



**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.

«Заманауи дизайн», «Түстану», «Графикалық дизайн нысандарын жобалау 4» атты пәндерді меңгергеннен кейін, түлек ***келесі талаптарға сай болуы керек:***

- дизайн нысандарын жобалаудың негізгі кезеңдерін, сондай-ақ дизайн тарихының негізгі кезеңдерін, композицияны, формаларды, түстерді, дизайн нысандарын жобалаудағы стилді пайдаланудың жалпы түсініктері мен мәселелерін білу;

- дизайн түрлері мен жанрларында талдай білу, дизайнды өнер түрі ретінде және жобалау түрі ретінде сипаттай білу;

- объектіні зерттеу тәсілдерін меңгеру, жағдайды талдау, композициялық шешім бағдарламасының дизайнын жасау, жобалық құжаттаманы рәсімдеудің графикалық және макеттік тәсілдерін меңгеру.

- түс теориясының негіздерін, түстің негізгі сипаттамаларын, түс жүйелерін, колориметрия негіздерін, түстерді қабылдау психологиясы мен физиологиясының негіздерін, түстің символикасын, түс үйлесімдерінің типологиясын, контрасты жіктеуді, колориттің түрлерін, органикалық және бейорганикалық бояулар мен пигменттердің сипаттамаларын білу.

-эстетикалық мәнерлілікке, көркем бейнеге және композициялық тұтастыққа қол жеткізу үшін түспен туындайтын оптикалық иллюзиялар мен психологиялық қауымдастықтарды есепке ала білу.

- түстермен және түстермен жұмыс істеу тәсілдерін меңгеру.

- бейнелерді ұйымдастыру теориясы мен принциптерін білу;

- композиция заңдарын қолдана білу, яғни графикалық дизайнда композициялық құрудың негізгі принциптері.

- мағынасы түзу түрлері бойынша графикалық композицияларды жасау тәсілдерін меңгеру.

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**

**ЗАМАНАУИ ДИЗАЙН**

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

Дизайн-көркемсурет және сәулет өнерінің өнеркәсіп бұйымдарының ең үздік үлгілерін жасау және заттық ортаны үйлестіру шараларын қамтитын бағытының атауы. Дизайн қызметінің ерекшелігі-әсем, әрі көркемжасалған тұтыну заттары мен бұйымдардың қоршаған ортаға лайық үйлесімін жүзеге асырып, ұдайы олардың жаңа үлгілерін ойлап табу.

**2. «Дизайн» терминіне анықтама беріңіз.**

Дизайн сөзі ағылшын тілінен аударғанда жоспар, сурет, сызба деген нақты анықтама береді. Көптеген ғасырлар бойы адамның заттық кеңістік ортасы қолдан жасалды. Мұның бәрі 19ғ/ң басынан өзгеріске енді.

**3. XXI ғасырда дизайн қандай бағытта дамыды?**

Жиырма бірінші ғасырдағы дизайнда табиғи материалдар көп қолданылады. Бұл жиһазды таңдауға, әрлеу тәсілдері мен декор элементтеріне қатысты.

**4. Дизайнда қазіргі уақыттағы стильдік бағыттарды атап, мазмұндама беріңіз.**

Заманауи стильдік бағыттар – дизайын бағытында, өнер және архитектура саласында көптеген орын алуда. Бұл стильдің шығу тарихы Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін Ұлыбритания 1951ж-бастау алады.

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

Жобалау әдістемесі грек сөзінің. зерттеу, тану, ілімінен бастау алады. Нақты міндетті шешуге, практикалық немесе теориялық игерудің амалдарын, операцияларының жиынтығы.

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

Ең тиімді құралдардың бірі көрмелер болып табылады. Көрмеге қатысу-әлеуетті тұтынушыларға өнімнің жаңа түрлерін көрсетуге мүмкіндік қана емес, сонымен қатар іскерлік байланыстарды нығайтуға да мүмкіндік береді.

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

Медиадизайн-коммуникацияның жаңа ортасын құру. Медиа орта тақырып бойынша көпбейінді және жылжыту техникасы вариативті, сондықтан медиадизайнның бейінді қатарына веб-дизайн, арт-дизайн, ланд-дизайн, теледизайн кіреді.

**8. Мәдениет, өркениет және дизайндағы «зат» ұғымына сипаттама беріңіз.** Материалдық пән формасы ретінде. Тас, жер-қыртысы, ағаштың бөлігі заттық нәрсе деп санаймыз.

**9. Заманауй дизайндағы танымал бағыттарды атаңыз, мазмұндама беріңіз.**

Қазіргі дизайнда жаңа танымал бағыт- ретро. Ол 50-80 жылдардағы интерьерлерді безендіруді көрсетеді. Бұл стильде біз көңілді және қызықты безендіруді сезінеміз.

**10. Неміс дизайныны тарихына тоқталыңыз, атақты дизайнерлерді атаңыз және ең атақты туындыны сипаттаңыз.**

Неміс дизайны-бұл жоғары функционалдылық пен эстетиканың бірегей үйлесімі. Неміс дизайны-бұл тәжірибе, сәндік элементтердің артық болмауы, түстер мен реңктердің нәзік үйлесімі, пішіндер мен сызықтарға конструктивитік көзқарас. Тіпті неміс дизайн нысандарында ұсынылған классикалық стиль нәзік болады.

**11. XXI ғасырда дизайнның даму бағыттарына болжам айтыңыз. Ойыңызды білдіріңіз.**

Дизайнның міндеті бастапқы бір дененің түпнұсқасын, құбылыста бар нәрсеге ұқсамайтындай етіп өзгерту болып табылады.

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

Венада кәсіпорын Британдық ұйымдардың үлгісі бойынша корпоративтік бастауларда құрылды, 1903 жылдың күзінде алтын, күміс, тері және ағаштан жасалған бұйымдар өндірісі басталды.

**13. Итальян дизайныны тарихына тоқталыңыз, атақты дизайнерлерді атаңыз және ең атақты туындыны сипаттаңыз.**

Италиядағы өнеркәсіптік дизайнның иновационды дәстүрлері көлік саласындағы 1930-шы жобаларда қаланды.

**14. Оп-арт бағытына сипаттама беріңіз, атақты дизайнерлер мен туындылары туралы айтыңыз.**

Еуропада пайда болған абстрактілі өнер мен графикадағы Оп-арт стилі 1960-жылы АҚШ-та қозғалыс имитациясы мақсатында геометриялық пішіндерді пайдалануды, қозғалыс пен иллюзия әсерлерді жасайтын көптеген көрнекіліктерді ерекшелейді.

**15. Жапон дизайныны тарихына тоқталыңыз, атақты дизайнерлерді атаңыз және ең атақты туындыны сипаттаңыз.**

Жапон дизайны әрдайым өзінің жұмбақ және лакеттілігімен ерекшеленді. Жапония мәдениеті Еуропа мен Америкада экзотика ретінде қабылданған, өйткені ұзақ уақыт бойы, ерекше географиялық жағдай мен климаттық жағдайларға байланысты жапон аумақтары іс жүзінде оқшауланды. Осының арқасында Жапониядан әкелінген кез келген нысан, осы елдің тарихы мен мәдениеті туралы жаңалық болды. Өзгерістер тек 1868 жылы Мэйдзи төңкерісінен кейін болды. Нәтижесінде, Жапония басқа мәдениетпен өзара іс-қимыл жасай бастады, кейіннен бүкіл жапон мәдениетін қатты өзгертті.

**16. Ұлыбритания дизайныны тарихына тоқталыңыз, атақты дизайнерлерді атаңыз және ең атақты туындыны сипаттаңыз.**

Ұлыбритания сән және өнер дизайнының болып саналады.

Ұлыбритания ұсынған ең қызықты экспонаттар Көпірлер мен паровоздардың модельдері, гидравликалық престер, Суэц каналының макеті болды.

**17. «Антидизайн» стиліне сипаттама беріңіз, атақты дизайнерлер мен туындылары туралы айтыңыз.**

Объектінің функционалдық қасиеттеріне әсер ететін пропорциялардың, Ирония, китч қанық тоны бұзылуы. Жекелеген объектілер емес, тұтас атмосфераны құруға ұмтылу.

**18. Франция дизайныны тарихына тоқталыңыз, атақты дизайнерлерді атаңыз және ең атақты туындыны сипаттаңыз.**

Дизайнер Филипп Старктің әлемдік танымалдығының феномені қандай? Француз стилі 17 ғасырдың соңында Францияда пайда болды. Бұл қазіргі француз интерьер үшін негізгі стилистикалық акцент болып табылады. классикалық стильдер, барокко, рококо және ампир Француз стиліне қатты әсер етті.

**19. Экодизайнға сипаттама беріңіз, атақты дизайнерлер мен туындылары туралы айтыңыз.**

Суретші конструктордың бұқаралық өнеркәсіп өнімдерін жобалау, сәулет ортасының дизайны, ландшафтық дизайн, киім дизайны саласындағы заманауи қызметі экологиялық мәдениеттің экологиялық білімінсіз мүмкін емес.

**20. Баухаус құрылысының жоғары мектебінің қызметін сипаттаңыз, мектепті қалаушы өкілдерін атаңыз.**

Баухаус мектебі 1919 жылы 25 сәуірде Саксон-Веймар бейнелеу өнері жоғары мектебінің бірігуі нәтижесінде құрылды.

