

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Катедра медіакомунікацій

ЗАТВЕРДЖУЮ



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ДИЗАЙН І МЕДІА

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань 06 – «Журналістика»

спеціальність 061 – «Журналістика»

освітньо-професійна програма «Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика»

вид дисципліни за вибором

факультет соціологічний

2022 / 2023 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

15 червня 2022 року, протокол № 7

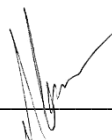
РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Олег ВЕКЛЕНКО, професор катедри медіакомунікацій;

Ольга КВІТКА, кандидатка мистецтвознавства,
доцентка катедри медіакомунікацій

Програму схвалено на засіданні катедри медіакомунікацій

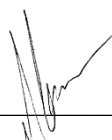
Протокол від 14 червня 2022 року № 5

В. о. завідувача катедри медіакомунікацій

_____  Лідія СТАРОДУБЦЕВА

Програму погоджено з гарантом (керівником проєктної групи) освітньо-професійної програми «Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика»


Гарант освітньо-професійної програми
(керівник проєктної групи)

_____  Лідія СТАРОДУБЦЕВА

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету

Протокол від 21 червня 2022 року № 10

Голова науково-методичної комісії соціологічного факультету

_____  Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Дизайн і медіа»
складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки
другого (магістерського) рівня
спеціальності 061 – «Журналістика»
освітньо-професійної програми «Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни: вивчення актуальних форм дизайну в медіа, знайомство з основами графічного дизайну, 3D моделюванням та анімацією, визначення основних методів оптимізації комунікаційних процесів візуально-графічними засобами.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни: визначити семантичний спектр понять графічного дизайну, розглянути основні етапи генези та еволюції візуальної мови графічного дизайну; визначити головні закони устрою та функції візуальної мови дизайну в медіа; сформулювати методологічний інструментарій аналізу та оцінки ефективності візуальних текстів; оволодіти навичками візуальної мови дизайну, визначеними загальною культурою візуального мислення та візуального спілкування; виявити основні критерії вибору візуальної форми, найбільш адекватної конкретному акту спілкування.

1.3. Кількість кредитів: 5 кредитів

1.4. Загальна кількість годин: 150 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
2-й	2-й
Лекції	
16 год.	6 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	10 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
102 год.	134 год.
Індивідуальні завдання	
0 год.	

1.6. Заплановані результати навчання: знати дефініції, сутнісні характеристики, етапи генези сучасної візуальної мови; вміти застосовувати теоретичні підходи до аналізу структури і стилю візуальних об'єктів і текстів згідно конкретному змісту комунікації, використовувати практичні навички для розробки і реалізації авторських проєктів у сфері графічного дизайну.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми, здобувачі повинні набути такі програмні компетентності та результати навчання:

Загальні компетентності

- ЗК 1 Здатність генерувати нові ідеї та ініціювати створення власних проєктів, креативність
- ЗК 2 Здатність застосовувати теоретичні знання в практичній діяльності, екстраполювати засвоєні знання до нових ситуацій
- ЗК 3 Здатність до управління та планування часу, володіння основами організаційного та комунікаційного менеджменту
- ЗК 5 Здатність до системного мислення, аналізу та синтезу
- ЗК 6 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, прагнення до саморозвитку
- ЗК 7 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
- ЗК 8 Здатність бути критичним і самокритичним
- ЗК 9 Здатність до адаптації, гнучкість
- ЗК 10 Здатність самостійно виявляти та вирішувати проблеми в професійній діяльності
- ЗК 13 Здатність працювати на демократичних засадах у відповідності до етичних і правових норм, правил і документів
- ЗК 14 Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

Фахові компетентності

- ФК 1 Володіння базовими знаннями в галузі сучасних інформаційних технологій, комунікативістики, концепцій інформаційного суспільства, аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики, володіння теоретико-методологічними підходами до системного аналізу медіа
- ФК 2 Вміння впроваджувати в інформаційну діяльність новітні медіатехнології, принципи і прийоми роботи в конвергентному нюзрумі
- ФК 3 Вміння створювати аудіовізуальний контент, розробляти стратегії медіапроекування та аналізувати комунікативний простір аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики
- ФК 5 Вміння застосовувати інформаційні та комунікаційні інтернет-технології в професійній діяльності, користуватися технічними засобами збору, зберігання й обробки інформації, уміти працювати з інформацією в соціальних мережах
- ФК 6 Володіння специфікою різних видів аудіовізуального медіадискурсу з метою ефективного виконання професійних завдань
- ФК 7 Вміння створювати інноваційні медіапроекти в галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики
- ФК 9 Вміння подавати інформацію в різних мультимедійних форматах, поєднувати аудіальні, візуальні та текстуальні складові медіаповідомлення, володіння сучасними інструментами аудіовізуальної комунікації

