерекшеліктері.

8. «Сюреализм» бағыты. Бағыт өкілдерірің іс-әрекеттері.

9. «Скандинавиялық модерн» бағытына сипаттама беріңіз.

10. «Боз-арт» стилі.

11. «Постиндустриализм» бағыты.

12. Ар-деконың интерьердегіжәне затты дизайндағы көркем-стилистикалық мотиві.

13. «Дадаизм» бағыты. Дизайн өнеріндегі үлгілері.

14. «Швецария мектебі» бағыты.

15. «Минимализм» стилі.

16. АҚШ дизайнының ерекшеліктері.

17. «Супрематизм» бағыты. Әр-түрлі саладағы стиль үлгілері.

18. ХХ ғ. өнер мен дизайнның негізгі стилі және стилдік бағыты.

19. «Халықаралық стиль» бағытына сипаттама беріңіз. Мысалдар келтіріңіз.

20. Хай-тек

21. «Де Стейл» қозғалысы. Стиль үлгілері.

22. Раймонд Лоуидің шығармашылығымен іс-әрекеті. Оның әйгілі шығармашылықтарынан мысал (атап) келтір.

23. Орыс модерні. Стиль өкілдерін атаңыз.

24. Ар нуво бағытына симаттама, бағыт өкілдері.

25. «Мемфис» Милан тобының қызыметі және әрекеттеррі туралы айтыңыз.

26. «Футуризм» бағыты. Бағытты таныстырушылар.

27. «Поп-арт» бағыты. Стиль өкілдері.

28. Финляндиялық модерн. Бағыт өкілдері.

29. Ээро Саариненоның шығармашылығын айтыңыз

30. Сәулетші Мисс Ван дер Роэнің шығармашылығы.

**3 МОДУЛЬ**

**ГРАФИКАЛЫҚ ДИЗАЙН ЭЛЕМЕНТЕРІ МЕН ПРОЦЕССТЕРІ 4**

1. Графикалық дизайндағы мағынаны визуализациялаудың негізгі тәсілдері.

2. Графикалық дизайндағы смыслообразования түрлері.

3. Композиция туралы түсінік.

4. Көрнекі бейнелердің метаморфоздары. Пайдаланудың негізгі принциптері мен тәсілдері.

5. Графикалық дизайндағы фотоколлаж мен фотомонтаждың рөлі мен маңызы.

6. Түстердің үйлесімдігі. Негізгі принциптері.

7. Формальды композицияны құру ерекшеліктері.

8. Формальды композиция элементтері арасындағы байланыс және қарым-қатынас. Композиция элементтерінің доминантты қатынастарын ұйымдастыру.

9. Формальды композиция құралдарының көмегімен материал қасиеттерінің визуалды өрнегі.

10. Түс үйлесімдерінің түрлері және оларды графикалық дизайнда қолдану. Графикалық дизайндағы түс және бейне.

11. Визуалды коммуникациялар. Визуалды коммуникацияның негізгі функциялары.

12. Компьютерлік желілердегі жарнаманың негізгі түрлері және олардың сипаттамасы.

13. Жарнама қызметінің принциптері мен функциялары.

14. Визуалды коммуникациялар. Визуалды коммуникацияның негізгі функциялары.

15. Формальды композиция элементтері арасындағы байланыс және қарым-қатынас. Элемент-кеңістік.

16. Теледидар жарнамасының негізгі түрлері-сипаттамасы, артықшылықтары мен кемшіліктері.

17. Шрифт графикалық дизайн нысаны ретінде.

18. Жарнама таратудың стандартты емес құралдары, жіктелуі және сипаттамасы.

19. Жарнамалық сипаттағы публикация жасаудағы типографиялық тәсілдер.

20. Көлік жарнамасының жіктелуі мен сипаттамасы-артықшылықтары мен кемшіліктері

жарнама құралы ретінде.

21. Баспа жарнама – жіктелуі, артықшылықтары мен кемшіліктері.

22. Кәдесый жарнамасы-жіктеу, әзірлеу және қолдану талаптары.

23. Бейненің смыслообразования түрлері: синтез. Қолдану принциптері мен тәсілдері.

24. Бейненің смыслообразования түрлері: аллегория. Қолдану принциптері мен тәсілдері.

25. Бейненің смыслообразования түрлері: метафора. Қолдану принциптері мен тәсілдері.

26. Графикалық дизайн ұғымы нені қамтиды.

27. Әр дизайн түріне тән ерекшелігін жазыңыз.

28. Баспа графикасының негізгі түрлері.

29. Графикалық дизайндағы сәндік әшекейлердің дәстүрлі түрлері.

30. Безендіру графикасының негізгі мақсаты.