**21. Дизайнер Энди Уорхолдың шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.**

Энди Уорхол (1928- 1987) американдық суретші, продюсер, дизайнер, жазушы, коллекционер, журналдардың баспашысы және кинорежиссер, поп-арт қозғалысы және жалпы заманауй өнер тарихындағы діни тұлға.

**22. Сәулетші Ле Корбюзьенің шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.**

Жиырмасыншы ғасырдың ең маңызды сәулетшілерінің бірі өзінің құрылыстарының арқасында, әрқашан өзіндік ерекше, сондай-ақ жазушы-публицистің дарынды қаламынан белгілі болды.

**23. Петера Беренстің өнеркәсіптік дизайн саласындағы еңбегін баяндаңыз.**

Қазіргі заманғы өнеркәсіптік сәулет пен дизайнның негізін қалаушылардың бірі. Ең алдымен, сәулетші ретінде белгілі.

**24. Сәулетші Фрэнк Ллойд Райттың шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.**

Фрэнк Ллойд Райт өз кезеңінің гениі, сән өнерінің заңгері, болашақ ұрпақтың рухтандырушысы болып танылды.

**25. Дизайнер Уильям Морристің шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.**

«Өнер және қолөнер» қозғалысының қызметін ағартушы, ағылшын суретшісі, дизайнер, ақын, басбапакер және әлеуметтанушы.

**26. Сәулетші Антонио Гаудидің шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.**

1852 жылы 25 маусымда дүниеге келген атақты Каталон сәулетшісі Антонио Гауди-и-Корнет ұлттық Готика мен халықтық Каталон мәдениетінің ерекшелігіне сүйене отырып, модерннің ескі дәстүрлері мен стилистикасын біріктірді.

**27. Бельгиялық Ар нуво стиліне сипаттама беріңіз, атақты дизайнерлер мен туындылары туралы айтыңыз.**

1880 жылдан бастап Бірінші дүниежүзілік соғысқа дейін гүлденген талғампаз, көпжанрлық стильді білдіреді. Суретшілерге арналған идеялар көзі Ар Нуво табиғат болды.

**28. Алвар Аалто шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.**

Алвар Аалто. Фин сәулетшісі және дизайнер, Скандинавиядағы модернизмнің Бас өкілі, авангардизмнің заманауй дизайнының негізін қалаушы.

**29. Ле Корбюзьенің сәулет өнері саласындағы еңбегін, жаңалықтарын және атақты туындылары туралы айтыңыз.**

Ле Корбюзье (6 қазан 1887-1965 ) XX ғасырдың тарихында ең ірі сәулетшілерінің бірі.

**30. Баухауз мектебін ашуда Вальтер Гропиустың сіңген еңбегі және тұжырымдамаларын айтыңыз.**

Валтер Гропиус, функционализмнің негізін қалаушы, модернизм рәміздерінің бірі болған Дессау неміс қаласында құрылған Баухаус институтының іске қосылған архитектурадағы рационалистік принциптерді әзірлеуші.

**2 МОДУЛЬ**

**ТҮСТАНУ**

**1. Түстің табиғаты туралы айтып беріңіз. Спектрлік түстерді атаңыз және оларға сипаттама беріңіз.**

Түс-адам өміріндегі негізгі ұғымдардың бірі. Табиғаттың тамаша сыйы - адамның көптеген түстермен және реңктермен безендірілген әлемді көру қабілеті. Бір қарапайым, қысқа «түс» сөзімен біріктірілген құбылыстардың күрделі кешені бізді барлық жерде алып жүреді. Адамдар бұл ғажайыпқа үйреніп, оған таңданбайды. Кәдімгі сана үшін түс проблема емес: кәдімгі-утилитарлық дүниетаным аймағында «түс дегеніміз не?» адамдар түсін заттардың объективті қасиеті деп санауға бейім, ал түстерді көру және ажырату қабілеті ақылға қонымды қабілет ретінде. Сонымен қатар, әдеттегі өмірде үйреншікті «көрінбеушілік» түс бірегей және көп жағдайда жұмбақ феномен емес дегенді білдірмейді.

**2. Түстің үш негізгі қасиетін қандай және оларды сипаттаңыз.**

Бейнелейтін заттардың материалдылығы бейнелеу жазықтығында ең алдымен жарық түсіру сипатымен беріледі. Әр түрлі материалдардан тұратын заттардың өзінің жарық түсінің өзіндік ерекшеліктері болады. Цилиндрлік формадағы гипсті күңгірт зат жарықтан бір жарым, көлеңке және рефлекс арқылы бірқалыпты өтпелерді сипаттайды. Шыны цилиндрлік ыдыстың айқын жарық градациялары жоқ. Оның пішіні тек құймақ пен рефлекстерді көрсетеді. Металл заттарға бірдей қатысты. Егер суреттегі немесе көркем этюдтегі осы жарықты беретін болса, заттар материалдық (гипс, шыны, металл, ағаш және т.б.) көрінеді.

**3. Нысанның жергілікті түсі дегеніміз не, ол жарықтандыруға байланысты қалай өзгереді?**

Түстің негізгі сипаттамалары. Әрбір түстің үш негізгі қасиеттері бар: түс тоны, қанықтық және жарық. Сонымен қатар, жарық және түс контрасты сияқты түстердің сипаттамалары туралы білу, заттардың жергілікті түс түсінікпен танысу және түстің кейбір кеңістіктік қасиеттерін сезіну маңызды.

**4. Түстердің қолданылу аясын атаңыз және сипаттаңыз.**

Түстің өзіндік сапасы-оған объективті тән қасиеттер (түс, түс, Жарық, қанық). Қабылдау дәрежесі қанықтыққа байланысты. Түстерге тән емес қасиеттер объективті тән емес, оларды қабылдау кезінде эмоционалдық реакцияның салдарынан пайда болады. Біз түстер жылы және суық, жеңіл және ауыр, саңырау және сюрприз, шығыңқы және шегінетін, жұмсақ және қатты. Бұл сипаттамалар суретші үшін маңызды, өйткені олар арқылы шығарманың мәнерлілігі мен эмоционалдық көңіл-күйі артады.

**5. Ахроматикалық түстер тобына қандай түстер кіреді? Ахроматикалық түстердің контраст формасы.**

Бастайық, әлі күнге дейін бояуды нақты анықтау жоқ. Колорит ретінде эстетикалық бірлікті құрайтын және қандай да бір ой, сезім, табиғат немесе адам жағдайын білдіретін, туындыдағы (өнер немесе дизайн) түстердің жүйесін, олардың үйлесімі мен өзара қарым-қатынасын білдіреді.

**6. Түстер шеңберіндегі түстердің реттілігі қандай?**

Бірнеше негізгі (бастапқы) сәулеленулер немесе бояулар арқылы түрлі түстерді алу процесі түс синтезі деп аталады. Түс синтезінің екі түрлі әдісі бар: аддитивті және субтрактивті синтез. Аддитивті синтезде алғашқы сәулелену араласады. Бастапқы ретінде екі, үш және одан да көп түрлі сәулеленулер қолданылуы мүмкін, бірақ ең көп таралған үш түсті аддитивті синтез. Бастапқы түстер және олардың сәулеленуін жасайтын негізгі деп аталады. Аддитивті синтездің негізгі сәулелері - көк, жасыл және қызыл, яғни спектрдің үш негізгі аймағының сәулеленуі. Түстің аддитивті синтезі - базалық түстердің сәулеленуін оптикалық араластыру нәтижесінде (Қызыл, жасыл және көк-R, G, B) түстерді ойнату. Экранда және теледидар экранында түсті бейнелерді жасау кезінде баспа жүйесінің мониторларында қолданылады. Субтрактивті синтезде жаңа түсті бір түсті қабатқа - сары, күлгін және көгілдір етіп қою арқылы алады. Көк, жасыл және қызыл сәулелер осы бояулармен сіңеді (яғни ақ жарықтан біртіндеп шегеріледі). Сондықтан боялған учаскенің түсі барлық үш қабаттан өтетін және бақылаушының көзіне түсетін сәулелермен анықталады.

**7. Жарық түсінің көрінетін сипаттамаларының өзара қатынасы.**

Материалдың түсі-бұл материалдың беті бейнеленген жарық ағынының спектрлік құрамына байланысты көру сезімі. Белгілі бір беттің түсі жарық көзінің сәулелерінің қандай бөлігі сіңеді және қандай көрінеді. Түс шешімін қабылдауға тікелей әсер етеді, сондай-ақ объект қабырғаларының күн жарығы.

**8. Қосымша түстер және олардың қасиеттері.**

Түстердің үйлесімі – бұл әр түстің қайталанбас реңін табуға негізделген олардың аудандары мен формаларының тепе-теңдігі мен үндестігі нәтижесінде түстердің өзара үйлесімдігі. Бұл үйлесім АДАМДА белгілі бір оң сезім мен сезім тудыруы керек. Гармоникалық үйлесім, психофизиологиялық қабылдау сипаты бойынша бес түрлі-түсті топқа бөлінеді: түстердің біртональды гармониялық үйлесімі, туыстық түстердің гармониялық үйлесімі, контрасты түстердің гармониялық үйлесімі, туыстық-контрасты түстердің гармониялық үйлесімі және «Триада» гармониялық үйлесімі.

