

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ



КИЇВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ
ІМЕНІ МИХАЙЛА БОЙЧУКА



Бойчуківські читання

18 листопада 2021 року

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
науково-творчого товариства студентів та молодих науковців

Випуск 2

КИЇВ – 2021

Рекомендовано до друку Вченою радою Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука (протокол № 04/21-22 від 24.11.2021 р.)

Бойчуківські читання : збірник наукових праць / Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука. К., 2021. Вип. 2. – 93 с.

У збірнику наукових праць представлено публікації науково-творчого товариства студентів та молодих науковців Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука, що відображають результати наукових досліджень з проблем мистецької освіти, мистецтвознавства, дизайну, етнодизайну, культурології. Виокремлено інноваційний зміст, напрями, історію розвитку. Збірник адресовано науково-педагогічним працівникам закладів вищої освіти, науковцям, докторантам, аспірантам, студентам, а також усім, хто цікавиться сучасними науковими дослідженнями в галузі мистецтва, педагогіки, дизайну.

Матеріали подано в авторській редакції. Відповідальність за науковий та літературний зміст опублікованих матеріалів несуть їх автори. Думки авторів можуть не збігатися з позицією редколегії.

Електронний варіант збірника розміщено на сайті Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука за посиланням: <https://kdidpamid.edu.ua/academy/nauka/naukovi-zbirnyky/>

При цитуванні публікацій посилання на збірник обов'язкове.

ЗМІСТ

Атланов В. Засоби підвищення мотивації студентів до вивчення мультимедійних технологій: досвід роботи спеціалізованих гуртків	5
Бочкай Р. Метод інтролігація. Рукотворна книга	9
Бочкай Р. Тенденції дизайну сучасного журнально-альбомного видання	13
Васильєва К. Дослідження та відродження поліського розпису	15
Ганиш М. Екологічна тематика в сучасному соціальному плакаті	19
Ганиш М. Екологічний плакат – в сучасній соціальній рекламі	23
Гапон Л. Роль проєктних технологій у професійній діяльності майбутніх фахівців художнього текстилю	29
Голик А., Васильківська О. Роль та функції застосування нетрадиційних технік в дизайні	34
Жук А. Принципи біокліматичного проектування в архітектурі	38
Крикун О. Дидактичні умови використання основ образотворчої грамоти в інформаційно-графічній підготовці	41
Марченко О. Особливості підготовки майбутніх дизайнерів до освітньої діяльності в мистецьких закладах вищої освіти	42
Пепчук І. Інтерактивна книга як новий спосіб взаємодії з читачем	48
Починок П. Кольорова символіка у народному мистецтві в контексті формування концепції українського етнодизайну	53
Руденок М. Основні принципи проектування кіберспортивних арен	57
Тименко В. Анкетування і проектування ідей – ефективні способи підготовки майбутніх тренерів з футболу	63
Тихонюк В. Світоглядно-стилістичні засади творчості художника-графіка Володимира Юрчишина	68
Черних М. Сучасні тренди типографіки у графічному дизайні	70
Черних М. Тривимірна типографіка у графічному дизайні	73

Шадманова О. Принцип роботи зоо-готелів	84
Шкляр О. Формування внутрішнього середовища торгівельного закладу шляхом трансформації декорування	87
Палеха Р. Проблеми формування професійної компетентності майбутніх фахівців за спеціальністю «промислове і цивільне будівництво»	90
Корбут А. Формування готовності майбутніх фахівців з фінансів до застосування мультимедійних систем у професійній діяльності	92

Атланов В. В.
Викладач ВПУ-21
м. Миколаїв,
аспірант КДАДПМД
ім. М. Бойчука

ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ ДО ВИВЧЕННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ДОСВІД РОБОТИ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ГУРТКІВ

Проблеми мотивації студентів при вивченні складних дисциплін, до яких належать зокрема і мультимедійні комп'ютерні технології, завжди досить актуальні. Тому є кілька причин:

- важка робота по опрацюванню навчального матеріалу високої складності;
- легковажне відношення до навчального процесу загалом і до певних навчальних дисциплін зокрема;
- низький рівень самоорганізації студента;
- несформована картина майбутнього (студент не досить ясно розуміє як проходитиме його подальша професійна діяльність, які роботи він виконуватиме після закінчення закладу).

Ці причини типові не тільки для учнів шкіл, професійних училищ і коледжів, а й для багатьох студентів університетів.

В наслідок низької мотивації спостерігається зниження відвідування занять, слабке засвоєння нового матеріалу, низький рівень зосередженості на заняттях і, як слідство, нізка ефективність навчального процесу.

Проблему низької мотивації педагогічна наука намагається вирішити кількома шляхами.

1. Гейміфікація освітнього процесу [4,5]. Цей шлях вимагає досить суттєвої зміни парадигми навчання і не завжди демонструє позитивний

результат, оскільки мотивація підвищується не до навчання, як такого, а до отримання певних бонусів, пов'язаних із навчанням. Причини низької мотивації в такому разі не усуваються а лише маскуються.

2. Кропітка роз'яснювальна робота [7] може бути ефективною лише в певних умовах, коли викладач тісно комунікує зі студентом на протязі досить великого проміжку часу. Але у більшості випадків такої можливості у викладачів немає.

3. Залучення студентів до проектної діяльності [1,2]. Це досить дієвий засіб, але участь у проектах потребує додаткової мотивації, яку треба якимось чином викликати у студента і цей шлях часто нагадує замкнуте коло.

В даному дослідженні пропонується звернути увагу на таку форму колективної творчості, як гуртки по інтересам.

Зазвичай в гуртки об'єднуються творчі особистості з метою реалізації свого творчого потенціалу та отримання задоволення. Гуртки часто взагалі не пов'язані з професійним навчанням, а навпаки лише відволікають від нього. Проте практично всі навчальні заклади використовують гурткову роботу, як міцний виховальний фактор, що дозволяє створити в колективі певну позитивну атмосферу, яка поліпшує практично всі важливі показники виховної роботи закладу, що певним чином також позитивно впливає і на успішність в професійному навчанні. Але цей вплив все ж таки непрямий, його ефективність залежить більше від напряму гурткової діяльності та особистих якостей учасників, ніж от процесу в цілому. Втім, аналіз гурткової роботи ясно показує, що в тій сфері гурткової діяльності, яка близька до майбутньої професійної діяльності студента, показники його успішності в спец. дисциплінах значно зростають. Якщо розглянути це явище з точки зору мотивації, то можна побачити, що:

по-перше, студент, який добровільно приймає участь в роботі гуртка, вже достатньо мотивований до роботи в ньому і націлений на успіх;

по-друге, якщо робота гуртка певним чином пов'язана з майбутньою професійною діяльністю студента, то спостерігається підвищення мотивації

до вивчення саме професійних дисциплін, які корисні також і для успішної діяльності студента в колективі гуртка;

по-третє, успішність студентів в гуртках створює певну атмосферу привабливості та спонукає інших студентів, які ще не задіяні в гуртковій роботі, приєднатися до гуртківців і це, в свою чергу підвищує їх мотивацію до навчання.

Дані твердження можна проілюструвати на прикладі роботи гуртка «Студія дизайну», що розпочав діяльність у вересні 2021 року на базі ВПУ-21 міста Миколаєва. Робоча назва: «21 STUDIO». В цьому гуртку студенти долучаються до справжніх проектів, які зазвичай виконують дизайнерські студії, а саме:

- видання розважального та науково-популярного журналу;
- розробка комп'ютерної гри;
- створення підручника з 3д графіки;
- розробка різноманітної рекламної графіки і брендинг.

Незважаючи на досить амбітні завдання, гуртківці з ентузіазмом взялися до роботи. Кожний з них – творча особистість, а всі разом створюють досить потужний творчий потенціал.

Демократична атмосфера, де голос кожного враховується, дискусії, мозкові штурми, творчий пошук, все це привчає студентів до колективної роботи а дефіцит певних компетенції стимулює на підвищення рівня ерудиції та спеціальних знань. Це і є необхідна мотивація до навчання.

Викладач (керівник гуртку) є модератором процесу. Його функція – стимулювати творчу активність студентів. Оскільки гурток – це все ж таки не професійна студія і він не обмежений контрактами і дедлайнами, то робота в такому об'єднанні має приносити учасникам лише задоволення. Крім того, керівник гуртку проводить певну роз'яснювальну роботу щодо майбутньої професійної діяльності студентів, що в свою чергу, ще більше підвищує мотивацію студентів.

Перші результати роботи досить обнадійливі:

- студенти працюють із захопленням;
- брак компетенцій швидко поповнюється шляхом інтенсивного пошуку рішення із різноманітних джерел;
- студенти привчаються до ефективній командній праці;
- стрімко зростає успішність у навчанні зі спец. дисциплін;
- студенти отримують певну спеціалізацію і формують ясну картину свого майбутнього.

Отже, аналіз досвіду роботи творчого гуртка «Студія дизайну» у ВПУ-21 міста Миколаєва дозволяє зробити кілька важливих висновків.

1. Робота в гуртках – дієвий засіб підвищення мотивації до навчання.
2. Праця над реальними проектами привчає студентів до справжніх ділових відносин і командній роботі.
3. Працюючи над реальними проектами, студенти отримують компетенції, які значно ширше за програму навчального закладу і будуть в змозі виконувати складні професійні завдання.
4. Викладач, що керує роботою гуртка, вільний у виборі стратегії діяльності, самостійно вибудовує відносини в колективі, розставляючи пріоритети таким чином, щоб виробнича діяльність не заважала, а навпаки сприяла навчальному процесу, орієнтуючись на вищий пріоритет – ефективність навчання.

Список використаних джерел:

1. Литвинюк Г.І. Проектна діяльність в освітньому середовищі / Г.І. Литвинюк, О.І. Когут, О.Р. Кульматицька. — Тернополь : Навчальна книга — Богдан, 2014. — 128 с.
2. Розина И.Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика / И. Н. Розина. — М. : Логос, 2005. — 437 с.
3. Андерсен Б. Б. Мультимедиа в образовании / Б. Б. Андерсен, К. Ван ден Бринк. — М. : Дрофа, 2007. — 224 с.