Програмні результати навчання

- ПРН 1 Опанувати знаннями з основ журналістики та комунікативістики, концепціями інформаційного суспільства, теоріями медіа, володіти теоретико-методологічними підходами до системного аналізу медіа, вміти використовувати їх в професійній діяльності у галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики

- ПРН 2 Оволодіти базовими знаннями сучасних інформаційних і комунікаційних технологій, вміти застосовувати їх у професійній діяльності, опанувати навичками використання програмних засобів і роботи в Інтернеті; уміти працювати з інформацією в соціальних мережах, володіти технологіями веб-комунікацій, створювати веб-сайти та блоги, використовувати інтернет-ресурси для медіадосліджень
- ПРН 3 Уміти створювати аудіовізуальний медіаконтент, розробляти і реалізовувати авторські медіапроекти на основі опанування знаннями, технологіями та інструментами відеопродакшну (відеозйомка, постпродакшн і моушн-дизайн), дизайну візуальних комунікацій, 3D моделювання та комп'ютерної анімації, цифрового аудіовізуального мистецтва, VR і AR технологій
- ПРН 5 Оволодіти теоретичними знаннями і практичними навичками з журналістської майстерності, специфіки створення різних видів аудіовізуального медіадискурсу, функціонування реклами та PR в медіа, продюсування медіапроектів
- ПРН 8 Уміти генерувати нові ідеї та ініціювати створення авторських проєктів, екстраполювати засвоєні знання до нових ситуацій, вміти створювати інноваційні медіапроекти в галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики
- ПРН 9 Уміти вчитися і оволодівати сучасними знаннями, прагнути до саморозвитку, вміти здійснювати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел
- ПРН 10 Набути навички самостійної роботи, виявляти ініціативу та підприємливість, бути критичним та самокритичним, вміти самостійно виявляти та вирішувати проблеми в професійній діяльності, демонструвати здатність до управління та планування часу, володіти основами організаційного та комунікаційного менеджменту
- ПРН 12 Уміти впроваджувати в інформаційну діяльність новітні медіатехнології, принципи і прийоми роботи в конвергентному ньюзрумі
- ПРН 14 Уміти системно мислити, застосовувати аналіз і синтез, опанувати знаннями глобальних проблем сучасності, вміти визначати шляхи їхнього вирішення, аналізувати комунікативний простір для виявлення ключових характеристик медіасистем різного рівня, аналізу сучасного медіапростору
- ПРН 15 Застосовувати набуті теоретичні базові та інструментальні знання для управління інформаційними процесами та розв'язання практичних завдань у галузі аудіовізуальних медіа та цифрової журналістики в умовах сучасного медіавиробництва, змістовно інтерпретувати отримані результати
- ПРН 16 Уміти подавати інформацію в різних мультимедійних форматах, володіти навичками трансмедійного сторітелінгу, створювати аудіоподкасти, візуалізувати інформацію, поєднувати аудіальні, візуальні та текстові складові медіаповідомлення, володіти сучасними інструментами аудіовізуальної комунікації та цифрових медіа
- ПРН 18 Спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово, володіти лексиконом професійної іноземної мови, вміти працювати в міжнародному контексті, діяти соціально відповідально та свідомо, бути відповідальним за якість виконаної роботи
- ПРН 19 Уміти розробляти стратегії медіапроекткування, проводити власні медіадослідження, вміти застосовувати на практиці та презентувати результати авторських науково-практичних досліджень і медіапроектів

Викладання дисципліни передбачає елементи дистанційного навчання у зв'язку з необхідністю дотримання норм епідеміологічної безпеки згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 11 березня 2020 року № 211 «Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2». Платформами дистанційного навчання є Zoom, Telegram і Google Apps.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Дизайн візуальних комунікацій

Тема 1. Візуальна мова, комунікація і дизайн

Дизайн візуальних комунікацій як проєктування візуальної форми мислення або повідомлення, як візуальний засіб адекватної та функціональної оптимізації кодування інформації. Головні закони устрою та функції візуальної мови дизайну в медіа. З'єднання вільного самовираження з детермінованістю візуально-граматичних законів у процесах проєктування. Основні візуальні форми об'єктивізації структур людської взаємозалежності та людського самовираження. Специфіка запису інформації у візуальній формі для колективного обміну і мислення у великих і малих спільнотах та для зберігання й використання інформації, для аналізу, узагальнення й структурування індивідуального досвіду (когнітивного, психічного, емоційного). Інтерпретативні аспекти форми візуальної мови в сучасній професійній практиці, визначення соціокультурних та онтологічних контекстів цільової аудиторії. Дизайн візуальних комунікацій та кіберкультура.