**9. Түсті қабылдау физиологиясы. Түстің негізгі қасиеттері.**

Түс үйлесімдерінің типтері және олардың құрылу принциптері. Бір түсті үйлесім (түс тану әдебиетінде оны монохромды деп те атайды) бір түсті тонның түстерінің үйлесімділігіне, жарық және қанықтығы бойынша айырмашылықтар болған кезде құрылады. Жалпы түс реңкі бұл түс композициясын тыныш, теңдестірілген сипатқа береді. Үйлесімнің бұл түрі кескіндемеде, сәндік-қолданбалы өнерде, киім дизайнында кеңінен қолданылады. Бірақ интерьерде оны пайдалану қажет емес, себебі кеңістікте бір түсті монополия, тіпті көп мөлшерде адам ағзасында психофизикалық бұзылулар пайда болғанға дейін ыңғайсыздық туғызады.

**10. Бояу қабатының фактурасы.**

Бояу қабатының оптикасына фактура мен топырақ түсі әсер етеді. Кескіндемедегі фактура туралы айтқан кезде, әдетте бояу қабатының микрорельефі, яғни оның сыртқы беті бар. Алайда, бояу қабатының беті қандай да бір тәуелсіз сапа болып табылмайды,ол барлық тереңдікте бояу қабатының құрылысымен анықталады. Мүмкін, суреттің фактурасы-оның сыртқы бедері ғана емес, бояу қабатының құрылымы. Мұндай түсініктің заңдылығы бояулы қабаттың оптикасы бір мезгілде беттің сипатына және жалпы оның құрылымына байланысты екендігі расталуы мүмкін.

**11. Түстерді қабылдаудың физиологиялық және психологиялық ерекшеліктері.**

Түс адамның физиологиялық процестеріне және оның психологиялық жағдайына әсер етеді. Әр түстің ерекшеліктерін біле белгілі бір бейнені қалыптастыруға, белгілі бір эмоцияларды, қауымдастықтарды тудыруға болады.

**12. Түстерді жүйелеу тарихы және Спектр құру.**

Гүлдерді жүйелеу қажеттілігі бұрыннан пайда болды. Бұл түстерді зерттейтін ғалымдарға да, түрлі салаларда түсті қолданатын практикаларға да қажет болды: бейнелеу өнері, медицина, Минералогия және т. б. Барлық түстерді қандай да бір жүйеге келтірудің бірінші әрекеті-белгілі бір тәртіппен орналастыру, негізгі және туынды және т.б. - XVII ғасырда "барлық уақыт пен халықтардың үздік колорисі" - И. Ньютон жасаған. Есіңізде болсын, ол призманың көмегімен ақ жарық сәулесін таратып, қызыл, қызғылт сары, сары, жасыл, көк, көк және күлгін түстерден тұратын түрлі - түсті жолақ спектрін алды. Жиі көк түспен көк түсті түсінеді. Бірақ нақты мағынада спектральды көгілдір түс-жасыл түстен көкке, Көк толқынның бір түрі.

**13. Кеңістікті беру, таңдау және түспен біріктіру**.

Мағыналық өзара іс-қимыл логикасына сәйкес сурет элементтерін тең басқару жүйесінде кескіндеме композициясының тұтас түс кеңістігін құру заңдылықтары. Кескіндеме сабақтарында қабылдау қасиеттерін дамытудың негізгі аспектілері ашылады. Натюрмортты бейнелеу кезінде оқу тапсырмаларын шешу реті сипатталады.

**14. Физика және өнер позицияларындағы түс пен жарықтың өзара байланысы.** Жарықтың көркем теориясын жақсы түсіну үшін оның физикалық теориясының негізін есте жаңарту пайдалы. Бұл физикалық және көркем терминдер арасында параллельді жүргізуге, олардың мағынасын жақсы түсінуге және олардың арасындағы нақты өзара байланысты орнатуға көмектеседі. Мектептегі физика курсының өзінде жарық электромагниттік тербелістердің бір түрі болып табылатындығын және оның толқындық қасиеттері дәстүрлі физикалық әдістермен сипаттауға оңай болатынын білеміз. Кез келген басқа электромагнитті сәуле сияқты жарық қоршаған кеңістікке оның көзін тудырған энергетикалық ағын болып табылады. Әдетте, жарықтың көзі-жоғары температураға дейін қыздырылған, атомдардың жылу тербелістері және сәулеленуді тудыратын. Осы денелерді құрайтын химиялық элементтер атомдарының резонанстық жиілігінің айырмашылығы көптеген Элементарлық құрамдастардан тұратын сәулеленудің күрделі ағынын туындатады.

**15. Түс композицияның құралы ретінде.**

Композициялық тұрғыдан түс-бұл көрерменге графикалық формаға байланысты қосымша эмоциялық сезімдерді тудыратын ерекше құрал. Ол оның үлкен мәнерлілігіне қол жеткізуге ықпал етеді. Адамға түстің эмоциялық әсері субъективті сипатқа ие. Алайда, оның көрінісінің жалпы заңдылықтары да анықталды, олар бейнелі түсті графикалық композицияны құру үшін бастапқы нүкте ретінде қызмет ете алады. Түрлі түстердің психологиялық және бейнелі-эстетикалық қасиеттерін анықтауға болады. Түстік мәдениет-түстік орта туралы білім жиынтығы ретінде қабылдаудың психофизиологиясына сүйенетін мәдениеттің құрамдас бөлігі, феномен. Рухани және материалдық өмірдің түрлі аспектілерінде ашылады. Түстік мәдениет әлеуметтік-кеңістіктік үдерістер ортасында пайда болады және пайда болады.

**16. Түс тану және колористика түсінігі.**

Қазіргі ғылым түсін адамның көру органында Жарық әсерінде пайда болатын сезім ретінде анықтайды. Түс барлық көрермен әсерлерінің сапалы негізін құрайды. Жарық және олар туатын 7 түс сезімдері адамның өмір бойы ілесе жүреді, қоршаған әлемде шындықты қабылдаудың және бағдарлаудың ең құнды құралы болып табылады.

**17. Адамның түсін тануы.**

Қабылдау-бұл физикалық, физиологиялық және психологиялық факторлармен байланысты және бақылау жағдайларымен байланысты күрделі процесс. 24 түс сезімінің пайда болу себебі сәулеленудегі объективті физикалық айырмашылықтар болып табылады. Біз бұл сәулелерді ажыратып, оларды түсі бойынша әр түрлі көреміз, көру физиологиясына байланысты. Көздің құрылымы. Жарық тормен қабылдау үшін қарашық арқылы көздің ішіне өтеді. Жарық сигналының алғашқы түрленуі көз алмасының мөлдір бөлігінің дөңес мөлдір қабығында жүреді. Жарық мүйізден және қарашықтан өткен кезде, ол аударылған суретті торға фокусталған кристаликке түседі. Көз түбінен сәл алыс жатқан торшаның учаскесі Орталық шұңқыр деп аталады, бұл жерде жарық сезгіш немесе фоторецепторлы колбоктардың ең көп жиналуы байқалады, жарық пен түсті қабылдауға жауап береді.

**18. Хроматикалық түстер ұғымы.**

Хроматикалық түстер: көрінетін жарық адам миы белгілі бір түстер ретінде қабылдайтын түрлі ұзындықтағы толқындар бар. Пән әдетте бір ұзындықтың толқындарын жұтып, екінші ұзындықтың толқындарын көрсетеді. Бұл толқындарды біз оның түсі ретінде қабылдаймыз. Яғни, мысалы, рябин қызыл түстерден басқа барлық түстерді сіңіреді, ал қызыл көрсетеді. Сондықтан ол қызыл болып көрінеді.

**19. Ахроматикалық түстер ұғымы.**

Түстері жоқ және бір-бірінен тек жарық (жарықтық) бойынша ерекшеленетін тонның ахроматикалық түстері (көрінетін сәулелер, Жарық). А. ц.түстің тазалығы мен қанықтығының нөлдік мәндерімен сипатталады. Олар түс реңктері жоқ сұр (ақ-қара) ретінде қабылданады.

**20. Гармония ұғымы.**

Бір түсті (монохромды) гармония. Бір түсті үйлесім (түс тану әдебиетінде оны монохромды деп те атайды) бір түсті тонның түстерінің үйлесімділігіне, жарық және қанықтығы бойынша айырмашылықтар болған кезде құрылады. Жалпы түс реңкі бұл түс композициясын тыныш, теңдестірілген сипатқа береді. Үйлесімнің бұл түрі кескіндемеде, сәндік-қолданбалы өнерде, киім дизайнында кеңінен қолданылады. Бірақ интерьерде оны пайдалану қажет емес, себебі кеңістікте бір түсті монополия, тіпті көп мөлшерде адам ағзасында психофизикалық бұзылулар пайда болғанға дейін ыңғайсыздық туғызады.

Біздің түсті шеңберде-бұл түстің 5 сатысынан тұратын түстердің үйлесімі.

**21. Гармония ұғымы. Туыстық гүлдердің үйлесімі.**

Практикада белгілі түстердің көпшілігін екі негізгі түрге бөлуге болады: қарама-қарсы түстердің үйлесімі және туыстық түстердің үйлесімі. Бұл бөлудің негізінде түстердің түс шеңберіне бөлінуі жатыр. Тәжірибе қарама-қарсы немесе жақын түстердің үйлесімі неғұрлым мәнерлі екенін растайды. Тиісінше, қарама-қарсы түстердің үйлесімі мен туыстық түстердің үйлесімі ерекшеленеді. Гармония негізіне контраст пен нюанс сияқты көркем мәнерлілік құралдары алынды деп айтуға болады.