4. Мария Панкова. Геймификация в образовании: когда обычный курс становится квестом. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5de6699e9a79470c5d2b2a8f>
5. Кавтарадзе Д.Н. Обучение и игра: введение в интерактивные методы обучения / Д.Н. Кавтарадзе. – 2-е изд. – М.: Просвещение, 2009.
6. Ермолаева М.Г. Игра в образовательном процессе: методическое пособие / М.Г. Ермолаева. – 2-е изд., доп. – СПб.: СПб АППО, 2005.
7. Стародубцева В.К. Мотивация студентов к обучению // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=15617>

Бочкай Р.В.

магістрант спеціальності ГД

**Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і
дизайну ім. М. Бойчука**

МЕТОД ІНТРОЛІГАЦІЯ. РУКОТВОРНА КНИГА

Виклад основного матеріалу. В наш час існує лише кілька майстерень, в них виготовляють книги за старовинними технологіями. У місті Дніпродзержинськ є одна з таких майстерень, перевидання та інтролігації стародавніх і раритетних українських книг.

Там використовують верстати трьохсотрічної давнини і тільки ручну роботу.

Там перша в історії українська Біблія пантелеймона Куліша і другий «Кобзар» шевченка отримали нове життя.

Виготовлення цінних давніх оправ для книг за технологією XVII-XVIII століття – має назву Інтролігація. Це древнє мистецтво з'явилося, мабуть, тоді

ж, коли і кодекс – форма книги, яка практично не змінювалася більше півтора століть. Вимоги кодексу до виготовлення палітурки, які за короткий час перетворили із засобу для захисту в справжній витвір мистецтва.

Андрій Яловий – засновник майстерні в Дніпродзержинську, колекціонер української антикварної книги, володіє досить великою кількістю ексклюзивних українських видань зі столітньою історією. Давати нове життя старовинним книгам- це справа усього його життя. Цим ремеслом він почав займатися не для прибутку, а щоб молоде покоління мало можливість пізнавати історію з первинних джерел. Початком стало колекціонування старих книг і згодом переросло примноження української спадщини.

Для порятунку раритетів майстер використовує технології та обладнання максимально наближені до тих, які застосовували сто, а то й двісті років тому.

Афоризм Ф. Купера «Книги, подібно до зброї, володіють силою, щоб врятувати або зруйнувати світ», є девізом реставраторів. Кожного дня в майстерні відроджується історія, давні традиції і дух давнини. Майстри та фахівці-реставратори мають унікальну можливість працювати з книгами, які нараховує не одне сторіччя. Антикваріат реставрують за старовинними технологіями, щоб він не відрізнявся від оригіналу. Тому щоб зробити точну інтролігацію і створити витвір мистецтва, використовують столітні верстати.

Кожна книга дбайливо проходить усі процеси, одягають в шкіру, наносять спеціальне тиснення, оздоблення книг сріблом і золотом – що є рідкісною особливістю майстерні. Іноді процес займає більше місяця.

Відродженні мистецьких традицій виготовлення і прикрашання української книги, її створення новітніх авторських високохудожніх зразків, саме таке творче завдання бачать для себе Дніпродзержинські реставратори.

Для них кожна сторінка - це перлина української історії, культури, науки, врешті-решт, національної самосвідомості. Завдяки їх копіткою працям бібліотеки колекціонерів збагачуються оригінальними

дорогоцінними книгами. Улюблені книги, які раніше лежали в скринях, шикуються на полицях, радує око і серце.

У своїй колекції Андрій Яловий має унікальні видання. Він втілює мрію Тараса Шевченка - видав другий том «Кобзаря». До сих пір цього не зробила жодна друкарня. Ще одним скарбом колекціонер вважає Біблію, написану Пантелеймоном Кулішем. Вона стала першою, яку перевели на українську мову в ХІХ столітті. Своїм захопленням колекціонер намагається краще вивчити історію України, сторінки якої і досі мають багато білих плям.

У планах книгомана видання книги про рідне Дніпродзержинську, який до революції носив назву Кам'янське і був одним із центрів культурного та освітнього життя регіону. До видання увійдуть спогади і записки засновників міста, зроблені кілька сотень років тому.

Ще одним із найвідоміших майстрів в Україні які також працюють над книгами ручної роботи є Чебаник Василь Якович – член Національної спілки художників України, каліграф, заслужений діяч мистецтв України, професор Національної академії образотворчих мистецтв і архітектури, керівник навчально-творчої майстерні дизайну книги та інтролігації.

Священна фраза для майстра : «Спочатку було Слово»

5 серпня 1933 р. в с. Клішківці Хотинського району Чернівецької області на Україні – народився Чебаник В. Я.

У 1963 р. закінчив Київський державний художній інститут, майстерню книжкової графіки. Навчався у професорів Ст. Касіяна, В. Плещинського, Р. Якутовича.

З 1962 р. працював в Академії образотворчих мистецтв і архітектури (з дипломного курсу), нині працює в КДАДПМД імені Михайла Бойчука.

Основний вид діяльності: професор академії; оформлення та ілюстрація книг; дизайн шрифту; інтролігація (обробка книжкових блоків, покриття шкірою по технології ХІІІ—ХVІІІ ст.).

Творчі роботи відзначені срібною медаллю ВАН СРСР 1964 р. Дипломи: Івана Федорова і Георгія Якутовича. Фірмовий стиль: герб,

хвалебні книги НаУКМА, дипломи, шрифт для Києво-Могилянської Академії відзначений медаллю «Святого Петра Могили». Ручне виготовлення книжкового блоку, покриття шкірою і художнє оформлення Конституції України для Верховної Ради України (відзначена Почесною грамотою Президії Верховної Ради України).

Займається кирилизацією алфавіту на основі фундаментальної кирилиці останні десять років. Проект був експонований на 5 виставках у Києві, Харкові. Також на багатьох республіканських художніх виставках були виставлені свої шрифтові роботи, зроблені для оформлення книг. Брав участь у Міжнародному симпозиумі каліграфів в Талліні в 1972 р.

Про себе Василь Чебаник говорить так :

Хочу особливо відзначити важливі події у моєму житті — це спілкування з колегами, професійно працювали і працюють в області шрифту: Хоменко Ст., Пономаренко А., Чобітько П., Чекаль А., Шевченко А. та ін. Мав щастя особисто познайомитися з Паулем Лухтейном, Віллу Тоотсом, Альбертом Капром. Саме питання: «А чому ви не розвиваєте свій шрифт?», заданий мені Альбертом Капром р. в Лейпцігу в 1971 р., не дає мені спокою досі. Тому я поставив собі завдання — зробити варіант шрифту (рутенія), зберігши основні риси графем ранньої кирилиці, надавши йому сучасності, графічну пластику і заодно уникнувши подвійного прочитання таких літер і цифр: «З» та цифри «З», «Про» і цифри «0», «Р» — «R», «Н» — «N», «д» — «g», «Я» — «R». Віддаю собі звіт в тому, що це не скоро здійсниться, але вважаю, що «в окремо взятій країні» це можливо, тим більше, що такі спроби мали місце протягом ХХ ст.: Р. Нарбут, В. Кричевський.

Список використаних джерел

1. Електронний ресурс: <https://chytomo.com/book-brothers-atelier-ponad-99-liudej-ne-znaiut-shcho-take-introlihatiia/>
2. Електронний ресурс: <http://lib.dndz.gov.ua>

Бочкай Р.В.

магістрант спеціальності ГД

Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну

ім. М. Бойчука

ТЕНДЕНЦІЇ ДИЗАЙНУ СУЧАСНОГО ЖУРНАЛЬНО-АЛЬБОМНОГО ВИДАННЯ

Виклад основного матеріалу. Порівняльне дослідження та подальший аналіз особливостей дизайну сучасного альбому важливий не тільки для дизайнерів і художників-ілюстраторів, а й усіх спеціалістів у галузі книговидання. У книжковому календарі можна виділити весну, як період головного світового ярмарку дитячої книги в Болоньї, а осінь – найбільшого книжкового форуму на планеті – Франкфуртського книжкового ярмарку (Німеччина), що бере початок із часів німецького ювеліра, першодрукаря та винахідника Йогана Гуттенберга. В Україні такою подією з 2011 року став «Книжковий арсенал». Можна прослідкувати, які нові ідеї виникають, а які гинуть у процесі природного відбору, аналізуючи учасників найпрестижніших ярмарок та конкурсів книжкового дизайну.

Обріз - це кромка книжкового блоку. Він став однією з декількох тенденцій оформлення книг з 2016 р. Зафарбування або позолочення обрізів книжкового блоку (його верхнього, бокового та нижнього торця) та навіть друк на ньому в деяких видавництвах світу.

Лакування, тиснення та висічка.

Незвичайні прийоми тиснення особливо помітні в книгах з країн Східної Азії. Тиснення золотою фольгою - отримання на палітурних кришках або корінці відбитка (малюнка або тексту) з використанням поліграфічної фольги в результаті силового впливу нагрітого металевого штампа. Конгревне тиснення - отримання багаторівневого рельєфного (опукло-

увігнутого) зображення без фольги на папері та картоні при їх стисненні між штампом і контрштамп, схоже на барельєф. Виконується в спеціальних пресах для тиснення або в тигельних друкарських машинах. Конгревне тиснення є технологічно складним і ефектним прийомом оформлення друкованих видань. Блинтовое тиснення - безбарвне тиснення, на палітурних кришках, рідше - обкладинках, за допомогою штампів, які вигладжують палітурний матеріал, поглиблюючи його на місці тиснення і змінюючи його фактуру. При даному виді тиснення, зображення вдавлюється (без фарби і фольги) в папір або картон. Блинтовое, або «сліпе» тиснення може бути гарячим або холодним

Сьогодні на деяких книгах можна зустріти використання лазерної висічки з високою деталізацією та складністю форм як на обкладинках, так і на суперобкладинках.

Нестандартна серійність. У сучасних книжкових серіях європейських видавництв для позначення серії, наприклад, використовується єдине кольорове рішення, але при цьому графічні елементи, шрифт у кожній книзі можуть бути унікальними.

Перекриття основного зображення обкладинки другорядними графічними елементами, закреслення назви створює інтригу, зупиняє погляд читача на книзі.

Альона Соломадіна, графічний дизайнер, авторка айдентики Міжнародного фестивалю «Книжковий арсенал» стверджує: «Якщо говорити про якісь загальні тенденції, то в першу чергу потрібно відзначити інтерес до матеріалів, звернених до тактильних відчуттів. Крім цього, зараз, як ніколи, в друкованій книзі яскраво виражені різноформатні блоки, фарби... Але найголовніше – це концептуальність! Наприклад, не можна стверджувати, що в моді синій колір або типографічна обкладинка. Важлива суть: яку проблематику зачіпає книга і як це виражається візуально».