Тема 2. Генеза формоутворення у візуальній комунікації

Еволюція стилів візуального мислення та візуальних комунікацій від неолітичних малюнків до інфографіки та айдентики, текстових смайлів та невербальних мемів у сучасних комунікаціях. Загальнокультурні, цивілізаційні, світоглядні, технологічні та онтологічні аспекти формоутворення у візуальних комунікаціях. Генеза та еволюція форми візуальної комунікації у пошуку найвищої ефективності в процесах оперування інформацією. Г. Вельфлін про два основних типи образотворчої правдоподібності: «видимості» – створення естетики візуальної ілюзії предметного світу, та «тотожності» – створення естетики суворої графічної ясності. Крах класичної «Великої образотворчої функції мистецтва». Дизайн візуальних комунікацій як заміна основних функцій образотворчого мистецтва. ХХІ ст. – закономірний еволюційний етап переходу від вербальних комунікацій до візуальних і від вербального мислення до візуального.

Тема 3. Сучасний дизайн візуальних комунікацій

Дизайн як основна технологія візуалізації реклами та ЗМІ. Реклама ХХ ст. як безпрецедентний соціокультурний феномен. Провідні школи та найбільш авторитетні представники графічного дизайну Великої Британії, Нідерландів, Німеччини, Польщі, Росії, США, України, Франції, Швейцарії, Японії та ін. Протилежні тенденції в розвитку сучасної візуальної мови: індивідуалізація (множини, заглиблювання, звужування, спеціалізації) та глобалізація (геомасштабна економічна і політична інтеграція, глобальна мережева комунікація, об'єднання, стандартизації, спрощення та уніфікації уявлень). Дизайн візуальних комунікацій як цілісний процес візуалізації сенсу: адекватність змісту проєкту, аудиторії, виділення інформації, привернення уваги з наступним його утриманням, структуризація смислів та оптимальний вибір графічних засобів для забезпечення легкості й комфорту при засвоєнні візуального повідомлення. Множинність і мультикультурність сучасної художньої рефлексії як довільної й суб'єктивної форми самовираження у дизайні візуальних комунікацій. Цифрові векторні, растрові, тривимірні й анімаційні графічні редактори.

Тема 4. Методи аналізу мови візуальної комунікації

Комплексний аналіз мови візуальної комунікації. Методи семіотики, інформатики, психології, мистецтвознавства. Семіотичний метод аналізу мови візуальної комунікації як синтез структурного, функціонального та історичного підходів із виявленням природи візуальної мови, найбільш загальних і важливих аспектів різних механізмів і цілей процесу

візуальної комунікації. Відносини «означника» і «означуваного» як основа лексики візуальної мови. Ступінь «довільності» як відсутність необхідного зв'язку «означника» з «означуваним» у візуальних текстах. Синтаксис, семантика і прагматика візуальної мови (Ч. Пірс, Ч. Морріс). Різноманіття морфологічних і функціональних аспектів візуальної мови відносно єдиних, універсальних і системних характеристик будови усіх мовних систем. Методи кібернетичної теорії інформації, спрямованість на оптимізацію функціонування систем інформації та навігації в комунікаційних процесах. Структурно-морфологічний та функціональний аналіз візуальних текстів. Взаємодія людини з цифровими пристроями через програмний інтерфейс. Візуальний текст як сигнал до дії у динаміці функціонування «систем, що самоорганізуються»; як елемент комунікаційної системи, що підпорядковується її головним параметрам. Забезпечення надійності передачі повідомлень по новим каналам, їх надійне кодування та розшифровка. Нові потенціали інтерактивних факторів. Пов'язаність ефективного проєктування в сучасному дизайні візуальних комунікацій з психологічним підходом. Динаміка розвитку конвенційних взаємин між системою візуальної мови та індивідуальними вподобаннями. Дія логічних кодів, які визначають закономірності візуального сприйняття. Механізми асоціацій, що впливають на процеси візуальної комунікації; оптимізація та пошук найбільш адекватних графічних форм згідно аналізу цільової аудиторії. Емоція та експресія. Символізм. Мистецтвознавчі методи. Класичні мистецтвознавчі концепції «видимості» і «тотожності»: протиставлення методів суворого об'єктивізму і подібності методам ілюзорного суб'єктивного натуралізму.