**20. Контраст ұғымы. Контраст түрлері. Түсі бойынша Контраст (түс салыстырулары).**

Түс контраст-бұл екі және одан да көп түстерді салыстыру, оларды тиімді салыстыру және көрсету мүмкін еді. Оның мәні қандай да бір параметрлер бойынша қарама-қарсы түстер мен түс дақтары олардың әрқайсысына қарағанда сапалы жаңа сезімдер мен сезімдерді бірге туындататынын көруге болады. Ол көбінесе композицияның сипаты мен әсерін анықтайды.

**21. Түс терминдері, түстердің атаулары мен сипаттамалары.**

Түс-пайда болатын физиологиялық көру сезімінің негізінде анықталатын және бірқатар физикалық, физиологиялық және психологиялық факторларға байланысты Оптикалық диапазонның электромагниттік сәулеленуінің сапалық субъективті сипаттамасы. Түстерді қабылдау адамның даралығымен, сондай-ақ спектральды құраммен, қоршаған жарық көздерімен түсті және жарқын қарама-қайшылықпен, сондай-ақ жарқырамайтын объектілермен анықталады. Метамерия, адам көзінің жеке тұқым қуалайтын ерекшеліктері (полиморфты көру пигменттері экспрессиясының дәрежесі) және психика сияқты құбылыстар өте маңызды. Қарапайым тілмен айтқанда, түс-бұл адамның көзге жарық сәулесінің түсуі кезінде алатын сезім. Бір спектрлік құрамы бар жарық ағыны әртүрлі адамдарда әртүрлі сезімдерді тудырады, себебі олардың көзді қабылдау сипаттамалары әр түрлі болады және олардың әрқайсысы үшін түсі әр түрлі болады. Демек, даулар, «шын мәнінде қандай түс», мағынасыз - мағынасы сәулеленудің «шын мәнінде» құрамы қандай өлшемге ие.

**22. Колорит ұғымы. Колорит түрлері.**

Колорит түрлері: бай немесе жарқын колорит, бөлінген колорит, қара колорит, сынған колорит, классикалық колорит.

**23. Монохромды колорит.** Монохромды бояу-ақ қағаздағы қара және тағы бір түс. Майлы кескіндемеде бұл термин ақшыл түсті бояуды білдіреді, ал қара қараңғы. Монохромды гүлдер отбасы бар. Мысалы, қызғылт сары тұқымға Сиена күйдірілген түсі кіреді, себебі бұл терең қызғылт сары түс. Жылы Сары сіз сол отбасына қосуға болады, себебі олар қызғылт сары жақын. Бұл бетте бір сурет жылы және суық монохромды гаммада жазылған.

**24. Контраст ұғымы. Контраст түрлері.** **Қанығу бойынша Контраст.** Түс контрастының жеті түрі: түс контрасты, ашық және қараңғы контраст, суық және жылы контраст, қосымша түстердің контрасты, симультанный контраст, қанықтығы бойынша контраст, түсті дақтардың ауданы бойынша контраст.

**25. Түс сапасы. Түс сапасының үлгілері.** Сөз сөйлеушілер-шегінетін адамдар. Беймәлім қасиеттер түсі объективті емес. Түстерді қабылдау басқа түстермен көршілес болуына, композицияның мәнерлі құралдарына байланысты өзгереді. Қабылдаудың осы ерекшеліктеріне гүлдердің сипаттамасы, олардың композициядағы өзіндік қасиеттерінің көмегімен рөлі негізделеді.

Түстер емес қасиеттердің мысалдары: суық – жылы; жеңіл – ауыр; саңырау – саңырау; шығыңқы – шегініс және т. б.

**26. Түстердің оптикалық араластыру Заңы.** Түстерді араластыру-кескіндеме оқытудың бастапқы кезеңінің теориясы мен тәжірибесінің ең басты мәселелерінің бірі. Түстердің оптикалық араласуының үш негізгі заңы бар.

Бірінші заң: кез келген түсті шеңбердің басты ерекшелігі-қарама-қарсы (шеңбердің ортасына қатысты) түстердің арақатынасы болып табылады, ол оларды араластыру кезінде ахроматикалық түс береді. Мұндай түстер қосымша деп аталады. Өзара толықтырғыш түстер қатаң анықталған: қызыл-жасыл, сары – көк және т. б.

**27. Интерьерді визуалды қабылдаудағы айқындаушы рөл ретінде түс.** Түспен қабылданатын көрнекі хабарлама көрерменге күшті эмоционалдық әсер етеді. Осылайша, жалпы композициялық құрылымдағы сәтті таңдалған түсті шешім оның мәнерлілігін, бейнелілігін, есте қалуын арттырады.

**28. Түстің негізгі және фактуралық қасиеттері.** Түстің негізгі және фактуралық қасиеттері, суретшінің иелігінде табиғат жарықтарының барлық ауқымын қамтитын бояулар жоқ.

Бірақ суретшілер кез келген бейнелеу тапсырмасын, түстердің өзара әрекеттесуін пайдалана отырып, көзбен қабылдаудың бірқатар ерекшеліктеріне сүйене отырып шешеді. Демек, жаңа бастаған кескіндемешілердің әрбір табиғатының түсін дәл елестетуге талпыныстарының дәрменсіздігі айқын болады.

**29. Негізгі түс шеңбері.** Ең көп таралған сегіз секторды RGB түс шеңбері. Ол 7 түсті Радуга және күлгін. Бұл шеңбердегі тірек гүлдері қызыл, жасыл, көк болып саналады және оларға төрт «аралық» түсті (қызғылт сары, циан, күлгін және күлгін) қосады.

**30. Жылулығы (түс толқынының ұзындығы)**. жылы және суық түстер түс толқынының ұзындығымен ерекшеленеді, әдетте, жылы толқын ұзағырақ, суық түстер қысқа. Мүмкін, осы себепті, жылы реңктер көрерменге көзбен жақындай алады, ал суық реңктер табиғатта өте айқын көрінеді. Күндіз көк-көк аспан аясында көкжиекке қарай келе жатқан бұлтқа қарап, біз алтын-қызыл түсте күн кіргенде кешке қарағанда әлдеқайда көп кеңістікті сезінеміз.

**3 МОДУЛЬ**

**ГРАФИКАЛЫҚ ДИЗАЙН НЫСАНДАРЫН ЖОБАЛАУ 4**

1. **«Типографика» ұғымы қашан және қайда қалыптасты.**

Баспахананың міндеті, мәтінді рәсімдеудің ең шығармашылық кезеңі, келесі теру, беттеу және баспаға дейінгі дайындық процестері үшін параметрлерді анықтау болып табылады. Баспаханалық процесс алфавит регистірін, гарнитурасын, шрифт жиынтығы мен кеглін таңдауды, жолдың ажыратылуы мен ұзындығын, әріпаралық, тіларалық және жоларалық бос орындарды, сондай-ақ жапсырылатын материалдағы мәтін мен иллюстрацияның өзара орналасуын қамтиды.

**2. Типографиканың пайда болу тарихын баяндаңыз.**

Әлемдегі ең алғашқы баспа технологиясы, біздің қазіргі түсінігімізде, ежелгі дәуірде пайда болды. Қытайда екінші ғасырда. Бұл полиграфия тізбегіндегі үш маңызды элементтің, атап айтқанда қағаз, сия және әр түрлі таңбаларды, сюжеттерді әр түрлі беттерде кесудің өте жоғары көркемдік іскерлігінің қисынды салдары болып табылады.

**3. Швейцариялық мектеп типографиясының ерекшеліктері.**

Швейцариялық Графикалық дизайн мектебінің негізін қалаушы Ян Чихольд - типограф, дизайнер,оқытушы және жазушы. Ол «қарапайым типографика» еңбектерінің авторы. «Жаңа типографика: заманауи дизайнерлерге арналған нұсқаулық», «Полиграфиялық безендіру» және т.б. Оның стилі, жұмысы және графикке деген көзқарас швейцариялық дизайн мектебінің дамуы мен қалыптасуын анықтады, ол көптеген жылдар бойы (1927 ж.бастап) дизайн әлемінде жетекші болды, және қазіргі күнге дейін өзінің өзектілігін жоғалтпады. Соғыстан кейінгі жылдары Ян Чихольд «Penguin» баспасында жұмыс істеді және оның кітаптары үшін мұқабалар жасады.

**4. Жазудың негізгі түрлері.** Жазу-адам тілінің өмір сүруінің бір түрі. Жазу символдық коммуникацияның басқа қолданыстағы немесе мүмкін жүйелерінен ерекшеленеді, бұл тілде ауызша және кейбір тілмен байланысты. Жазудың қарама-қарсы, ақпараттың әртүрлі визуалды-графикалық көрінісі - суреттер, суреттер, бейвербальді картографиялық элементтер және т.б. сияқты-қандай да бір нақты тілмен сәйкес келмейді.

**5. XIX ғ. аяғы мен XX ғ. басындағы жарнаманың және баспа графикасының рөлі мен маңызы.**

XIX ғасырдың аяғы ХХ ғасырдың басындағы Ресейдің көркем мәдениеті мен өнері көп жағдайда қарастырылып отырған Тарих кезеңінің орны мен мәнін анықтау жарнама тарихы, қолданбалы графика, плакаттар, баспа ісі бойынша еңбектер, плакаттар және в. С. Карповичтің (илл.5-7).26. Жарнамалық баспа хабарландыруларын ақпараттық және жарнамалық мәтіндердің графикалық ерекшеліктерінен бөліп тұратын басты критерий ХІХ - ХХ ғғ .басындағы жарнамалық мәтіндердің тілдік және жаңа жанрлық белгілері сипатталады газеттердің құны төмендеді, ал олардың қолжетімділігі артты.