Екологія сприйняття, як протидія інформаційному шуму. Книга для більшості людей стала осередком спокою, місцем де можна відволіктися від

хаосу, поспіху і сконцентруватися, та відпочити від цифрового перевантаження сучасного життя. Мінімалізм, єдина витримана кольорова гамма, ретельно підібрана типографія, світлі пастельні, матові кольори, використання природних матеріалів створюють враження максимальної природності, світла та відчуття вільного простору. Полотняна палітурка з тисненням, великі зображення на весь розворот всередині, збереження важливості ролі білого додають легкості дихання книзі, натуральності зображення. Саме такі книги посіли почесне місце у списку найкращих, визначених фондом «Мистецтво книги» («Stiftung Buchkunst»), який щорічно протягом більш ніж півстоліття відзначає найкращі книжки Німеччини та світу, а також нагороджує молодих книжкових дизайнерів. Організація стала однією з найавторитетніших установ, що відслідковують тренди книжкового дизайну.

Список використаних джерел

1. Владимиров Л. И. Всеобщая история книги : Древний мир. Средневековье. Возрождение. XVII в. / Л. И. Владимиров. -М. : Книга, 1988.
2. Огієнко П. Історія українського друкарства /1.1. Огієнко. - К. : Либідь, 1994.

Васильєва Крістіна,

Студентка 21 Мг ГД

КДАДПМІД ім. М.Бойчука

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВІДРОДЖЕННЯ ПОЛІСЬКОГО РОЗПИСУ

Аналіз актуальності даного дослідження: Культурний контекст українського декоративного мистецтва є постійним питанням. Протягом 30

років нашої незалежності килимарство і вишивка, гончарство і художнє плетення, традиції Великодніх свят і декоративні розписи залишаються і сьогодні невід'ємною частиною повсякденного життя багатьох родин українців. Твори народного мистецтва потребують сьогодні нашої уваги і збереження, адже художня цінність із зменшенням їх кількості весь час зростає.

Найвідоміші зразки українських народних розписів знані у світі: яворівський, опішнянський, петриківський, проте ніхто не чув про поліський розпис... А саме українське Полісся є однією із скарбниць народної творчості у всіх її проявах. Неповторна природа Полісся слугує джерелом натхнення для творчості. Стилiзовані рослинні, зооморфні елементи складають основу для декоративних композицій. Але, не зважаючи на це, над даною темою працювало не так багато людей, проте відомі Володимир Кобилінський, художник і колекціонер старожитностей Житомирського Полісся, Марія Наумчук, Олексій Макаренко, Анатолій Шевчук, який досліджував даний вид розпису в свої працях, а також Алла Волошина, Ніна Бондар, які поширюють даний вид розпису на місцевих, регіональних виставках.

Саме тому, тема «**Дослідження та відродження поліського розпису**» є актуальною та потребує подальшого вивчення.

Об'єкт дослідження – Поліський розпис.

Предмет дослідження – це умови впровадження та популяризації декоративного Поліського розпису

Метою статті є дослідження та відродження Поліського декоративного розпису, специфікою та прийомами його виконання, дослідити фарфорові заводи на яких зародився даний вид розпису, ознайомитись із творчістю майстрів які володіли даним видом розпису.

Завдання дослідження:

-ознайомити з історією розвитку Поліського декоративного розпису та народними майстрами, які працювали у цьому жанрі;

- дослідити декоративний розпис на основі фарфорових заводів Полісся
- інформувати про основні прийоми та техніки виконання поліського декоративного розпису;
- популяризувати Поліський розпис

Методи дослідження: аналіз наукових джерел із теми дослідження, творчі проекти, експеримент, статистичні методи обробки результатів експериментального дослідження.

Гіпотеза дослідження: Якщо додати Поліський розпис у сувенірну продукцію, яка буде презентуватися туристам, представникам різних делегацій у нашу область, то завдяки цьому даний розпис буде популяризований. Також потрібно ввести Поліський розпис у шкільну програму, адже вивчається лише Петриківський, який до нашої області не має жодного відношення.

Теоретичне та практичне значення дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів майстрами народної творчості, ознайомлення та вивчення даного розпису в школах.

Виклад основного матеріалу:

«Звертайся до минулого - щоб прорватись у майбутнє»

Із «Клятви» Валентина Задорожного

Декоративно-прикладне мистецтво визначає художню специфіку народної культури і могло б стати сьогодні чи не найзначнішим засобом національного відродження й естетичного виховання молоді. Декоративно-прикладне мистецтво притаманне культурі різних народів і народностей, у ньому втілюється душа народу, воно оточує людину в повсякденному житті й у свята. Народне мистецтво яскраво характеризує національні особливості нації, локальні відміни етнографічних груп. З минулим народні художні твори єднає традиція та колективний спосіб її регулювання. Лише завдяки незліченним повторенням схем, мотивів, образів, форм утверджується

художня традиція і передається з покоління у покоління, удосконалюючись і набуваючи чарівної довершеності.

У скарбниці української художньої культури чільне місце належить народному мистецтву поліського регіону, яке у порівнянні з іншими культурно-етнічними зонами України залишається чи не найменш вивченим. Під терміном "Полісся" розуміємо низовину, розташовану на території України та Білорусії, що на сході сягає Дніпра, на півдні - схилів Волинсько-Подільського і Словечансько-Овруцького плато, на заході - Західного Бугу, на півночі окреслюється лінією, котра йде на північ від Бреста, Кобрини, у напрямі Ганцевичів і Слуцька. Йдеться про зону Українського Полісся, яка майже повністю охоплює територію Волинської, Рівненської та Житомирської областей, а також північні райони Хмельницької і Київської областей.

Українське Полісся є однією із скарбниць народної творчості у всіх її проявах. Особливо в час поступового відходу в історію традиційної курної хати (друга половина XIX — початок XX ст.), в поліському житлі набуває популярності застосування багатобарвних розписів, контрастної аплікації, виготовлення яскравих декоративних прикрас з кольорового паперу та золотистої соломки, вигадливих букетів із засушених польових і садових квітів. Вигадливі орнаментальні мотиви народні майстри наносили фарбами на дерево, полотно, папір, на тиньковані побілені стіни. Рушники, одяг, фіранки, постільна білизна, скатертини Полісся вражають яскравістю та різнобарв'ям, мають особливу стилістику, елементи які об'єднуються у свій окремий стиль - поліський «ниткопис», так називали його в народі (вишивка гладдю). Традиційна гама кольорів декоративно-прикладного мистецтва Житомирського Полісся : білий, чорний, яскраво- червоний, темно-зелений, синій, помаранчевий та жовтий. Для сіл у руслі Прип'яті характерна двобарвність: чорне з білим, червоне з білим. У південних селах зростає насиченість барв додаванням рудої, зеленої, жовтої фарби. Малювали здебільшого, натхненні природою рідного краю, рослинні елементи :

квіти(льон, ружі та інші), ягоди, гілочки. Тому, напевно, в українському етносі на генетичному рівні потенційно закладені можливості відчуття і створення прекрасного в оточуючому середовищі. Саме декоративно-прикладне мистецтво визначає художню специфіку народної культури і могло б стати сьогодні чи не найзначнішим засобом національного відродження й естетичного виховання молоді. Декоративно-прикладне мистецтво – це найперша доступна дитині форма духовності, це перший етап оволодіння художнім стилем бачення. Декоративні розписи притаманні культурі різних народів і народностей, в них втілюється душа народу, вони оточують людину в повсякденному житті й у свята. Тому саме декоративно-прикладне мистецтво є найбільш близьким кожній людині і може стати основою художнього розвитку особистості.

Список використаних джерел

1. Попова Л.М. Деякі аспекти українського народного іконопису ХІХ ст. // Народна творчість та етнографія. – 1989
2. Найден О.С. Марія Приймаченко. Синтез орнаментального і фігуративного начал як стильова основа творчості. // Народне мистецтво. – 2001
3. Гарасимчук Р. П. Народне малювання/ / Нариси історії українського декоративно-прикладного мистецтва. Львів, 1969. С. 97—98
4. <http://5fan.ru/wievjob.php?id=60442>

Ганиш М.С.

Магістрант факультету графічного дизайну

КДАДПМІД ім. М.Бойчука

**ЕКОЛОГІЧНА ТЕМАТИКА В СУЧАСНОМУ СОЦІАЛЬНОМУ
ПЛАКАТІ**

Сьогодні, коли на всій планеті під впливом людини відбулися помітні зміни як живої, так і неживої природи, дедалі більшого значення набуває гармонійна взаємодія людини і природного довкілля, оскільки людина отримує від природи все необхідне для життя: енергію, продукти харчування, матеріали, черпає в ній емоційну й естетичну наснагу. Тому вкрай необхідна не лише чітка стратегія охорони природного середовища та посилення контролю за природокористуванням, але й добре продумана система екологічної освіти й виховання населення, також завдяки відповідних візуальних повідомлень до суспільства.

Екологія - відносно молода наука, ще не так давно нею цікавилися невелике коло спеціалістів. Останніми десятиріччями вона почала швидко розвиватись. Цьому сприяла необхідність вирішення таких важливих проблем сучасності, як раціональне використання природних ресурсів, профілактика забруднення середовища промисловими відходами та транспортом, запобігання знищенню природних угруповань, збереження генофонду рослинного і тваринного світу. Екологія дає уявлення про те, яким чином досягти симбіозу техніки, виробництва і природи. Для сучасної людини знання основ екології не менш важливе, ніж основ фізики, хімії, математики.

Соціальний плакат є одним із найдавніших рекламно-інформаційних засобів привернення уваги. Також це повідомлення для публіки і розглядається воно як інформативний, психологічний інструмент, залежно від того, які цілі переслідуються.

Функція соціального плаката. Можна навести провідні напрями у сфері визначення функцій соціальної реклами, представлені дослідниками різних наукових галузей. На думку істориків, соціальній рекламі загалом, та соціальному плакату зокрема, властиві такі функції:

- виховна - виховання та вироблення у громадян певних поведінкових моделей, пов'язаних із турботою про ближнє або про навколишнє середовище;

- Патріотична - маніфестація значущих для даного суспільства цінностей;

- пропагандистська - пропаганда тих чи інших норм, моральних установок, поведінкових установок, наприклад, пропаганда здорового способу життя або формування цивільної відповідальності;

- іміджева - створення стилю життя, способу життя або якоїсь ідеальної моделі, до якої повинні прагнути громадяни [1, с. 20].