Розділ 2. Графічний дизайн

Тема 1. Морфологія та граматики візуальної мови графічного дизайну

Графічний дизайн як соціокультурний феномен. Адекватність форми візуальних комунікацій конкретному акту спілкування. Вплив соціальних мереж на розвиток сучасної візуальної мови графічного дизайну. Елементарні візуальні форми як універсальне коріння візуальної лексики. Перший рівень формоутворення в графічному дизайні – графічні першоелементи як елементарні морфеми графічної мови: крапка, відрізок прямої, відрізок кривої. Другий рівень – утворення з першоелементів елементарних структурних вузлів: хрест, кут, хвиля, петля, спіраль, гвинтова лінія. Третій рівень – елементарні плоскі форми: коло, трикутник, прямокутник. Четвертий рівень – елементарні об'ємні форми: куля, піраміда, куб, циліндр, конус, призма. Наочне уявлення морфології графічних форм і знаків у проєктуванні шрифтів і піктографічних знакових систем, а також у верстці текстів. Особлива естетична та семантична єдність графіки форми і контрформи. Комбінаторика елементарних форм. Рекурсивний спосіб будови всіх найпростіших і найскладніших візуальних текстів з базового обмеженого набору елементів і схем. Принципи граматики з'єднання графічних форм. Синтаксичні та граматичні аспекти проєктування візуальних комунікацій як композиційне впорядкування та з'єднання елементів візуальних текстів у єдине ціле. Позиційна граматична система візуальної мови, де «ціле» стає якісно новим утворенням, а не сумою вхідних елементів. Основні категорії та принципи відношень елементів візуальних композицій як універсальна граматики візуальної мови: домінанта, рівновага, статика, динаміка, ритм. Композиційні відносини елементів візуальної мови за структурними принципами: число та пропорції, ієрархія, мережі, симетрія, ритм, хаос. Засоби виразності візуальної мови: контраст, нюанс, гіпербола, метафора.

Тема 2. Шрифт, типографіка, верстка, інфографіка

Універсальні прийоми формоутворення візуальних знакових систем у графічному дизайні. Проєктування графічних знакових систем, шрифт як окрема форма візуальної комунікації. Генеза трьох базових типів систем письма. Ідеографічний (піктографічний) тип –

відповідність певному сенсу-поняттю. Фоноідеографічний (ієрогліфічний) тип – відповідність змісту і звучанню слова або його частини. Фонетичний (алфавітний) тип – відповідність певному звучанню і стандартному порядку. Анатомія шрифту. Основні класифікації шрифтів, історичні, стильові, географічні, функціональні підходи. Вибір шрифтів, естетичні та функціональні параметри оцінки. Специфіка функціональних відмінностей акцидентних і наборних шрифтів. Каліграфія: виразні можливості, провідні школи та стилі. Комунікаційні можливості засобів типографіки. Верстка тестів. Застосування модульної сітки у дизайні текстових публікацій. Робота зі шрифтом і текстом у графічних редакторах Adobe Illustrator і Adobe InDesign. Орієнтація у шрифтових гарнітурах, методи оптимізації пошуку шрифтів. Інфографіка як функціональний підхід до проектування візуальних текстів. Універсальність мови інфографіки. Об'єктивні критерії оптимальності в графічному дизайні, що піддаються строгому обліку та аналізу. Оптимізація графічних форм візуальних комунікацій як очищення інформації від усього зайвого і випадкового для передачі і обробки її з найменшою витратою ресурсів за найкоротший час при мінімальному рівні перешкод. Найбільш економні та надійні способи візуально-графічного кодування інформації, що вимагають мінімуму витрат для сприйняття (К. Шеннон). Можливості кодування візуального повідомлення з використанням найменшої кількості біт. Математична простота, ясність геометрії, перевага векторної графіки над растровою. Обсяг файлу як естетичний та етичний критерій в цифрових технологіях комунікації. Історично сформовані нормативи візуальної мови. Дизайн візуальних комунікацій мовою піктограм, схем, креслень, карт та ідеографічних систем, графіків, гістограм, діаграм, таблиць, формул та ін. Причини тенденції до зростання кількості інфографіки в сучасному графічному дизайні. Специфіка мови інфографіки, підвищення її ефективності в процесах проектування і сприйняття.