**6. Сыртқы жарнама түрлерінің әрқайсысына анықтама беріңіз.**

Сыртқы жарнама 6х3м өлшемін жылжытудың ең маңызды арналарының бірі болып табылады, ол 6 және одан да көп жақтары бойынша жанданған жолдар мен жолдар бойында орнатылған, атап айтқанда бұл трондарға жатады. Әрбір жарнама беруші жарнамалық науқанның мақсатына байланысты әр түрлі конструкцияларды таңдай алады. Сыртқы жарнама қолданыстағы түрлер мен форматтардың көптүрлілігі арқасында конструкцияны кез келген мақсатты аудиторияға таңдауға мүмкіндік береді. Сыртқы жарнамадағы тасушылар стационарлық және уақытша болып бөлінеді. Стационарлық құрылымдар –арнайы бөлінген учаскеде жеке тұрған. Уақытша тасығыштар, тиісінше, ұзақ емес орнатылады және өз аумағы жоқ. Сыртқы жарнамадағы форматтар саны үнемі өсуде, олардың ең көп таралғанын қарастырайық: билборд немесе жарнамалық қалқан: Сити-формат: Сити-борд; Суперсайт немесе суперборд; Брандмауер; панель-кронштейн; жол көрсеткіші; Стелла; Арқа; тарту; Призматрон; Скроллер; сондай-ақ жарнама конструкциялары сандық болуы мүмкін. Мысалы жарнамалық экрандар немесе медиафасадалар – ғимаратқа Орнатылатын цифрланған тасығыш болуы мүмкін. Медиафасад; жоғарыда сипатталған сыртқы жарнама форматтары әлемдік нарықта дәстүрлі және ең танымал болып табылады.

**7. Әліпби графикасының негізгі даму кезеңдері.**

Алфавит графикасының негізгі даму кезеңдері адамдарға дыбыстық тілмен қарым-қатынас жасау мүмкін емес немесе қиын болған жағдайларда сөйлесуге көмектеседі. Хаттың алғашқы тарихи түрі пиктография, яғни сурет хаты болды. Пиктограммалар-мұндай хаттың бірліктері сызылып, содан кейін үңгірлердің қабырғаларында, тастарда, жартастарда, жануарлардың сүйектерінде, қабірде салынған. Пиктографияда адамның, Қайықтың, жануарлардың схемалық суреті және т.б.

**8. ХІХ ғ. соңы мен XX ғ. басындағы жарнамалық графиканың дамуы мен генезисіне ықпал еткен стильдік бағыттар.**

ХІХ ғ .соңы мен XX ғ. басындағы көркем мәдениет және өнер, жарнамалық графиканың қалыптасуы мен дамуына ықпал еткен. Сауда-өнеркәсіптік плакат пен тауар белгісінің генезисі, сондай-ақ әмбебап стильдік жүйелер арнасындағы плакаттық графика құбылыстары. XIX ғ. соңы мен XX ғ. бірінші жартысындағы жарнамалық плакат. Жіті басталуы, оның теориялық түсіну еді 1920-1930-шы жж. генезиса дизайн-графика дамуының негізгі кезеңдерінде.

**9. Формальды композиция элементтері арасындағы байланыс және қарым-қатынас.** Композиция элементтерінің доминантты қатынастарын ұйымдастыру. Формальды композицияны құру бойынша барлық келесі жұмыс визуализация, графикалық анықтау және композициялық кеңістік аймағының белсенділігін "тонкость" басқару бағытында жүргізіледі, оларды күйдіру, қажетті бағытта "ағу" және бұрын ойластырылған іс-қимылға сәйкес қажетті қарқындылығы бар. Кеңістікке кез келген" жанасу " (яғни. оған қара, визуалды тіркелген элементтерді енгізу) соншалықты жұқа өлшенген, сезілген, нәзік және нәзік болуы тиіс, ешқандай жағдайда да қара, сондай-ақ ақ дербес мәнге ие бола алатын және туындыны композициялық ұйымда үстем ете бастайтын зыбка қырын бұзбауы тиіс. Олардың композициялық тең мәнділігін, толық өзара тәуелділігін және өзара шарттылығын, тіпті олардың бастапқыда толық қарама-қайшылығына қарамастан бірдей болуын қамтамасыз ету талап етіледі.

**10. Қаріптерді құрудың негізгі ережелері.**

Алфавиттің барлық әріптерін ені бойынша үш топқа жатқызуға болады: қалыпты. Қалыпты әріптердің ені Н әрпінің ені бойынша белгіленеді және қаріп түріне байланысты (кең, кеңейтілген, қалыпты, тар, тар). Алфавит әріптерінің үлкен бөлігі қалыпты ені бар: Б, В, Г, Е, З, И, К, Л, Н, О, П, Р, С, У, Х, Ц, Ч, Ь, Э, Я. Широкие. Кең әріптерге: Ж, Ш, Щ, Ю, Ы, Ф. жатады. Аралық. Бұл әріптер (Д, М, Ъ) әртүрлі ені бар. А және Т әріптерінің ені қалыпты әріптің 1/5 енінен артық болады. Ц және Щ әріптері көлденең элементтің еніне кірмейді. Мәтінді бір биіктіктегі шрифтпен жазу кезінде әріптердің белгіленген ені қатаң сақталуы тиіс. Белгілердің биіктігін сақтау. Қандай да бір қаріпті орындай отырып, әріптердің биіктігін қатаң сақтау керек. Жеке әріптердің биіктігін аздаған өзгерту қаріптен және сұлулықтан айырады. Сонымен қатар, тікелей жазушылардың арасындағы сопақша әріптер көлемі бойынша аз көрінеді. Бұл, әсіресе, сопақша әрпі шеңберге жақындағанда байқалады. Мұндай кемшілікті жою үшін сопақ әріптің жоғарғы және төменгі бөлігін жолдың сызығынан елесін әлсірететін және сопақ әріптерге тік сызықты әріптерге тең өлшемді беретін шамаға шығару қажет. Сол мақсатпен А әрпінің өткір бөлігі жолдан бірнеше жоғары сызылады.

**11. XIX ғасырдың екінші жартысы мен XX ғасырдың басындағы өнердегі және жарнамадағы көркемдік конструкциялау стильдері.**

Кез-келген технологиялық революция өркениет өрлеуі үшін үлкен мүмкіндіктерді алып келді және сонымен бірге жаңа жағдайларда қоғамның, адамның өмір сүру салтын және мекендеу ортасын үйлесімді бүтін етіп бекіткен құндылықтар жүйесін жаңғырту қабілетін растауы тиіс Мәдениет үшін сынаулар аз емес. Бірнеше рет сипатталған ғылыми әдебиетте дағдарыс мәдениет, XIX ғасырдың ортасында өнеркәсіптік революциямен байланысты (XIX ғ. екінші жартысы), жаппай өндіріс пен индустриялық технологиялар бұйымдарды көркем безендіруде дәстүрлі қолөнермен қақтығысқа түскен кезде, көркем мәдениеттің ең үздік өкілдерін (Джон Рескин мен Готфрид Земперден Петер Беренс пен Вальтер Гропиусқа дейін) пәндік әлемді құруда өнер мен өнеркәсіпті біріктірудің жаңа жолдарын іздеуге мәжбүр етті. Индустриялық өркениет пен мәдениеттің осы қақтығысының нәтижесі XX ғасырдың көркем-өнеркәсіптік жобалау шығармашылығының жаңа пәндік нақтылығы мен бейнесінің парадигмасы ретінде дизайн-пішін жасауға арналған дизайнның туылуы болды.

**12. Газеттік қаріптердің негізгі сипаттамалары.**

Газет қаріптерінің негізгі сипаттамалары қандай да бір алфавитті полиграфиялық (баспа) шығаруға арналған әріптер, сандар мен белгілер жиынтығы болып табылады.Тілдік белгілерден басқа көркем ерекшеліктері бар әртүрлі безендірілген қаріптер бар. Шрифт ақпарат тасушы болып табылады және оның негізгі мақсаты-басылым мазмұнын беру.

**13. Ашық және жабық композицияның сипаттамасы.**

Ұлы шеберлердің («Тайная вечеря» Тинторетто, И. Е. Репин «Не ждали», А. А. Дейнека, Г. С. Верейский, Е. С Кругликов және т.б. шығармаларының мысалында ашық, жабық композиция ұғымын меңгеру. Эль Грек «Св. Андрей және Св. Франциск», «Апостолы Петр және Павел», Н. Н. Ге «Петр I» шығармалары мысалында екі фигуралық композицияны кеңістіктік құрудағы «Цезура» ұғымымен танысу 1 және 2 ширектерде алынған білімді бекіту, оны тест арқылы жасауға, зерделенген ережелер бойынша кроссвордтарды құрастыруға болады. Егер сіз сөзжұмбақтарды тоқтатсаңыз, онда сұрақтар алдын ала жасалуы керек. Тәрбие: белгілі суретшілердің туындыларының мысалында бейнелеу өнеріне деген сүйіспеншілікті тәрбиелеу.