Політологи (зокрема Г. Г. Ніколайшвілі) сходяться на думці, що функціями плакату є:

- Формування громадської думки;
- Привернення уваги до актуальних проблем суспільного життя;
- Стимулювання дій щодо вирішення соціальних проблем;
- Формування позитивного ставлення до державних структур;
- Демонстрація соціальної відповідальності бізнесу;
- Зміцнення соціально значущих інститутів громадянського суспільства;
- Формування нових типів суспільних відносин або зміна поведінкової моделі суспільства [2, с. 36].

Набір функцій соціальної реклами, що виділяються у дослідженнях філологів та журналістів, також варіюється. Так, Є. В. Степанов звертає увагу на такі функції соціальної реклами:

- Соціалізація населення - впровадження у свідомість людини знань і уявлень про існуючі як в суспільстві в цілому, так і в окремих спільнотах нормах, стереотипах, цінностях, моделях поведінки;
- вплив на інтеграцію соціуму, сприяння становленню демократичного суспільства;

- впровадження нових знань та нових способів удосконалення свого особистого життя;

– забезпечення психічного та фізичного здоров'я нації.

Потенціал соціальної реклами дуже великий із низки причин. По-перше, реклама розмовляє з людьми їхньою мовою і тим самим проникає глибше за будь-які моралізаторські моралі. По-друге, реклама завдяки постійному повторенню та оригінальності повідомлення формує динамічний стереотип поведінки, що позитивно впливає на всю ситуацію в цілому.

Екологічна свідомість людини формується під впливом на її структурні елементи

– поведінковий, емоційний, когнітивний.

На екологічну свідомість впливають культура, традиції, особисті потреби і досвід, цінності середовища, у якому зростає та перебуває людина тощо. Джерела впливу на екосвідомість можна розділити на внутрішні (самоосвіта, сімейне виховання, особистий досвід людини тощо) та зовнішні (вплив державних заходів, неурядових природоохоронних, релігійних організацій, ЗМІ, суспільні цінності тощо) [3, с.18].

Сьогодні екологія, в широкому значенні, визначається як комплексна інтегральна наука, яка досліджує навколишнє середовище (екосферу планети), його вплив на природу та зворотну реакцію природи на діяльність людства.

Список використаних джерел

1. Саратовська Н. Н. –Плакат як об'єкт мистецтвознавчого дослідження// Білоруський державний університет культури та мистецтв [Електронний ресурс]. URL: <https://plakat.unid.by/blogosphaera/plakat-kak-obekt-iskusstvovedcheskogo-issledovanie>.
 2. Каменєва В. А. Функціональні особливості соціальної реклами// Політична лінгвістика. 2013. № 2 (44). С. 20-28.
- Наталія Куць –Екологія права людини – Екологія свідомість українців і

Ганиш Микола Сергійович

Магістрант факультету графічного дизайну

КДАДПМІД ім. М.Бойчука

ЕКОЛОГІЧНИЙ ПЛАКАТ – В СУЧАСНІЙ СОЦІАЛЬНІЙ РЕКЛАМІ

Анотація. В умовах, коли антропогенні зміни торкнулися практично усіх закутків нашої планети й, навіть, найближчого космічного простору, найважливішим завданням сучасності стало глобальне поліпшення, вдосконалення природокористування, обов'язкове екологічне обґрунтування всіх видів господарської діяльності, погодження планів цієї діяльності між країнами, виконання силами міжнародної співдружності глобальних заходів з охорони біосфери планети. У вирішенні цих проблем головна роль належить саме екології. Людство змушене переосмислити ставлення до природи, почати глибоке вивчення генезису та розвитку складних взаємозв'язків і процесів у навколишньому середовищі з метою поєднання інтересів технічного прогресу і захисту довкілля.

Ключові слова. екологія, екоплакат, соціальна реклама, екологічний плакат.

Постановка проблеми. Також сьогодні, коли на всій планеті під впливом людини відбулися помітні зміни як живої, так і неживої природи, дедалі більшого значення набуває гармонійна взаємодія суспільства і природного довкілля, оскільки людина отримує від природи все необхідне для життя: енергію, продукти харчування, матеріали, черпає в ній емоційну й естетичну наснагу. Тому вкрай необхідна не лише чітка стратегія охорони природного середовища та посилення контролю за природокористуванням,

але й добре продумана система екологічної освіти й виховання населення, також завдяки відповідних візуальних повідомлень до суспільства.

На сучасному етапі розвитку суспільства екологія вирішує коло проблем і користується методами, матеріалами, принципами, які виходять далеко за межі суто біологічних наук, незважаючи на те, що окремі вчені продовжують відносити її до біологічних наук. Більшість із них вважає, що екологія сформувалася в принципово нову інтегровану дисципліну, яка поєднує всі природничі, точні, гуманітарні й соціальні науки [1, с.3]. Не дивно, що так воно відбулося, оскільки в ідеалі визначення екології звучить так:

Ставлення українців до довкілля. За даними соціологічних досліджень 2015-2016 років, понад 76% респондентів вважають, що стан довкілля впливає на їхнє життя та здоров'я. Найгострішими проблемами у сфері охорони довкілля у 2016 році українці визначили засмічення природи побутовими відходами (42%) і проблему забруднення атмосфери шкідливими викидами (39%) [2, с.11].

Мета статті. обґрунтувати поняття «екологічний плакат», дослідити серед усі особливості сприймання соціальних реклам екологічної тематики, з'ясувати важливість соціальних плакатів.

Виклад основного матеріалу. Сучасна екологія є однією з головних фундаментальних наук, своєрідною філософією виживання людства. Останнім часом у всьому світі започатковані найрізноманітніші напрями екологічних досліджень, метою яких є забезпечення фахівців необхідною для прийняття рішень екологічною інформацією у всіх сферах діяльності.

Екологія - відносно молода наука, ще не так давно нею цікавилася невелике коло спеціалістів. Останніми десятиріччями вона почала швидко розвиватись. Цьому сприяла необхідність вирішення таких важливих проблем сучасності, як раціональне використання природних ресурсів, профілактика забруднення середовища промисловими відходами та транспортом, запобігання знищенню природних угруповань, збереження

генофонду рослинного і тваринного світу. Екологія дає уявлення про те, яким чином досягти симбіозу техніки, виробництва і природи [3].

Плакат є одним із найдавніших рекламно-інформаційних засобів привернення уваги за допомогою якого, буде виконано даний дипломний проект. Також це повідомлення для публіки і розглядається воно як інформативний, психологічний і комерційний інструмент, залежно від того, які цілі переслідуються. Для сучасної людини знання основ екології не менш важливе, ніж основ фізики, хімії, математики.

Створення ефективної соціальної реклами екологічної тематики нині широко та успішно практикується за кордоном, чого не можна сказати про Україну. І справа не в тому, що така реклама не створюється, адже це не так. Річ в тім, що більшість речей в секторі соціальної відповідальності робиться в Україні навмисно, для галочки. Висять плакати, які нікого не цікавлять і, найчастіше, нікого не стосуються. Просто тому, що є якась програма, яку потрібно виконати. Якщо комерційний сектор реклами мотивується тим, що реклама повинна повернути інвестиції, то в соціальній рекламі нічого подібного немає, оскільки вона лише відпрацьовує певну програму соціальної відповідальності.

На цьому фоні, в хорошому сенсі слова, привертає увагу представництво ООН, яке замість того, щоб взяти макети західного агентства для соціальної акції, перекласти їх українською мовою, повісити на стіну, поставити галочку і відзвітувати в головному офісі, поводить себе трохи інакше - вони показують проблему очима України за допомогою українських рекламних агентств. А відбувалось це так.

В рамках національної кампанії GO GREEN («Прямуй на зелене!»), ініційованої представництвом ООН в Україні, в свою чергу, в рамках Глобального Договору, нещодавно проводились соціальні рекламні кампанії «Ти небезпечно озброєний» та «Підпишись під захистом доквілля!». Мета цих кампаній полягала в тому, щоб привернути увагу українців до

екологічних проблем та сприяти позитивним змінам у їх відношенні до навколишнього середовища та використання природних ресурсів.

Останніми роками рекламні комунікації стрімко набувають цифрових форматів. В Інтернеті поширюються сайти й рекламні банери не лише комерційного, а й соціального спрямування. Цікавим прикладом цього є WEB розробка німецької комунікаційної агенції –MediaCompany®, яка спеціалізується на питаннях соціальної значущості. На замовлення Федерального міністерства продовольства і сільського господарства Німеччини створено мобільний додаток з кулінарними порадами, рецептами та рекомендаціями щодо збереження і економного використання продуктів чи їхніх залишків. Актуальність сучасних екологічних проблем зумовила організацію спільного українсько-німецького проекту –ЕКО культурал на базі Мюнхенського університету Людвіга-Максиміліана для проведення конкурсу екологічного малюнку для дітей та молоді у рамках партнерства між Мюнхеном і Києвом (вересень — грудень 2015 року, м. Мюнхен; ідея, концепція та головування в журі проф. С. Прищенко)[4. с.25].