Тема 3. Прийоми стилізації в графічному дизайні

Замовлення на дизайн та вибір певної естетики. Формально-естетичні ознаки візуальних стилів. Еволюція форми в історії європейських «великих стилів», синхронна лінійна історична послідовність. Системи класифікації візуальних стилів. Географічні, етнографічні й інші основи логіки уявлень про атрибути того чи іншого стилю. Сучасне дроблення поняття стилю на дрібні фракції та зведення визначення стилю до творчого методу окремої особистості. «Стиль – це людина» (граф де Бюффон). Закономірність зміни філософських парадигм в концепції загальної естетичної типології форми В. Сидоренка: основні стильові типи художньої мови. «Проектна концептуалістика» С. Серова. Основні стильові прийоми провідних сучасних дизайнерів-графіків. Зв'язок зовнішніх стильових ознак візуальної художньої форми з внутрішніми основами й цінностями певної культурної традиції. Асоціативні смислові контексти та інтерпретація візуального висловлювання. Логіка стилю як граматична закономірність візуальної мови, засобами якої вона представляється. Основні візуальні коди та схеми, відповідні стилям комунікації. Визначення специфіки психічного стану і настрою учасників комунікативного акту. Основні візуальні стилістичні стереотипи: офіційно-діловий, розважально-ігровий та ін. Стилі, що відповідають конкретному віку, статі, національності, соціальному, економічному й освітньому статусу, релігійним і політичним орієнтирам, психологічним типам темпераменту. Певна ясність та взаємовиключні естетичні параметри та атрибути різних візуальних стилів у сучасному графічному дизайні. Естетична особливість якості зображення, композиція, пластика, просторовість, фактурність, колір та ін. Пріоритет проектних інноваційних методів, які передбачають оновлення сприйняття за рахунок нових форм і кодів візуальної мови з виходом за рамки стандартів, стереотипів та технологічних обмежень. Зв'язок двох взаємодоповнюючих напрямів у проектуванні: інноваційне «виділення» та актуалізаційне «вбудовування». Принцип «виділення» як протиставлення нового візуального об'єкту наявним, створення нових оригінальних, унікальних функціональних якостей візуальної комунікації. Принцип «вбудовування» як

трансформація та оновлення наявної форми, адаптація готових технологій, схем, шаблонів до існуючої ситуації, пристосування до певної естетики графічної мови, вбудовування проєкту в конкретний соціопредметний і соціокультурний контексти.

Тема 4. Інтерактивність візуальної мови графічного дизайну

Синтетичні підходи до проєктування в сучасному графічному дизайні, перехід у нову комунікативну середу – аудіовідеореальність. Анімація, відео, звук, інтерактивність. Домінанта невербальності, асемічності та психологізму в сучасних проєктних пошуках форми візуальних комунікацій, наголос не на слова, а на нові образи та «стан свідомості». Аспект інтерактивності як фактор зворотного зв'язку, як інформаційне та емоційне збагачення комунікації, як новий критерій ефективності сприйняття і розуміння. Динамічна форма впливу і взаємодії у спілкуванні через спільні зусилля в організації процесу обміну інформацією. Адаптація форм візуальних комунікацій до багатих можливостей технології анімації та відео, привнесення у графічний дизайн сценарної атрибутики часу і сюжету.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п. с.	лаб.	інд.	с. р.		л	п. с.	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Дизайн візуальних комунікацій												
Разом за розділом 1	100	12	20	–	–	68	100	4	6	–	–	90
Розділ 2. Графічний дизайн												
Разом за розділом 2	50	4	12	–	–	34	50	2	4	–	–	44
Усього годин	150	16	32	0	0	102	120	6	10	0	0	134

4. Теми семінарських і практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
	Розділ 1. Дизайн візуальних комунікацій	20	6
1	Візуальна мова, комунікація і дизайн	4	–
2	Головні закони устрою та функції візуальної мови дизайну в медіа	4	2
3	Генеza формоутворення у візуальній комунікації	4	2
4	Сучасний дизайн візуальних комунікацій	4	–
5	Методи аналізу мови візуальної комунікації	4	2

	Розділ 2. Графічний дизайн	12	4
1	Морфологія та граматики візуальної мови графічного дизайну	2	–
2	Шрифт, типографіка, верстка, інфографіка	2	
3	Робота зі шрифтом і текстом у графічних редакторах Adobe Illustrator і Adobe InDesign	2	2
4	Прийоми стилізації в графічному дизайні	2	
5	Основні стильові прийоми провідних сучасних дизайнерів-графіків	2	2
6	Інтерактивність візуальної мови графічного дизайну	2	
	Разом	32	10

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
1	Розділ 1. Дизайн візуальних комунікацій		
	Розробити і реалізувати авторський проєкт у галузі дизайну візуальних комунікацій: знак візуальної айдентики обраного (за власним вибором студента) заходу, бренду або підприємства. Створити та захистити презентацію проєкту візуальної айдентики	68	90
2	Розділ 2. Графічний дизайн		
	Написати есе за соціальною та/або екологічною проблематикою. Розробити концепцію соціального проєкту у галузі графічного дизайну. Створити макет видання журнального типу. Зверстати макет брошури і презентацію за обраною темою, використовуючи у брошурі тексти коментарів-есе до 10 обраних плакатів Міжнародної триєнале екологічного плаката і графіки «4-й Блок» та інфографічні композиції. Презентувати авторський проєкт дизайну брошури за соціальною та/або екологічною проблематикою	34	44
	Разом	102	134

6. Індивідуальне завдання

За дисципліною «Дизайн і медіа» індивідуальні завдання не передбачені.