**13. Қай жылы тез және сапалы механикалық пресс болып табылатын баспа станогы ойлап табылды, оның көмегімен сурет (әдетте мәтін) қағазға немесе түрлі-түсті баспа нысаны арқылы өзге де материалға көшіріледі.**

Қол баспаханалық станок Еуропада бірінші 1440-ші жылдардың ортасында Иоганн Гутенберг қолданды. Оның өнертабысының негізіне шарап баспағының және қағаз жасау өндірісінің баспағының ұқсас тетіктері жатады деп есептеледі. Гутенбергтің өнертабыстары жақын арада бүкіл Еуропада, содан кейін бүкіл әлем бойынша тарады.Оның негізін қалаушылар Иван Федоров және Петр Мстиславец болды (Дат ханымы Иван Грозныйға жіберген Датчанин Ганса Мессингеймнің шәкірттері). Мәскеу мемлекетінің алғашқы басылған кітабы Апостол болды. Баспа станогы мен жылжымалы литерлер Ренессанс басталуын жылдамдатқан негізгі факторлардың бірі болды деп саналады.

**14. ХІХ ғ. үстемдік ететін жарнаманың екі түрі адам қоғамындағы жарнама саудамен бір мезгілде пайда болуы мүмкін.**

Оның тарихқа дейінгі уақытта болуы, мысалы, құлдың алдағы сатылуы туралы хабарлаумен мысырлық папируспен расталады. Жазбаша жарнама папирустық діңгектер мен қалың тақтайлардан басқа, жол бойындағы тастардағы жазулармен, сондай-ақ ғимараттардағы жазулармен іске асырылды. Алайда, егер адамзат жаппай коммуникация дәуірін өзі үшін ашпаса, жарнама ешқашан да кең таратылмайды. Бұған бірінші түрткі кітап басу болды. Жарнама ісін бастаушылардың арасында француз дәрігері мен журналист Теофраст Ренодоны атауға болады, ол баспасөзде алғаш рет жеке жарнамаларды жариялай бастады, және 1786 жылы құрылған Tayler & Newton фирмасы жарнама беруші мен баспахана арасындағы делдал ретінде сөз сөйледі. Алғашқы жарнамалық агенттік 1842 жылы Америка Құрама Штаттарында Палмер толқынын құрды.

**14. ХІХ ғ. үстемдік ететін жарнаманың екі түрі.**

Адам қоғамындағы жарнама саудамен бір мезгілде пайда болуы мүмкін.Оның тарихқа дейінгі уақытта болуы, мысалы, құлдың алдағы сатылуы туралы хабарлаумен мысырлық папируспен расталады. Жазбаша жарнама папирустық діңгектер мен қалың тақтайлардан басқа, жол бойындағы тастардағы жазулармен, сондай-ақ ғимараттардағы жазулармен іске асырылды. Алайда, егер адамзат жаппай коммуникация дәуірін өзі үшін ашпаса, жарнама ешқашан да кең таратылмайды. Бұған бірінші түрткі кітап басу болды. Жарнама ісін бастаушылардың арасында француз дәрігері мен журналист Теофраст Ренодоны атауға болады, ол баспасөзде алғаш рет жеке жарнамаларды жариялай бастады, және 1786 жылы құрылған Tayler & Newton фирмасы жарнама беруші мен баспахана арасындағы делдал ретінде сөз сөйледі. Алғашқы жарнамалық агенттік 1842 жылы Америка Құрама Штаттарында Палмер толқынын құрды.

**15. Жасөспірімдердің, үй шаруашылықтарының, жекелеген аймақтардың тұрғындарының белгілі бір аудиториясына бағытталған жарнама.**

Тиімді жарнама тұтынушының назарын бірден аударады. Жарнаманың байқалуы үшін идея қажет. Тек идея ғана емес, жақсы және тіпті өте жақсы идея. Ең бастысы-мәтінді жазар алдында немесе оның көркем безендірілуі үшін жарнаманың көрнекі бейнесін жасау. Бұл процесс визуализация немесе концептуализация деп аталады, бұл жарнама хабарландыруын жасаудың ең маңызды кезеңі. Визуалды бейнені жасау үшін жарнамалық хабарлама кімге және қандай мақсатта арналатынын түсіну қажет. Жауап беруші: Рахимжан Гульмира Адилбековна Қазақстан Республикасы Еңбек кодексінің (бұдан әрі-кодекс) 91-бабына сәйкес жұмыс беруші қызметкердің нақты жұмыс істеген жұмыс уақытын есепке алуды жүзеге асыруға тиіс. Егер хабарландыру немесе теледидар ролигі сізге тартымсыз болып көрінсе, сіз жарнама есептелген әлеуметтік топқа жатпайды. Тұтынушылық жарнаманың басым бөлігі бұқаралық ақпарат құралдары арқылы өтеді.

**16. Қандай жарнама қызмет көрсету тауарларын сатуға жәрдемдесуге арналған.** Іскерлік жарнама - өнеркәсіп, сауда, ауыл шаруашылығы, түрлі салалардағы мамандар мен кәсіпкерлер үшін-әдетте мамандандырылған басылымдарда немесе кәсіби журналдарда орналастырылады, немесе өндіріс, көтерме сатып алу, өнімнің үлкен көлемін сатумен айналысатын ұйымдарға пошта арқылы тікелей жіберіледі. Функциялары мен мақсаттары бойынша жарнама тауарлық, тауарлық емес және корпоративтік болып бөлінеді. Тауар жарнамасы тауарлар мен қызметтерді өткізуге жәрдемдесуге арналған ("тауар" термині шын мәнінде бұйымдарға да, қызметтерге де қолданылады). Оған бөлшек сауда, заң және қаржы қызметтері, медициналық сақтандыру және т.б. жарнама жатады. Өйткені, біреу өзін басқа дауыстап Мақтайды. Өйткені, кейде бұл туралы айтуға болмайды. Айта кету керек, Жарнама туралы айтқанда, біз қарапайым өмір мәселелерін қозғаймыз. Бірақ біз барлығымызды жарнама берушілер болуға үгіттемейміз. Біз әркім туғаннан - жарнамашы және өмірлік табыстары, қандай адам жарнамашы байланысты екенін атап өтеміз.

**17. Нақты тауар емес, қандай да бір идеялар мен мақсаттарды насихаттайтын жарнаманы атаңыз.**

Экономикалық жарнама тарихы жақсы құжатталған. Жарнама туралы ғылым өзінің дамуы барысында бірқатар кезеңдерден өтті, олардың сипаттамасы сол уақытта ең көп таралған жарнама тұжырымдамасы бола алады. Бірінші дүниежүзілік соғыс кезеңіндегі және біраз уақыттан кейін жарнаманың тұжырымдамасы «бұқаралық психология» туралы оқу-жаттығуларға негізделген. «Масса» адамы «барабанды жарнаманың», яғни әсер ету әрекеттері мен қайталануына негізделген жарнаманың іс-әрекетіне оңай беріледі деп есептелді. Қарама-қарсы посылкаларда элементтік-психологиялық көзқарас қалыптасқан. Психофизика деп аталатын орталық постулаттар психикалық процестерді аз элементтерге - сезімдерге, сезімдерге, эмоцияларға бөлуге болады деп тұжырымдады.

**18. Фирмалық стиль компоненттерінің функциясы.** Бүгінгі фирмалық стиль-бұл фирманың барлық коммуникациялық саясатының негізі. Ол сатып алушы үшін күрестің басты құралдарының бірі, сондай-ақ брендингтің маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Оны пайдалану жарнама, іскерлік қағаздар, техникалық және іскерлік құжаттама, өнім орамасы және т.б. безендірудің, түс үйлесімділігінің, кескіндердің бірыңғай тәсілін көздейді.

**19. Жарнамалық баспа графикасының стильдері - қазіргі заманғы көркем мәдениет процесінің фрагменттері ретінде.** Графикамен қағаз парағындағы сурет пен таңба деп аталады (ежелгі папируста, пергаментте). Кітап графикасы (сурет, эстамп, лубок), кітап графикасы (иллюстрациялар, виньеткалар, заставкалар, әріптер, титул, авантитул, мұқаба, Мұқаба, суперпложка), журнал және газет графикасы, кітап графикасының миниатюрасы), өнеркәсіптік графика, экслибрис, плакат, шелкография, линогравюра бар. Графика жазықтықтағы бейнемен байланысты. Графиканың негізі болып табылатын ақ немесе түсті қағаз фонның рөлін атқарады, онда сызық, штрих, дақ үлкен мәнерлі болады. Орындау тәсілі мен жаңғырту (тираждау) мүмкіндіктері бойынша кестені бірегей және баспа деп бөледі. Бірегей графика туындыны жалғыз данада жасайды: сурет, акварель, гуашь, монотипия, коллаж, аппликация, фотомонтаж.

**20. Өнеркәсіп, сауда, ауыл шаруашылығы, түрлі салалардағы мамандар мен кәсіпкерлер үшін бағдарланған жарнама**. Бизнес қатысушыларына бағытталған, өндіріс процесінде қолданылатын бұйымдарды сататын немесе пайдаланатын жарнама іскерлік жарнама деп аталады. Іскерлік жарнама өнімнің танымалдығын қамтамасыз ету, фирманың беделін жақсарту және сауда қызметкерлері мен басқа өткізу арналарының қатысушыларын қолдау үшін пайдаланылады. Іскерлік жарнаманың қазіргі заманғы жіктемесінің прототипі У. Уэлстың монографиясында көрсетілген тәсілдер болып табылады. Бизнестің барлық саласы нарықтың бес секторына бөлінеді, олардың әрқайсысы арнайы тауарлар мен қызметтерді: өнеркәсіп, үкімет, сауда, мамандар мен ауыл шаруашылығын сатып алу үрдісі бар. Нарық салаларына сәйкес іскерлік жарнама да бөлінеді: Өнеркәсіптік жарнама. Жабдықты өндірушілер кейіннен немесе түпкі өнімнің бір бөлігі болып табылатын өнеркәсіптік тауарларды немесе қызметтерді сатып алады немесе олардың бизнесін жүргізуге ықпал етеді. Тауар жарнамасына қарағанда, өнеркәсіптік-дәлелдемелердің негізділігін талап етеді.