Метою проекту були розвиток еко-мислення, популяризація еко-трендів, збереження етнокультурних регіональних традицій, мовна екологія, формування засобами плакатного мистецтва нового стилю життя в умовах міського середовища, просування концепції чистих міст. Порівнюючи стан відображення екологічних проблем та їхнього розуміння суспільством, зокрема в Києві та Мюнхені, можна сказати, що рівень екокультури в Німеччині значно вищий, що пов'язано із щоденним вихованням суспільства в цьому напрямі за допомогою друкованої та зовнішньої реклами, телебачення, Інтернет-реклами, підтримкою різноманітних еко-ініціатив державою та приватними фондами, дисципліною усього населення щодо утилізації відходів. На еко-семінарах були присутні відвідувачі суботніх шкіл, дитячих центрів творчості і художніх шкіл, студенти мистецьких вишів, викладачі, широке коло зацікавлених проблемами екологічної культури та екологічного дизайну тощо. Головним партнером і спонсором

проекту виступила організація –Engagement Global GmbH, діяльність якої спрямовано на розвиток освіти та співробітництва громадянської спільноти в Німеччині та за кордоном (м. Бонн). Конкурс став міжнародним, він виявив значну зацікавленість дитячої аудиторії екотематикою: участь взяло 70 дітей з різних країн, що мешкають у Мюнхені: України, Італії, Німеччини, Польщі, Болгарії, Греції, Латвії, Угорщини, Франції, Сербії, Індії, Косово, Хорватії, Румунії, Іраку. Висновки. На підставі проведеного аналізу стану екологічного плакату, візуальних засобів і стилістичних тенденцій можна зазначити, що доступ до інформації про еко тренди є обмеженим в Україні, рекламний супровід у масмедіа практично відсутній, проте в конкурсних роботах багато цікавих прикладів. Це спонукає до подальших кроків у напрямі еко-виховання, передусім, в Інтернетпросторі. За подальшої фінансової підтримки нами запропоновано розробку та запуск еко-порталу в Україні (Міжнародна програма –Східне партнерство на 2016 2017 роки) (додаток). Консолідація зусиль фахівців сучасного медіапростору щодо активізації уваги і вирішення проблем докілья кожною людиною значно сприятиме розвитку еко-культури суспільства, особливо молодого покоління [5].

Висновки і пропозиції. Найголовніше є створення засобу для впливу еко свідомості, завдяки якому люди будуть берегти природу і не тільки. Потрібно зробити так, щоб викликати у людей асоціацію саме з тим, чим вони зможуть допомогти планеті та усьому живому, якщо будуть дотримуватись правил. Під час процесу дуже важливо враховувати психологічні особливості цільової аудиторії. Необхідно і розуміти, який вплив на мозок здійснює те чи інше візуальне повідомлення, колір, форма, зображення та інше.

Методи та організація дослідження: теоретичні: аналіз і синтез літератури, конкретизація понять та явищ, зіставний метод.

Емпіричні: експеримент (вільний асоціативний), анкетування, спостереження, математична обробка кількісних даних.

Завдання дослідження:

- 1) визначити особливості соціальної реклами;

2) дослідити особливості соціальної реклами українського виробництва та зарубіжного;

3) з'ясувати ефективність емоційного впливу екологічних плакатів та формування цінностей на свідомість суспільства;

4) спрогнозувати можливі шляхи розвитку українського екоплакату.

Сьогодні екологія, в широкому значенні, визначається як комплексна інтегральна наука, яка досліджує навколишнє середовище (екосферу планети), його вплив на суспільство та зворотну реакцію природи на діяльність людства.

Таким чином, можна зробити висновок, що екологічна соціальна реклама в Україні поступово перестає створюватись «для галочки», ми спостерігаємо повільний, але все ж таки розвиток в цій сфері.

Список використаних джерел

1. Кафедра екології та природоохоронних технологій [Електронний ресурс]. URL: <https://ecolog.sumdu.edu.ua/uk/research-activities.html>
2. Наталія Куць –Екологія права людини – Екологія свідомість українців і довкілля [Електронний ресурс]. URL: <http://epl.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/ekosvidomist.pdf>
3. Кучерявий В.П. –Екологія. URL: https://eduknigi.com/ekol_view.php?id=2
4. Л. І. Юрченко –Екологія 2017р.
5. –Екологічна соціальна реклама в Україні [Електронний ресурс] URL: <https://eco-live.com.ua/content/blogs/ekologichna-sotsialna-reklama-v-ukraini>.

UDC 378.14:74.746

УДК 378.14:74.746

Lyudmyla Gapon –postgraduate
student of Mykhailo Boichuk Kyiv
State Academy of Decorative
Applied Arts and Design
E-mail: ludagapon4@gmail.com

Людмила Володимирівна Гапон –
аспірантка Київської державної
академії декоративно-
прикладного мистецтва і дизайну
імені Михайла Бойчука
E-mail: ludagapon4@gmail.com

РОЛЬ ПРОЄКТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТИЛЮ

Анотація. У публікації розглядається необхідність формування фахових компетентностей, зокрема проєктну діяльність, у професійній підготовці майбутніх фахівців з художнього текстилю. Проєктна діяльність розглядається як спосіб поєднання наукової, технологічної та творчої складової. Такий підхід має бути закладений у новій редакції державного стандарту спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація».

Ключові слова: професійна діяльність, майбутні фахівці, фахова компетентність, проєктні технології, проєктна діяльність, державний стандарт.

THE ROLE OF PROJECT TECHNOLOGIES IN THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF FUTURE ART TEXTILE PROFESSIONALS

Summary. The publication considers the need for the formation of professional competencies, in particular project activities, in the professional training of future professionals in artistic textiles. Project activity is considered as a way to combine scientific, technological and creative components. This approach should be laid down in the new version of the state standard of specialty 023 «Fine arts, decorative arts, restoration».

Key words: *professional activity, future professionals, professional competence, project technologies, project activity, state standard.*

Соціально-економічні зміни ставлять певні вимоги до випускників професійної освіти, зокрема, до фахівців з художнього текстилю. Вони вимагають від майбутніх фахівців нових знань, умінь, навичок та професійно-важливих внутрішніх якостей. Постійний розвиток та зміна технологій виробництва потребує вдосконалення освітнього процесу під час підготовки майбутніх фахівців до здійснення професійної діяльності, яке особливо має акцентувати більшу увагу на формуванні предметних компетентностей, які включають об'єднання наукової, творчої та мистецької складових. В умовах сучасної професійної освіти їх поєднання забезпечує проєктно-технологічне навчання.

Проєктне навчання це особистісно-орієнтоване практичне навчання у процесі навчально-трудової діяльності майбутнього фахівця з урахуванням його здібностей та інтересів, спрямоване на поєднання трьох складових: технології, науки та творчості [1, 20].

Проєктна діяльність розглядається як чинник, що сприяє розвитку в майбутніх фахівців з художнього текстилю самостійного мислення; вміння вирішувати поставлені завдання, використовуючи при цьому здобуту інформацію з різних галузей знань; здатність передбачати результати та наслідки різних варіативних рішень проблеми; вміння встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між процесами. В результаті опитування викладачів закладів вищої професійної освіти з'ясували, що фахівцям, які не володіють наведеними вище якостями, складно віднайти шляхи реалізації своєї професійної діяльності на ринку праці.

Значну увагу ідеї організації проєктної діяльності у процесі фахової підготовки приділено у працях В. Мадзігон, В. Стешенка, А. Терещука, С. Ткачука, В. Яковлевої та інших.

Наші опитування власників підприємств показали, що фахівцям саме декоративно-прикладного мистецтва, які кваліфіковані та знаючі свою роботу, не вистачає ряду якостей, які впливають на якість виконання поставлених завдань. Серед них: збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування творчого проєкту; застосовувати фахову термінологію; визначати мету, завдання та етапи проєктування; аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проєктних вирішень; створювати об'єкти професійної діяльності засобами проєктно-графічного моделювання; визначати функціональне та естетичне значення об'єкту проєктування [2, 7].

Невідповідність даним вимогам, на нашу думку, закладена в навчальних програмах з підготовки майбутніх фахівців до професійної діяльності, зокрема, фахівців декоративно-прикладного мистецтва. Стандарти вищої освіти України спеціальностей 022 «Дизайн» та 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація» формують фахівців, здатних розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі професійної діяльності, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, а також передбачають застосування певних теорій та методів [2, 4; 3, 4].

Виходячи з вище наведеного, державні стандарти спеціальностей готують фахівців, які будуть задовольняти потреби ринку праці та суспільства, враховуючи сучасні тенденції. Відповідно до результатів навчання, за вказаними вище стандартами, перша формує фахівців, які виготовлятимуть функціональні та естетичні комплексні, одиничні об'єкти дизайну; друга цілісний продукт предметно-просторового та візуального середовища, створений на аналізі основ класичного та сучасного мистецтва, який, переважно відповідає естетичним потребам, ніж функціональним. Сучасні засоби дозволяють тиражувати значну кількість продуктів праці фахівців дизайну та декоративно-прикладного мистецтва. Але при цьому,

функціональними та широко використовуваними є об'єкти праці саме дизайну.

Таким чином, проаналізувавши вище згадані стандарти вищої освіти України, виявлено різні вимоги до формування загальних та предметних компетентностей майбутніх фахівців. Так зокрема виявлена розбіжність у формуванні фахових компетентностей фахівців дизайну та декоративно-прикладного мистецтва, а саме, відсутність в стандарті спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація.» формування здатності застосовувати сучасні методики проєктування об'єктів професійної діяльності. Дана компетентність є важливою для майбутніх фахівців декоративно-прикладного мистецтва, так як вона формує поєднання таких складових: науковість, творчість, технологію. Провідні вчені вважають, що ефективне формування даної фахової компетентності можливе лише під час застосування проєктно-технологічної методики навчання.

На думку М. Коньока, проєктно-технологічна діяльність це логічний та цілеспрямований навчально-трудоий процес, який передбачає аналіз, обґрунтування, планування, розробку проєкту, технологію виготовлення та реалізацію об'єктів проєктування.

Проведені нами опитування фахівці з художнього текстилю свідчать, що в ході своєї професійної діяльності, випускники стикаються з рядом труднощів, які полягають у пошуках і знаходженні нових нестандартних способів вирішення професійних завдань, в аналізі професійних проблем, прийнятті професійних рішень. За підсумками опитування, з'ясували, якщо майбутній фахівець буде володіти цими якостями, він стане гнучким, мобільним та продуктивним у професійній діяльності. Сучасні зміни в організації виробництва, створення нових інструментів та матеріалів, глобалізація, підвищення рівня запитів споживачів, економічні впливи висувають до фахівців з художнього текстилю ряд вимог, серед яких важливими є конкурентоспроможність, мобільність в професійній діяльності та на ринку праці. Для підготовки фахівця, котрий відповідає наведеним

вище якостям та вимогам необхідно, на нашу думку, під час професійної освіти формувати предметні компетентності майбутнього фахівця з художнього текстилю, розвиваючи при цьому наукову, технологічну та творчу складову.

Значну увагу на єдності технічних і художніх знань під час організації художньо-проектної діяльності майбутніх викладачів технологій та трудового навчання, наголошували Ю. Белова, М. Курач, О. Літковець, В. Сидоренко, В. Титаренко, Л. Оршанський та інші.