7. Методи навчання

Для ефективного викладання навчальної дисципліни застосовуються інноваційні мультимедійні технології та елементи таких інтерактивних методів навчання як zoom-сесії, онлайн-дискусії та вебінари із залученням викладачів ЗВО з інших міст і країн,

комунікативні тренінги, брейнсторм-семінари, практикуми-інтенсиви «in action», імерсивні воркшопи, практикуми з експериментального моделювання, медіаколовквіми, медіатоки, медіаквізи, онлайн-конференції та баркемпи, міні-пресконференції, медіадебати, онлайн-конкурси, медіатренінги в ігрових ситуаціях, що моделюють роботу журналістів у конвергентному ньюзрумі, медіастудії, пресцентрі тощо.

8. Методи контролю

Поточний контроль: усні опитування на заняттях за контрольними програмними питаннями поточної та попередніх тем; мікроконтрольні роботи, що проводяться на початку заняття; оцінювання ступеня активності студентів та якості їхніх відповідей на заняттях; тестові завдання.

Контроль виконання самостійних робіт: перевірка виконання творчих завдань (усна доповідь, есе, індивідуальні та колективні мультимедійні презентації).

Контрольна робота з розділу 1 «Дизайн візуальних комунікацій» за темою «Знак візуальної айдентики заходу, бренду або підприємства»: визначити суть діяльності підприємства або головні задачі заходу. Визначити цільову аудиторію; на базі цього зібрати mood board: набір візуальних асоціацій, що прямо або опосередковано пов'язані з темою. Проаналізувати їх за такими критеріями: адекватність, релевантність, ясність, простота, оригінальність, художня виразність; за допомогою будь-якого графічного редактора (бажано Adobe Illustrator) зробити декілька ескізних варіантів зображення знаку айдентики. Обрати найкращий за тими ж критеріями (адекватність, релевантність, ясність, простота, оригінальність, художня виразність); Допрацювати обраний ескіз відповідно технічних умов до практичного використання на різних носіях; створити опис створеного знаку візуальної айдентики (зміст, формоутворення, колір, шрифт, закладанні бажані асоціативні ряди).

Підсумковий контроль (екзамен): теоретичне випробування; презентація творчих завдань з навчальної дисципліни (проект візуальної айдентики заходу, бренду або підприємства та авторський проект дизайну брошури за соціальною та/або екологічною проблематикою); перевірка рівня засвоєння студентами теоретичного та практичного навчального матеріалу в цілому; вміння студента використовувати теоретичні знання при виконанні практичних завдань.

Приклад екзаменаційного завдання

1. Специфіка візуальної мови дизайну в медіа. Запис інформації у візуальній формі. (5 балів)
2. Метафора як художній прийом у плакаті. (5 балів)
3. Презентація та захист підсумкових творчих завдань з дисципліни. (30 балів)

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання				Екзамен	Сума
Розділ 1	Розділ 2	Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Разом		
Т 1-4	Т 1-4	10	60	40	100
20	30				

Критерії оцінювання навчальних досягнень

*Критерії оцінювання письмових відповідей
на теоретичні питання екзаменаційної роботи*

№ з/п	Критерії оцінювання	Кількість балів за відповідь на одне питання				
		При максимум 5 балів	При максимум 10 балів	При максимум 15 балів	При максимум 20 балів	При максимум 40 балів
1	Відповідь повна, або з однією незначною помилкою	5 балів	9–10 балів	13–15 балів	17–20 балів	33–40 балів
2	Відповідь повна, але з двома-трьома незначними помилками	4 бали	7–8 балів	10–12 балів	13–16 балів	25–32 бали
3	Відповідь не досить повна та/або із суттєвими помилками	3 бали	5–6 балів	7–9 балів	9–12 балів	17–24 бали
4	Відповідь не повна, містить суттєві помилки	2 бали	3–4 бали	4–6 балів	5–8 балів	9–16 балів
5	Відповідь майже відсутня та/або не відповідає запитанню	0–1 бал	0–2 бали	0–3 бали	0–4 бали	0–8 балів

*Критерії оцінювання якості виконання
творчого завдання та/або авторського проєкту*