**21. Фирманың беделі мен танымалдығын арттыру үшін қызмет ететін жарнама**

Бедел – бұл ұзақ уақыт кезеңінде қоғамда қалыптасқан компанияның мінез-құлқының динамикалық сипаттамасы. Ол белгілі бір жағдайларда кәсіпкерлік құрылым өзінің мінез-құлқын қалай және қандай әдістермен құратыны туралы ақпарат жиынтығының негізінде қалыптасады. Егер қолайлы имидж жаңа серіктестер мен тұтынушыларды тартса, онда жылдар бойы қалыптасқан бедел оларды бір рет жасалған таңдаудың дұрыс болуына мәжбүрлейді. Беделі ұйым "жасамайды"деп жанама кепілдік береді. Имидж көбінесе компанияның эмоционалдық қабылдауын көрсетеді (ұнамайды – ұнамайды) және компаниямен өзара іс-қимыл жасаудың тікелей тәжірибесінсіз қалыптаса алады. Бедел шынайы білім мен бағалау негізінде қалыптасады (сенімді, тиімді, ыңғайлы серіктес, мысалы), яғни өзара іс-қимылдың өз тәжірибесімен жиі нығайтылатын ұтымды, аналитикалық тәсілді көздейді. Компанияның беделі имиджге қарағанда көп дәрежеде контрагенттердің онымен қандай да бір нысанда ынтымақтастық мәселесі бойынша шешім қабылдауын («жақтап» немесе «қарсы») анықтайды.

**22. Дизайн және оның қазіргі қоғамдағы рөлі. Дизайнның заманауи түрлері мен бағыттары.** «Дизайн-бұл өнеркәсіптік бұйымдардың эстетикалық қасиеттерін жобалау бойынша қызмет және осы қызметтің нәтижесі». «Википедия» сайтының осы анықтамасының арқасында осы терминнің жеткілікті нақты мәні бар,алайда, бұл өте ауқымды мағынаны білдіреді деген түсінік толық көлемде болу үшін аз. Дизайн көріністерінің түрлерін қарастыра отырып, бұл қызмет саласы үнемі жаңа нәрселерді қамтитындығына көз жеткізуге болады.

**23. Заттардың, жануарлардың, адамдардың және т. б. нақты әр түрлі және дерексіз бейнелерін білдіретін белгілер.**  «Таңбалы-символдық көрнекілік» деген термин Ю.С. Степановтың бөлінген Семиотика объектілерінің жіктемесіне сәйкес (тіл, әдебиет, басқа туудың таңбалы құбылыстары, Жануарлар коммуникациясы) объектілердің екінші класын құрайды - бейвербалды таңбалы-символдық құралдар, ең алдымен қоршаған ортаны тану процесіне қызмет көрсететін визуалды құралдар .

**24. Дизайн және жарнама.** Жарнама тарихы. Жарнамалық дизайн процесі оқырманның назарын аудара алатын және оны жарнама тұрғысынан қызықтыра алатын жаңа құралдарды үздіксіз іздеуден тұрады. Дизайн-шығармашылық процесс. Бір маман айтқандай, дизайн саласындағы шығармашылық қызметкер материалдарды, басқа дизайнерлердің, суретшілердің білімі мен ойларын және өз материалдарын алады, жинақтайды, үйлестіреді және түсіндіреді.

**25. ХІХ ғасырдың соңы: афишалар мен хабарландырулар, негізгі жарнама таратушылар, жарнама қызметінің жаңа түрі ретінде плакат.** Жарнаманың пайда болуының негізгі себептері-еңбектің қоғамдық бөлінуі және еркін нарықтың пайда болуы. XIX ғасырдың соңында жарнама негізінен тауар алмасумен байланысты болды, сондықтан нарық осындай операциялар үшін ақпарат тасығыштарды қажет етті. Алмасу процесінде сатушы мен сатып алушы жақсартуға ұмтылатын белгілі бір өзара қарым-қатынастарға түседі. Жарнама нарықтың байланыстырушы элементі болып табылады,өйткені сатып алу-сату актілерін жасау үшін әлеуетті сатушылар мен сатып алушылар нарықты шолып, сұраныс пен ұсыныстың қозғалысы туралы мәліметтердің белгілі бір минимумы болуы қажет. Тауарлардың болуы, оларды сатып алу және тұтыну шарттары туралы ақпаратты тарата отырып, жарнама тауарлық ұсынысты, сол арқылы оның нақты бағыты тұрғысынан сұранысты қалыптастыруға қатысады.

**26. Графикалық дизайн шығармаларынан өнер туындыларынан айырмашылығы.** Дизайн мен өнерді бөліп тұратын мәселе өте шатасып, бірнеше рет ұзақ уақыт бойы талқыланған. Суретшілер мен дизайнерлер жалпы білім базасын пайдалана отырып, визуалды композициялар жасайды, бірақ олардың мақсаты мүлдем әртүрлі. Кейбір дизайнерлер өздерін суретшілер деп санайды,бірақ бірнеше суретшілер өздерін дизайнерлер деп санайды. Сонымен, өнер мен дизайн арасындағы айырмашылық неде? Бұл мақалада біз әрбір бағыттың кейбір негізгі принциптерін қарастырамыз және салыстырамыз. Бұл топик соңғы басшылық емес, бірақ талқылаудың бастапқы нүктесі болып табылады.

**27. Шет мемлекеттер нарығына бағытталған халықаралық жарнама** Маркетингтік коммуникациялардың барлық элементтерінің арасында халықаралық жарнама бөлінеді, ол шетелдік өндірушілердің әлемдік нарыққа енуінің маңызды құралы болып табылады.

**28. Әлеуметтік плакатқа қойылатын негізгі талаптар.** Қазіргі қоғамдағы әлеуметтік жарнаманың рөлі мен орны. жарнама қызметін ұйымдастырудағы жобалық әдістер; жарнаманы сәйкестендіру; әлеуметтік жарнаманы анықтау; тасушылар түрлері бойынша әлеуметтік жарнаманы жіктеу; бұқаралық ақпарат құралдарымен өзара іс-қимыл негіздері; әлеуметтік жарнама саласындағы қызметтің заңнамалық және этикалық негіздері; сапасыз әлеуметтік жарнама; әлеуметтік қызметкердің имиджі;

**29. Графикалық дизайн жобалау мәдениетінің бөлігі ретінде.** «Графикалық дизайн» ұғымының анықтамасы. Визуалды қарым-қатынас процесі және типографияны, фотосуреттерді және иллюстрацияларды пайдалана отырып проблемаларды шешу. Өріс визуалды коммуникация мен коммуникациялық дизайнның жиынтығы болып саналады, бірақ кейде "Графикалық дизайн" термині синоним ретінде қолданылады.

**30.Фирмалық белгінің қандай қасиеттері болуы керек.**

Бренд немесе компания логотипін әзірлеу-бұл шығармашылық көзқарасты ғана емес, сонымен қатар фирмалық белгіні көтеретін тұжырымдаманы (идеяны) қалыптастыруды білдіретін процесс. Лого деген не және не үшін қажет-көп адамдар түсінеді. Алайда, ол қандай қасиеттерге ие болуы керек деп айта алмайды. Фирмалық белгі басқа компаниялардың логотиптеріне кірмеуі тиіс (сонымен қатар оларды көшіру), әйтпесе оның негізгі мақсаттарының бірі — компанияны немесе брендті сәйкестендіру жоғалуы тиіс. Әрине, түрлі фирмалардың лого бірдей образдарға негізделуі мүмкін,бірақ олар беткейлік көзқараспен айқын көрінуі керек.

**ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР**

1. Ожарова Г.М. Графикалық дизайн негіздері [Мәтін]: Оқу құралы / Г.М. Ожарова.