На сучасному етапі розвитку освітнього процесу, проектно-технологічне навчання розглядається вченими, педагогами: В. Беспалько, Г. Голуб, Н. Пахомова, Е. Полат, С. Смирнов та інші як важлива складова у формуванні професійних компетентностей майбутніх фахівців.

На основі зробленого аналізу монографій, авторефератів, літературних джерел можна стверджувати про популярність та важливість проектно-технологічного навчання, не тільки для закладів загальної середньої освіти, а й для закладів вищої освіти, закладів професійної (професійно-технічної) освіти та закладів післядипломної освіти.

Тому, на наш погляд, важливим є вдосконалення навчального процесу саме закладів професійної освіти, які готують майбутніх фахівців декоративно-прикладного мистецтва, за допомогою проектно-технологічного навчання. Таким чином, на нашу думку, дане вдосконалення дозволить майбутнім фахівцям з художнього текстилю створювати продукт професійної діяльності, який задовольнятиме потреби ринку праці, вдало поєднавши науковий, художній та технологічний компоненти.

Виходячи з вищесказаного, для ефективної підготовки майбутніх фахівців з художнього текстилю до застосування проектних технологій у професійній діяльності, необхідне вдосконалення навчального процесу закладів професійної освіти, який би забезпечував поєднання у випускників наукової, творчої та технологічної складової.

Список використаних джерел

1. Коберник О. М., Сидоренко В. К. *Методика трудового навчання: проектно технологічний підхід: навч. посіб.* Умань: СПД Жовтий, 2008. 216 с.
2. *Стандарт вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 02 «Культура і мистецтво» за спеціальністю 022 «Дизайн»* / [Антонович Є. А., Іваненко Т. О., Корсунський В. О. та ін.], чинний від 13.12.2018 р. № 1391. Вид. офіц. Київ: Міністерство освіти і науки України, 2018. 14 с.
3. *Стандарт вищої освіти. Перший (бакалаврський рівень) вищої освіти. Ступінь «бакалавр». Галузь знань 02 «Культура і мистецтво», спеціальність: 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація»* / [Шуліка В. В., Печенюк Т. Г., Касьяненко Т. А. та ін.], чинний від 24.05. 2019 р. № 725. Вид. офіц. Київ: Міністерство освіти і науки України, 2019. 16 с.

Голик Аліса Олегівна,

магістрантка,

Васильківська Олена Іванівна

доцент, к.т.н.

Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну

імені Михайла Бойчука,

м. Київ, Україна

m20gd_holyk_a@kdidpmid.edu.ua,

vasylkivska_o@kdidpmid.edu.ua

**РОЛЬ ТА ФУНКЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ ТЕХНІК
В ДИЗАЙНІ**

Загальновідомо, що протягом останнього десятиліття в Україні спостерігається потужний розвиток графічного дизайну як самостійної галузі художнього конструювання. Це спричинено в першу чергу тим, що завданням дизайнера-графіка є вирішення певних комунікативних завдань. Тобто, перетворюючи інформацію в графічні знаки й образи засобами візуальної мови дизайнер виступає в ролі візуального комунікатора. До сфери зазначеної діяльності належить проектування об'єктів плакатної та книжкової графіки, зокрема створення шрифтових композицій, ілюстрацій, орнаментів, графічне оформлення паковань, оформлення вітрин магазинів, рекламних та виставкових комплексів тощо.

У графічному дизайні основою роботи над об'єктом проектування виступає система графічної й текстової інформації, представлена у вигляді візуального коду, оскільки комунікативна функція передбачає спілкування між замовником та споживачем через інформаційне (як текстове, так і ілюстративне) наповнення. Основним завданням дизайнера й кінцевою метою будь-якого проекту є чітке, структуроване, ясне й лаконічне подання інформації у формі, доступній для цільової аудиторії. Відомо, що в процесі конструювання візуально-комунікативного повідомлення та визначенні оптимальних художніх засобів передбачається обов'язкове застосування візуального матеріалу: ілюстрацій, фотографій, начерків тощо. Тому для дизайнера важливим аспектом роботи над проектом є розуміння всіх можливих засобів і прийомів створення цілісного художнього образу. [1]

Відомо, що основними художніми засобами формування образного вирішення об'єкта проектування є використання колірних, шрифтових та ілюстративних акцентів. Відомо, що ілюстративна складова проекту є потужним невербальним засобом комунікацій, яка часто представлена саме авторською графікою. На сьогоднішній день набирають популярність проекти графічного дизайну з ілюстративним матеріалом, виконаним в авторській манері. Разом з тим, незважаючи на вагоме значення та роль у формуванні графічної виразності художнього образу, відомості щодо

можливостей та сфери застосування нетрадиційних, оригінальних технік графіки є недостатніми, що визначило актуальність теми проведеного дослідження.

В процесі проведеного аналізу встановлено, що невербальну (графічну, ілюстративну) форму подання інформації споживач запам'ятовує швидше, ніж текстову. Якщо малюнок виконано фахово й несе позитивні емоції, то у споживача з'являється бажання прочитати текст, який не в змозі замінити ефект ілюстрації. Перевага ілюстрації ще й у тому, що зображення, на відміну від тексту, сприймається самостійно та не потребує знань певної мови для розуміння звернення, а також на відміну від тексту зміст зображення практично неможливо змінити.

Встановлено, що для створення образу, передання різного настрою та виклику певних емоцій та асоціацій задля повноцінного й точного наповнення повідомлення використовуються різноманітні графічні техніки ілюстрації. Визначено, що поряд з традиційними техніками все більшу роль у створенні зображення відіграють оригінальні техніки графіки, які тісно пов'язані з особливостями застосування різних пігментів, матеріалів та нестандартних інструментів. Здебільшого до традиційних матеріалів та інструментів відносять академічні, більшість з яких вже мають аналоги в комп'ютерній графіці, такі як: олівець, туш, вугілля, акварель, пастель, маркери, серед інструментів різні види пера та пензликів, аерограф тощо. Поряд з тим до нетрадиційних технік графіки прийнято відносити такі, що запозичені з інших ремесл, інколи у поєднанні з традиційними матеріалами та інструментами, наприклад: монотипія, акватипія, ціанотипія, ниткографія, трафаретний друк, енкаустика тощо. Оригінальні техніки графіки при вмілому управлінні творчим процесом дозволяють розширити спектр засобів графічної виразності, збагатити фактури за рахунок більш тонкої кольорової гармонії, м'якості контурів, створення незвичних ефектів, що стимулює до вільних асоціацій як в мистецтві, так і в дизайні, посилює спонтанність та

вільність їхнього прояву, що може забезпечити розробку вдалого проекту навіть у початківців, які не володіють техніками академічного мистецтва. [2]

На основі дослідження особливостей авторських технік встановлено, що нетрадиційні техніки графіки використовуються у мультиплікації, сценографії, книжковій ілюстрації, плакаті тощо, оскільки розвиток оригінальної графіки дає несподівані й яскраві творчі рішення. Художники й дизайнери сучасності продовжують пошуки нових засобів для збагачення образної мови та виразності нетрадиційної графіки, що вимагає безпосередньої, синхронної взаємодії митця з матеріалом, розуміння особливостей тієї чи іншої техніки.

Технічні засоби комп'ютерної обробки зображень також можуть допомогти у створенні методичних і теоретичних розробок для збагачення художньо-образних, кольорових та фактурних характеристик проектів. Поєднання використання оригінальних технік графіки з засобами комп'ютерної графіки має безмежний потенціал у проектуванні об'єктів графічного дизайну.

Список використаних джерел

1. Тетяна Божко. (2018). Композиційні передумови графічного втілення візуальних звернень. ВІСНИК львівської національної академії мистецтв, 35, 173–186. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1313146>
2. Храмова-Баранова О.Л., Куколь С.Є. Становлення і розвиток монотипії як засобу графічної виразності у мистецтві/ О.Л. Храмова-Баранова, С.Є. Куколь // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв . – 2016. – № 6. – С. 37-41.

Жук Анастасія Сергіївна

студентка VI курсу факультету дизайну

*Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і
дизайну імені Михайла Бойчука*

E-mail: nastya.1999.19.nastya@gmail.com

ПРИНЦИПИ БІОКЛІМАТИЧНОГО ПРОЕКТУВАННЯ В АРХІТЕКТУРІ

Кліматичні зміни останніх десятиліть викликають спекотні хвилі, збільшення ураганів, зменшення льодової поверхні, прибережних вторгнень, втрати біорізноманіття та втрати питної води та ін. В атмосфері утворюються парникові гази завдяки антропогенній діяльності людини. Важливими даними для аналізу цієї проблеми є інформація про використану енергію Системи Сполучених Штатів. Звіт вказує, що будівлі - це основні шкідники, які пошкоджують навколишнє середовище через їх загальні викиди парникових газів, які впливають на екологію в негативному світлі.

Архітектура здійснює негативний вплив на середовище завдяки споживанню опалення, кондиціонування та освітлення. Архітектурний процес має великий вплив на екологічний сектор. Ось чому архітектура несе високу відповідальність за те, як вона планується, проектується та будується на основі того, як він міг би внести свій внесок та не пошкодити екологічний сектор [2]. Архітектурний проект може містити композиційні стратегії, які зменшують ризики для навколишнього середовища та здатні сприяти біорізноманіттю.

Біокліматичні будинки - це нове дослідження для архітекторів, які впроваджують сталість у свої споруди і здатні проектувати з використанням зовнішнього середовища для отримання переваг та сприяння покращенню замість забруднення. Дизайн цих будинків спрямований на створення ізоляції, відсутності витоків повітря, використання термоматеріалів, якісні вікна, належна вентиляція. Ці характеристики керуються стійким та адекватним дизайном для просування та створення стійкої архітектурної реальності [1].

Перше правило біокліматичної архітектури – приймати переваги місцевих біокліматичних умов з користю природного та антропогенного середовища. Цей підхід повинен завжди ґрунтуватися на міждисциплінарному поглибленні дослідження окремих обставин: від специфіки екосистеми через культурні фактори аж до економічного аналізу. У кінцевому результаті безпечна і комфортна будівля не шкодить навколишньому середовищу, але сприяє його здоров'ю та збагаченню біорізноманіття [3].