№ з/п	Параметри	Максимальна кількість балів за кожним із параметрів				
		При максимум 5 балів	При максимум 10 балів	При максимум 15 балів	При максимум 20 балів	При максимум 40 балів
1	Оригінальність концепції, нетривіальність ідеї, концептуальність задуму, креативність	1	2	3	4	8
2	Авторський стиль, індивідуальний почерк	1	2	3	4	8
3	Самостійність	1	2	3	4	8
4	Застосування вмінь, навичок та інструментів роботи у галузі цифрових медіа	1	2	3	4	8
5	Технічна якість виконання	1	2	3	4	8

*Параметри, за якими оцінюється якість виконання
мультимедійної презентації*

№ з/п	Параметри	Максимальна кількість балів за кожним із параметрів				
		При максимум 5 балів	При максимум 10 балів	При максимум 15 балів	При максимум 20 балів	При максимум 40 балів
1	Змістовність, повнота представленої інформації	1	2	3	4	8
2	Структурна чіткість, послідовність, вміння виділити головне, лаконічність у подачі матеріалу	1	2	3	4	8
3	Вміле використання прийомів візуалізації тексту	1	2	3	4	8
4	Єдність стилю, вдала композиція слайду та дизайн-рішення, кольори та шрифти	1	2	3	4	8
5	Грамотність, коректність, охайність оформлення	1	2	3	4	8

*Параметри, за якими оцінюється
усний захист творчого завдання та/або авторського проекту*

№ з/п	Параметри	Максимальна кількість балів за кожним із параметрів				
		При максимум 5 балів	При максимум 10 балів	При максимум 15 балів	При максимум 20 балів	При максимум 40 балів
1	Змістовність доповіді, логіка, чіткість, послідовність	1	2	3	4	8
2	Володіння професійним лексиконом	1	2	3	4	8
3	Риторична компетентність	1	2	3	4	8
4	Вміле використання прийомів ведення академічної дискусії	1	2	3	4	8
5	Естетика презентації	1	2	3	4	8

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90–100	відмінно	зараховано
70–89	добре	
50–69	задовільно	
1–49	незадовільно	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література

Розділ 1. Дизайн візуальних комунікацій

1. Бьорд М. 100 ідей, що змінили мистецтво / пер. з англ. Київ : ArtHuss, 2019. 216 с.
2. Сафронова О. О. Сучасні технології дизайн-діяльності : навч. посіб. Київ : КНУТД, 2019. 208 с.
3. Davis M., Hunt J. Visual Communication Design: An Introduction to Design Concepts in Everyday Experience. New York ; London : Bloomsbury Visual Arts, 2017. 208 p. (Required Reading Range).
4. Graphic Design for the 21st Century / ed. by Fiell C., Fiell P. Berlin : Taschen, 2005. 349 p.
5. Landa R. Advertising by Design : Creating Visual Communications with Graphic Impact. Hoboken, NJ : Wiley, 2004. 256 p.
6. Lester P. Visual Communication Images with Messages. 9th ed. Hoboken, NJ : Wiley, 2020. 815 p.
7. Lewrick M., Link P., Leifer L. The Design Thinking Toolbox: A Guide to Mastering the Most Popular and Valuable Innovation Methods. Hoboken, NJ : Wiley, 2020. 320 p.
8. Page J. T., Duffy M. Visual Communication : Insights and Strategies. Hoboken, NJ : Wiley-Blackwell, 2021. 336 p.
9. Stevens R. Powered by Design: An Introduction to Problem Solving with Graphic Design. San Rfael, CA : Rocky Nook, 2020. 240 p.

Розділ 2. Графічний дизайн

1. Білодід Ю. М., Поліщук О. П. Основи дизайну : навч. посіб. Київ : ПАРАПАН, 2004. 240 с.
2. Куленко М. Я. Графічний дизайн: мистецтво шрифту : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2015. 156 с.
3. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник. Київ : Кондор, 2015. 560 с.
4. Кашенко О. В. Основи біодизайну. Методичні вказівки до виконання курсового проектування. Київ : КНУБА, 2020. 40 с.
5. Легенький Ю. Г. Історія дизайну. Київ : ДАКККиМ, 2006. 560 с.
6. Adams S. Graphic Design Rules: 365 Essential Dos and Don'ts. Hudson, NY : Princeton Architectural Press, 2020. 384 p.
7. Caldwell C. Graphic Design For Everyone : Understand the Building Blocks so You can Do It Yourself. Ney York : DK, 2019. 224 p.

8. Cure S., Seggio B. *Graphic Design Play Book: An Exploration of Visual Thinking*. London : Laurence King Publishing, 2019. 80 p. (Logo, Typography, Website, Poster, Web, and Creative Design).

9. Lewrick M., Link P., Leifer L. *The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystems*. Hoboken, NJ : Wiley, 2018. 352 p.

10. Nottingham A., Stout J. *The Graphic Design Process: How to be successful in design school*. New York ; London : Bloomsbury Visual Arts, 2019. 200 p.