Талдықорған: І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, 2019.- 104

1. б.Буркитбаев Т.С. Компьютерлік дизайн [Мәтін]: Оқу құралы / Т.С. Буркитбаев, Г.Б. Кунжигитова.- Алматы: ТехноЭрудит, 2018.- 224 б.
2. Рэнди Крам. Инфографика. Визуальное представление данных. СПб.: Питер, 2015
3. Жиенбекова, А.А. Қазақтардың сәндік қолданбалы өнері [Мәтін]: Оқу құралы / Айнұр Абдрахманқызы Жиенбекова.- Алматы: Эверо, 2015.- 268 бет.
4. Бегімбай К.М. Графикалық дизайн [Мәтін]: Оқулық / К.М. Бегімбай.- Алматы: Эверо, 2014.- 192б.
5. Проскурин Е.Г. Основы рекламы: типографика, верстка и макетирование печатных средств массовой информации: учеб. пособие. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2014. 108 с.
6. Бегімбай, К. М. Компьютерлік технологияларды қолдану арқылы дизайн саласына мамандар даярлау тәсілдері [Мәтін]: Оқу құралы / К. М. Бегімбай.- Алматы: Эверо, 2014.- 100б.
7. Н.М. Адамқұлов, Қ. Кәкейқызы.- Толықтырылған, өңделген екінші басылым.- Алматы: Эверо, 2014.- 154б.5. Гундарин М.В. Основы интегрированных коммуникаций: реклама: учеб. пособие. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2013. 92 с.
8. Ғабитов Т. Қазақ мәдениетінің рухани кеңістігі : Оқу құралы / Т Ғабитов, Қ. - Алматы: Қазақ университетi, 2012.- 382б.
9. Гончарова Н.А. Теория изображения: Учебное пособие. М.: МГАП "Мир книги", 2012. - 160 с.
10. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие // ЭБС «Университетская библиотека onlaine». М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
11. Кулак М.И., Ничипорович С.А., Трусевич Н.Э. Технология полиграфического производства: учебники и учебные пособия для ВУЗов. Минск: Белорусская наука, 2011.
12. Кимберли Элам. Графический дизайн. Принцип сетки. СПб.: Питер, 2014.
13. Современный дизайн. Пошаговое руководство. Техника рисования/ Майк Лин.-С. Астрель, 2012 г.
14. Бегімбай, К.М. Графикалық дизайн [Мәтін]: Оқулық / К.М. Бегімбай.- Алматы: Эверо, 2014.- 192б.
15. Н.Н. Александров. «Цвет и его динамика в культуре». Москва, 2012

**БАҒДАРЛАМА СҰРАҚТАРЫ**

**МОДУЛЬ 1**

**ЗАМАНАУИ ДИЗАЙН**

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

2. «Дизайн» терминіне анықтама беріңіз.

3. XXI ғасырда дизайн қандай бағытта дамыды?

4. Дизайнда қазіргі уақыттағы стильдік бағыттарды атап, мазмұндама 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. Заманауй дизайндағы танымал бағыттарды атаңыз, мазмұндама беріңіз.

10. Неміс дизайныны тарихына тоқталыңыз, атақты дизайнерлерді атаңыз және ең атақты туындыны сипаттаңыз.

11. XXI ғасырда дизайнның даму бағыттарына болжам айтыңыз. Ойыңызды білдіріңіз.

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

13. Итальян дизайныны тарихына тоқталыңыз, атақты дизайнерлерді атаңыз және ең атақты туындыны сипаттаңыз.

14. Оп-арт бағытына сипаттама беріңіз, атақты дизайнерлер мен туындылары туралы айтыңыз.

15. Жапон дизайныны тарихына тоқталыңыз, атақты дизайнерлерді атаңыз және ең атақты туындыны сипаттаңыз.

16. Ұлыбритания дизайныны тарихына тоқталыңыз, атақты дизайнерлерді атаңыз және ең атақты туындыны сипаттаңыз.

17. «Антидизайн» стиліне сипаттама беріңіз, атақты дизайнерлер мен туындылары туралы айтыңыз.

18. Франция дизайныны тарихына тоқталыңыз, атақты дизайнерлерді атаңыз және ең атақты туындыны сипаттаңыз.

19. Экодизайнға сипаттама беріңіз, атақты дизайнерлер мен туындылары туралы айтыңыз.

20. Баухаус құрылысының жоғары мектебінің қызметін сипаттаңыз, мектепті қалаушы өкілдерін атаңыз.

21. Дизайнер Энди Уорхолдың шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.

22. Сәулетші Ле Корбюзьенің шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.

23. Петера Беренстің өнеркәсіптік дизайн саласындағы еңбегін баяндаңыз.

24. Сәулетші Фрэнк Ллойд Райттың шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.

25. Дизайнер Уильям Морристің шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.

26. Сәулетші Антонио Гаудидің шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.

27. Бельгиялық Ар нуво стиліне сипаттама беріңіз, атақты дизайнерлер мен туындылары туралы айтыңыз.

28. Алвар Аалто шығармашылығына, ерекшелігіне сипаттама беріңіз.

29. Ле Корбюзьенің сәулет өнері саласындағы еңбегін, жаңалықтарын және атақты туындылары туралы айтыңыз.

30. Баухауз мектебін ашуда Вальтер Гропиустың сіңген еңбегі және тұжырымдамаларын айтыңыз.

**МОДУЛЬ 2**

**ТҮСТАНУ**

1. Түстің табиғаты туралы айтып беріңіз. Спектрлік түстерді атаңыз және оларға сипаттама беріңіз.

2. Түстің үш негізгі қасиетін қандай және оларды сипаттаңыз.

3. Нысанның жергілікті түсі дегеніміз не, ол жарықтандыруға байланысты қалай өзгереді?

4. Түстердің қолданылу аясын атаңыз және сипаттаңыз.

5. Ахроматикалық түстер тобына қандай түстер кіреді? Ахроматикалық түстердің контраст формасы.

6. Түстер шеңберіндегі түстердің реттілігі қандай?

7. Жарық түсінің көрінетін сипаттамаларының өзара қатынасы.

8. Қосымша түстер және олардың қасиеттері.

9. Түсті қабылдау физиологиясы. Түстің негізгі қасиеттері.

10. Бояу қабатының фактурасы.

11. Түстерді қабылдаудың физиологиялық және психологиялық ерекшеліктері.

12. Түстерді жүйелеу тарихы және Спектр құру.

13. Кеңістікті беру, таңдау және түспен біріктіру.

14. Физика және өнер позицияларындағы түс пен жарықтың өзара байланысы.

15.Түс композицияның құралы ретінде.

16. Түс тану және колористика түсінігі.

17. Адамның түсін тануы.

18. Хроматикалық түстер ұғымы.

19. Ахроматикалық түстер ұғымы.

20. Гармония ұғымы. Бір түсті (монохромды ) гармония.

21. Түс терминдері, түстердің атаулары мен сипаттамалары.

22. Колорит ұғымы. Колорит түрлері.

23. Монохромды колорит.

24. Контраст ұғымы. Контраст түрлері. Қанығу бойынша Контраст.

25. Түс сапасы. Түс сапасының үлгілері. Сөз сөйлеушілер-шегінетін адамдар.

26. Түстердің оптикалық араластыру Заңы.

27. Интерьерді визуалды қабылдаудағы айқындаушы рөл ретінде түс.

28. Түстің негізгі және фактуралық қасиеттері.

29. Негізгі түс шеңбері.

30.Жылулығы (түс толқынының ұзындығы)

**МОДУЛЬ 3**

**ГРАФИКАЛЫҚ ДИЗАЙН НЫСАНДАРЫН ЖОБАЛАУ 4**

1. «Типографика» ұғымы қашан және қайда қалыптасты.

2. Типографиканың пайда болу тарихы.

3. Швейцариялық мектеп типографиясының ерекшеліктері.

4. Жазудың негізгі түрлері.

5. XIX ғ. аяғы мен XX ғ. басындағы жарнаманың және баспа графикасының рөлі мен маңызы.

6. Сыртқы жарнама түрлерін атап әр қайсысына анықтама беріңіз.

7. Әліпби графикасының негізгі даму кезеңдері.

8. ХІХ ғ. соңы мен XX ғ. басындағы жарнамалық графиканың дамуы мен генезисіне ықпал еткен стильдік бағыттар.

9. Қаріптерді құрудың негізгі ережелері.

10. XIX ғасырдың екінші жартысы мен XX ғасырдың басындағы өнердегі және жарнамадағы көркемдік конструкциялау стильдері.

11. Газеттік қаріптердің негізгі сипаттамалары.

12. Ашық және жабық композицияның сипаттамалары.

13. Мәтіндерді, соның ішінде жарнамалық хабарландыруларды тез және сапалы көбейтуге мүмкіндік беретін баспа станогы қай жылы ойлап тапты.

14. 19 ғасырда үстем ететін жарнаманың екі түрі.

15. Жасөспірімдердің, үй шаруашылықтарының, жекелеген аймақтардың тұрғындарының белгілі бір аудиториясына бағытталған жарнама.

16. Қандай жарнама қызмет көрсету тауарларын сатуға жәрдемдесуге арналған.

17. Нақты тауар емес, қандай да бір идеялар мен мақсаттарды насихаттайтын жарнаманы атаңыз.

18. Фирмалық стиль компоненттерінің функциясы.

19. Жарнамалық баспа графикасының стильдері - заманауи көркем мәдениет процесінің фрагменттері ретінде.

20. Әр түрлі салаларда өнеркәсіп, сауда, ауыл шаруашылығы, мамандар мен кәсіпкерлер үшін бағытталған жарнама.

21. Фирманың беделі мен танымалдығын арттыру үшін қызмет ететін жарнама.

22. Дизайн және оның қазіргі қоғамдағы рөлі. Заманауи дизайн түрлері мен бағыттары.

23. Заттардың, жануарлардың, адамдардың және т. б. нақты әр түрлі және дерексіз бейнелерін білдіретін белгілер.

24. Дизайн және жарнама. Жарнама тарихы.

25. XIX ғасырдың соңы: афишалар мен хабарландырулар, негізгі жарнама таратушылар, жарнама қызметінің жаңа түрі ретінде плакат.

26. Графикалық дизайн шығармаларының өнер туындыларынан айырмашылығы.

27. Шет мемлекеттер нарығына бағытталған жарнама.

28. Әлеуметтік плакатқа қойылатын негізгі талаптар. Қазіргі қоғамдағы әлеуметтік жарнаманың рөлі мен орны.

29. Графикалық дизайн жобалау мәдениетінің бөлігі ретінде. «Графикалық дизайн» ұғымының анықтамасы.

30. Фирмалық белгінің қандай қасиеттері болуы керек.