Щоб задовольнити очікування сучасності, побудоване навколишнє середовище має забезпечити відповідний комфортний температурний діапазон, достатню вологість і обмін повітря, створити правильні акустичні параметри, а також грамотно розробити освітлення. Загальні очікування візуального комфорту також займають своє місце в біокліматичній архітектурі.

Належне денне освітлення позитивно впливає на сприйняття людиною навколишнього середовища, що не варто недооцінювати. Тепловий комфорт в біокліматичних будівлях може досягатись багатьма способами. Деякі з найбільш ефективних систем засновані на тепловому випромінюванні підлог і стель [3].

Наступним не менш необхідний фактор біокліматичного проектування будівлі - правильний вміст кисню для комфортного мікроклімату в приміщенні. Цей параметр часто недооцінюється, що призводить до постійного браку кисню в кімнатах, де люди працюють або живуть протягом дня. Нестача кисню в приміщенні призводить до таких симптомів, як сонливість, втома, затримка реакції мозку та нестача концентрації. Тривала гіпоксія (нестача кисню) призводить до патологічних змін у організмі людини, особливо це помітно на біохімічному рівні [4].

Біоінфраструктурний метод біокліматичного проектування - це підхід, орієнтований на постійне збереження, оздоровлення та збереження екосистем відновлення, що особливо стосується питання рівноваги та біорізноманіття. Ця цілісна стратегія – це відмінна риса біокліматичної архітектури, що підкреслює цінність обширних досліджень біологічних та кліматичних умов і не обмежується цими досягненнями енергетичної сертифікації.

Список використаних джерел

1. Bajcinovci B. Bioclimatic Architecture – Fundamentalsd Part 3, Journal of Building Engeneering, vol. 20, 2018
2. Bujar B. Bioclimatic architecture – Fundamentals Part 3, 2018
3. B. Widera, Bioclimatic architecture, Journal of Civil Engineering and Architecture Research, Wroclaw, Poland, 2015 p. 3. III
4. L. Revelli, S. Vagnoni, A. D'Amore, E.D. Stasio, C.P. Lombardi, G. Storti, et al., EPO modulation in a 14-days undersea scuba dive, International Journal of Sports Medicine 34 (2013) 1-5

УДК 378.37.026.9

Крикун О.М.

асистент кафедри комп'ютерної,
інженерної графіки та дизайну,
аспірантка Національний
транспортний університет

***ДИДАКТИЧНІ УМОВИ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВ ОБРАЗОТВОРЧОЇ
ГРАМОТИ В ІНФОРМАЦІЙНО-ГРАФІЧНІЙ ПІДГОТОВЦІ
ДИЗАЙНЕРА***

Категорія «інформаційно-графічна культура» – це інтегруюче поняття, що включає такі компоненти, як «знання й уміння у галузі інформаційно-візуальних технологій» та «художньо-творча діяльність».

Вихідним моментом у розумінні розвитку інформаційно-графічної культури виступає уява про художньо-творчу діяльність як найважливішу сферу духовного життя людини. Тому поняття «інформаційно-графічна культура» характеризує більш високий ступінь розвитку особистості.

В основу дослідження покладене твердження, відповідно до якого інформаційно-графічна культура не є споконвічно даною і незмінною освітою, а є об'єктивний процес інформаційно-графічної культури як компонент загального процесу розвитку особистості.

Підсумовуючи сказане, можемо стверджувати, що основи образотворчої грамоти включають базові знання з таких предметних дисциплін професійної підготовки дизайнера, як теорія та історія дизайну, композиція, кольорознавство, академічний рисунок, академічний живопис, історія мистецтв, інженерна графіка, нарисна геометрія та ін. та визначають зміст особливостей художньо-проектної діяльності дизайнера та його здатності застосовувати ці знання в поєднанні з сучасним комп'ютерним забезпеченням.

UDC 378

УДК 378

Marchenko O. O. - postgraduate student of Mykhailo Boichuk Kyiv State Academy of Decorative Applied Arts and Design

E-mail: svetliackek3@gmail.com

Марченко О.О. – аспірантка Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука

E-mail: svetliackek3@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ДО ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МИСТЕЦЬКИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Анотація. У статті розглядаються та аналізуються актуальні проблеми та перспективи розвитку сучасної педагогіки мистецтва, які спрямовані на створення нових стандартів дизайн-освіти та вдосконалення існуючих форм та методів навчання та їх концептуальних положень.

Ключові слова: дизайн-освіта; науково-методичне забезпечення; методологічний, теоретичний, методичний і практичний концепти.

Перспективи розвитку сучасної педагогіки мистецтва визначаються модернізаційними процесами, які спрямовані на створення нових стандартів дизайн-освіти, оновлення навчальних програм і дидактичних матеріалів, перегляд існуючих форм та методів викладання та навчання. Їх концептуальні положення характеризуються поглядами, згідно з якими у центр освітньої системи ставиться забезпечення саморозвитку і самовдосконалення суб'єктів у процесі оволодіння знаннями та вміннями, що дозволяє перейти на новий тип мислення і нові способи перетворення дійсності.

Відповідно, необхідним процесом стає обґрунтування вимог до фахової підготовки педагога мистецьких дисциплін, бо окрім здобутих знань, педагогу необхідно володіти художнім мисленням, проявляти творчу

активність та ініціативність, а також здатність координувати свої дії з урахуванням існуючих педагогічних умов.

Формування соціального замовленням на творчу особистість з розвинутими фаховими компетентностями стало на сьогодні глобальним трендом, проте здатність до художньо-проектної діяльності залишається недостатньо вивченою темою. Управління процесом створення продуктів дизайну на різних етапах виробництва продукції, здатність креативно мислити і швидко реагувати на будь-які кризові ситуації, що передбачає проведення досліджень та здійснення інновацій, вигідно виділяють спеціалістів у сфері дизайну поміж інших.

Розвиток і поширення дизайну як проектно-творчої діяльності надає професії дизайнера статусу перспективної та унікальної, адже кожна сфера життєдіяльності людини потребує роботи фахівця цієї галузі. Тому, теоретико-методологічною основою даного дослідження є положення про творчу сутність особистості. Дослідження опирається на методологію сучасної педагогіки, теоретичні підходи до вибору змісту професійної освіти, визначення творчості як складного психічного процесу і вивчення продуктів творчої діяльності, засоби підвищення якості навчання та формування фахової компетентності особистості, проектну культуру та естетику дизайнерської творчості і художнє проектування.

Актуальність досліджуваної теми полягає у тому, що сфера дизайну відіграє одну із ключових ролей у повсякденній життєдіяльності людини. Сучасні трансформації у сфері освіти вимагають вдосконалення традиційної репродуктивної професійної підготовки майбутніх дизайнерів до освітньої діяльності та пошуку підходів, що дадуть змогу привести у відповідність стандарти вітчизняного освітнього процесу до світових вимог. Підготовка майбутніх дизайнерів до освітньої діяльності має здійснюватися на раціонально організованій науковій основі, з відповідним науково-методичним супроводом цього процесу.

На сьогодні, підготовка дизайнерів до освітньої діяльності є актуальною задачею для освітньо-педагогічної галузі. Вона вимагає суттєвого аналізу та трансформації її змісту, форм та методів, орієнтації на розвиток професійних якостей майбутніх викладачів дизайну. Для впровадження успішної освітньої діяльності майбутніх дизайнерів необхідно сформувати привабливі умови у технічному, соціальному та інформаційному просторі. При цьому, особливого значення набуває розробка та впровадження у систему підготовки майбутніх дизайнерів ВНЗ інноваційних методів та технологій, що забезпечать її ефективність.

Метою даного дослідження є обґрунтування методологічних, теоретичних та методичних засад підготовки майбутніх дизайнерів до освітньої діяльності у ВНЗ. Підготовка майбутніх дизайнерів до освітньої діяльності є особливим процесом, спрямованим на безперервне і системне формування фахівців, з високим рівнем підготовленості до розвитку своєї професійної кар'єри та освітньої діяльності, здатних до самовдосконалення, самоорганізації, професійного та кар'єрного успіху.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні задачі:

1. Теоретичне обґрунтування проблеми підготовки майбутніх дизайнерів до освітньої діяльності у ВНЗ.
2. Формування фахових компетентностей майбутніх дизайнерів здатних здійснювати діяльність професійну діяльність у мистецьких закладах вищої освіти.
3. Розробка змісту та методики навчання майбутніх дизайнерів здатних до освітньої діяльності у ВНЗ.
4. Вивчення можливостей експериментальної перевірки методики навчання педагогічних дисциплін та визначення основних показників їх ефективності.

Вдосконалення організаційно-методичних засад професійної підготовки дизайнерів до освітньої діяльності в мистецьких закладах вищої освіти можливе на основі впровадження інноваційних та нетривіальних

методів та форм навчання. Необхідно розробити обґрунтовану модель методичної системи підготовки майбутніх дизайнерів на засадах пізнання і самопізнання, а основною компетентністю майбутніх дизайнерів має стати здатність застосовувати спеціальні техніки, технології та інноваційні методи викладання.

Тому, на мою думку, достатньо обґрунтованим є впровадження моделі формування методичної готовності дизайнерів до освітньої діяльності в мистецьких закладах вищої освіти із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій. Для цього необхідно розробити структуру, виокремити компоненти та етапи формування (організаційно-мотиваційний, пізнавально-діяльнісний, практико-узагальнюючий) методичної готовності майбутніх дизайнерів до освітньої діяльності в мистецьких закладах вищої освіти та визначити сукупність зовнішніх педагогічних умов її ефективного формування.

Провівши дослідження наявних літературних джерел [1,2], можна стверджувати, що теоретично-методологічною основою дослідження підготовки майбутніх дизайнерів має бути розкриття їх творчої сутності та вивчення продуктів творчої діяльності за допомогою засобів підвищення якості навчання та формування фахової компетентності.

Вирішення актуальних проблем у підготовці майбутніх дизайнерів та створення нових підходів у освітній діяльності висвітлюється у роботах [3,4]. Аналіз наукових робіт [5,6] дозволяє зробити висновок, що зміст підготовки та методики навчання фахівців з дизайну повинні бути ґрунтовані на методології проведення наукових та проектних досліджень у сфері дизайну та інноваційних методиках викладання мистецьких (дизайнерських) дисциплін.