Допоміжна література

1. Даниленко В. Я. *Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури : монографія*. Харків : ХДАДМ; Колорит, 2005. 244 с.

2. Даниленко В. Я. *Майбутнє європейського дизайну*. Харків : Колорит, 2007. 197 с.

3. Джефкінс Ф. *Реклама / пер. з англ.* Київ : Знання, 2001. 456 с.

4. Лагода О. *Концептуальне підґрунтя проектно-художньої діяльності в умовах сучасності // Регіональний дизайн і освіта: потенціал сучасності : II Всеукр. наук.-практич. конф.* : Черкаси : Видавець Вовчок О. Ю., 2017. С. 180–183.

5. Adams S. *How Design Make Us Think : And Feel and Do Things*. Hudson, NY : Princeton Architectural Press, 2021. 256 p.

6. Manzini E. *Design, When Everybody Designs : An Introduction to Design for Social Innovation / transl. by Rachel Coad*. Cambridge, MA : MIT Press, 2015. 256 p. (Design Thinking, Design Theory).

7. Papanek V. *Design for the Real World : Human Ecology and Social Change*. 2nd ed. Chicago : Chicago Review Press, 2005. 416 p.

8. Shea A. *Designing For Social Change : Strategies for Community-Based Graphic Design / il. by Ellen Lupton ; foreword by William Drenttel*. Princeton : Princeton Architectural Press, 2012. 160 p. (Design Briefs).

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

Розділ 1. Дизайн візуальних комунікацій

1. Cross N. *Science and design methodology: A review*. URL : <https://link.springer.com/article/10.1007%2F978-1-4939-9257-5> (дата звернення: 25.08.2021).

2. *Impressive Logos & Identity Design Projects*. URL : [http:// howdesign.com/design-creativity/award-winning-brand-identity-design /](http://howdesign.com/design-creativity/award-winning-brand-identity-design/) (дата звернення: 25.08.2021).

3. *International Design Awards Winners 2017: Identity*. URL : <http://www.howdesign.com/international-design-awards-winners-2017-identity/> (дата звернення: 25.08.2021).

4. *Pentagram*. URL : <http://www.pentagram.com/?ref=webdesignernews.com> (дата звернення: 25.08.2021).

5. *Rob Carney August 01, 2017 25 names every graphic designer should know*. URL : <http://www.creativebloq.com/graphic-design/names-designers-should-know-6133211> (дата звернення: 25.08.2021).

6. *The Visual History of Type author Paul McNeil selects and dissects his six favourite faces*. URL : <http://www.itsnicethat.com/news/the-visual-history-of-type-paul-mcneil-graphic-design-publication-110917> (дата звернення: 25.08.2021).

7. *Your logo is copied*. URL : <http://medium.com/@fvo/your-logo-is-copied-710ac4604258> (дата звернення: 25.08.2021).

Розділ 2. Графічний дизайн

1. Харківська державна академія дизайну і мистецтв. URL : <https://www.ksada.org/index.html> (дата звернення: 25.08.2021).
2. Anthropology + Sociology + Design = UX?!. URL : <https://blog.prototypr.io/anthropology-sociology-design-ux-d31f81622652> (дата звернення: 25.08.2021).
3. Design-oriented Sociology. URL : <https://blogs.helsinki.fi/iarminen/files/2010/09/actadesign-orientedsociology.pdf> (дата звернення: 25.08.2021).
4. Dorst K. Creativity in the design process : co-evolution of problem-solution // Design Studies. URL : http://oro.open.ac.uk/3278/1/Creativity_-_coevolution.pdf. (дата звернення: 25.08.2021).
5. Pentagon and more. URL : <http://www.fastcodesign.com/90143505/8-design-principles-to-live-and-die-by-according-to-facebook-ibm-pentagram-and-more> (дата звернення: 25.08.2021).
6. Socio-Cultural Basis of Design of Communities. URL : https://prezi.com/mt__mn0d0gcz/socio-cultural-basis-of-design-of-communities-planning-2/ (дата звернення: 25.08.2021).
7. Sociology of Design. URL : <http://www.bkm-format.com/en/projects/pt/research/sociology-of-design/> (дата звернення: 25.08.2021).
8. SOCIOL 710 / Introduction to Research Design in Sociology. URL : https://academiccalendars.romcmaster.ca/preview_course_nopop.php?catoid=25&coid=144774 (дата звернення: 25.08.2021).
9. Where Design and Sociology Meet : The Connection Between Design Process and Human Perception. URL : <https://www.linkedin.com/pulse/where-design-sociology-meet-connection-between-process-leslie-brody/> (дата звернення: 25.08.2021).