Концепція даного дослідження спрямована на розв'язання проблеми популяризації професійної мистецької діяльності, як процесу успішного становлення й розвитку професіоналізму фахівця. Така концепція обґрунтовує цілісну, динамічну, відкриту систему підготовки майбутніх

дизайнерів до розвитку освітньої діяльності з адекватною структурою, метою, змістом, педагогічними умовами та відповідною методичною системою забезпечення такої підготовки. Реалізація концепції охоплює взаємопов'язані концепти: методологічний, теоретичний, методичний і практичний.

Методологічний концепт відображає сукупність підходів, що забезпечують об'єктивність та ефективність процесу підготовки майбутніх дизайнерів, зокрема: системний, особистісний [7], компетентнісний [8], діяльнісний, середовищний, контекстний.

Теоретичний концепт визначає підготовку майбутніх дизайнерів як послідовний процес, що здійснюється на мотиваційно-ціннісному та оціночно-діагностичному етапах реалізації методичної системи.

Методичний концепт забезпечується впровадженням інноваційних методів та методик підготовки, коучінгових та тренінг-технологій, технології контекстного навчання, залучення до самоосвітньої діяльності.

Практичний концепт передбачає впровадження технічних та технологічних засобів підготовки майбутніх дизайнерів до розвитку освітньої діяльності.

Висновок: результати дослідження можуть бути застосовані для розробки науково-методичного забезпечення поетапного формування здатності до освітньої діяльності майбутніх фахівців з дизайну та рекомендацій щодо його впровадження в процес підготовки майбутніх фахівців дизайнерського профілю та розробки навчально-методичного забезпечення відповідних дисциплін.

Список використаних джерел

1. Шевченко А.І. Особливості функціонування дизайн-освіти у світі. // Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини / [гол. ред.: М.Т. Мартинюк]. – Умань: ФОП Жовтий О.О., 2015.- В1. – 457с., С.419-424.

2. Антонович Є.А. Теорія і методика дизайну в контексті розвитку концепції сучасного національного дизайну / Є.А. Антонович // Педагогіка вищої та середньої школи : зб. наук. праць. – Спец. вип.: Мистецько-педагогічна освіта: проблеми та перспективи. – Кривий Ріг : Вид-во КДГТУ, 2005. – № 13.

3. Прусак В.Ф. Становлення дизайн-освіти в Україні / Володимир Прусак // Вісник Львівського національного університету ім. Івана Франка. – Сер.: Педагогічна. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка. – 2002. – Вип. 16, ч. 1. – С. 80-87

4. Тименко В.П. Становлення академічної дизайн освіти в Україні // ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка (31). – 2007, С. 63-67.

5. Шевченко А.І. Результати навчання майбутніх педагогів-дизайнерів, з метою підготовки їх до художньо-проектної діяльності // Наукові записки – Випуск 11. – Серія: Проблеми методики фізико-математичної і технологічної освіти. Частина 3. – Кропивницький : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. – 2017, С.152-155.

6. Прусак В.Ф. Підготовка дизайнерів у вищих навчальних закладах (методологічні підходи) // Вісник ХДАДМ. № 7. – 2007, С. 98- 104.

7. Фурса О.І. Особистісний підхід до професіонального розвитку майбутнього дизайнера // Педагогіка: психологія професійної освіти. № 6. – 2004, С. 101-106.

8. Шевченко А.І. Компетентнісний підхід у навчанні художньому проектуванню майбутніх фахівців з дизайну // Наукові записки – Випуск 9. – Серія: Проблеми методики фізико-математичної і технологічної освіти. Частина 3. – Кіровоград: РВВ КДПУ імені В. Винниченка. – 2016, С.77-80.

Пепчук І.О. - студент II курсу
магістратури кафедри графічного
дизайну, Київська державна академія
декоративно-прикладного мистецтва і
дизайну імені Михайла Бойчука
м. Київ, Україна

ІНТЕРАКТИВНА КНИГА ЯК НОВИЙ СПОСІБ ВЗАЄМОДІЇ З ЧИТАЧЕМ

Третє тисячоліття – епоха активного розвитку інформаційно-комунікативних технологій. Покоління, що виросло на мобільних пристроях та комп'ютерних іграх уже не здатне сприймати та засвоювати інформацію за допомогою словесних методів та паперових книг. Психологи стверджують, що сучасні діти та підлітки переважно – візуали та кінестетики, тому педагогіка переорієнтовується на використання наочних методів, ігрових та інтерактивних технологій. У цьому зв'язку все більшої популярності набувають електронні книги та інтерактивна література, де, окрім тексту, представлені зображення, анімаційні та відеоролики, вправи, тести, покликання, відповіді на запитання, коментарі тощо. Візуалізація інформації та інтерактивність тексту – вимога часу, психологічна потреба покоління «екранних дітей».

Терміном «інтерактивна література» позначають гіпертекстову електронну літературу, різновид художніх літературних творів, які містять сюжет, здатний змінюватися залежно від вибору читача. Інтерактивна книга зародилася як паперова книга з розгалуженнями сюжету, а з розвитком комп'ютерів, набула поширення у вигляді своєрідних відеоігор, квестів, текстових пригод. Інтерактивна література – не просто текст або гіпертекст, вона пропонує активну взаємодію з читачем, можливість відтворення відео- та аудіофайлів, поєднання оповідання та відеогри тощо.

Інтерактивна книга – програмний продукт, для використання якого необхідний планшет (або смартфон), він містить ілюстрації з інтерактивними елементами, іграми та моделювання прочитання альтернативної реальності, яке дозволяє взаємодію з персонажами книги. [4]

В українській культурі інтерактивна література ще мало представлена, тому створення інтерактивної книги з використанням анімації та дослідження цієї галузі є актуальними.

Вважають, що першим, хто створив ідею книги з інтерактивним сюжетом, був аргентинський письменник Хорхе-Луїс Борхес. У його оповіданні «Про творчу спадщину Герберта Квейна» (1941) описано книгу з розгалуженнями сюжету, які читач вибирає на свій розсуд, слідуючи за вказівками і перенаправленнями на відповідні сторінки. У романі «Сад з розгалуженими стежками» герой то помирає, то лишається живим, залежно від того, яку із численних «стежок» сюжету обирає читач. «Гра в класики» (1963) і «62. Модель для збірки» (1968) Хуліо Кортасара теж можна вважати ранніми зразками інтерактивної літератури.[1]

Україномовна електронна інтерактивна література представлена передусім дитячими книгами: «Забавлянки» Г. Малик («Видавництво Старого Лева» (2011р.)- найперша в Україні інтерактивна книжка для дітей, «Снігова королева», «Котигорошко» та інші. Virізняється високою якістю оформлення, меншою інтерактивністю сюжету, але проробленим графічним і звуковим оформленням, наявністю міні-ігор усередині сюжету. Перші інтерактивні книги для дорослих - «Сім воріт» (2011 р.) О. Захарченко та «Кряк 69» (2012 р.) для iPad — продукт мультимедійного видавництва Corleon Global.

Як стверджують соціологи, формат електронного видання, де поєднано гру та інтерактивне світосприйняття безперечно зацікавить і дорослу аудиторію. Така комунікаційна взаємодія з віртуальною реальністю особливо приваблює підлітків: пройти квест, щоб дізнатися, що відбувається за сюжетом («Жива книжка» Тюлле).

Інтерактивні книги за своєю суттю можна вважати комп'ютерними програмами або додатками, що встановлюються на пристрої (планшет, смартфон). Вони різняться ступенем інтерактивності. Нині серед їх асортименту можна виокремити декілька таких [4]:

- інтерактивний додаток до друкованого видання не використовується окремо від друкованого видання, коли користувач «сканує» камерою «чарівні сторінки», як, наприклад, у книжці «Гарбузовий рік» К. Бабкіної та Ю. Пилипчатіної («Видавництво Старого Лева» (2014 р.);

- проста інтерактивна книга (має невелику кількість інтерактивних елементів). Такі книги не мають значного вибору в сюжеті, пропонуючи інтерактивність лише для окремих елементів, наприклад, у книжці «Котигорошко» (KievSeaPirates) є можливість керувати боєм Котигорошка зі Змієм, або булави, які падають із неба (їх можна розбити пальчиком), сторінка-розмальовка тощо; «Мама поспішає додому» (Glowberry Books) інтерактивна версія друкованої книги з аналогічною назвою С. Дорошевої з оригінальними ілюстраціями О. Дегтярьової;

- інтерактивна книга (повноцінний сучасний видавничий продукт з великою кількістю інтерактивних елементів та мультимедіа працює на електронному пристрої). Прикладом цієї книги є «Снігова королева» — має велику кількість мультимедійних елементів: чіткий текст, режим читання вголос. Водночас фрагмент тексту, який озвучується, виділяється червоним кольором — наочний спосіб закріплення навичок читання для дитини.[4]

Створення інтерактивних книг в Україні радше поодинокий експеримент, а не новий етап розвитку книговидання. Дитяча інтерактивна книга має більше поширення та асортимент, ніж книги для дорослих. Певними здобутками вітчизняних видавництв у напрямі дитячого інтерактивного книговидання є: «Гаджетаріум» (видавництво «Gutenbergz»), «Книжка-з'їжка», «Завітай у гості» («Glowberry Books»), «Ходить котик по лавочці» (видавництво «Колесо»), вищезгадані

«Забавлянки» («Видавництво Старого Лева») та «Снігова королева» («А-ба-ба-га-ла-ма-га») та ін. [2]

Процес створення інтерактивної книги потребує копіткої роботи та основних етапів розробки: вибір контенту (книги); підготовка графічного матеріалу (опрацювання персонажів та сцени, промальовування ілюстрацій); розробка алгоритму сюжетних ліній; обрання технології створення інтерактивної книги (PowerPoint, HTML, Publisher, середовище програмування та ін.); розроблення дизайну та системи інтерфейсу; верстка тексту; озвучення (до кожного слова підбирається звуковий файл і синхронізується звучання слова); організація системи навігації; тестування; упровадження.[4]

Важливим під час створення інтерактивного видання є наповнення його динамічними елементами, такими як анімація, аудіо- та відеофрагменти, гіпертекстові посилання, навігаційні елементи, кнопки текстових пояснень, кнопки-перемикачі тощо.

Для створення сучасного видавничого продукту існує безліч інструментальних засобів, які умовно поділяються на онлайн-сервіси (FlipSnack, Yudu, Bookemon, PressBooks, Creatavist), компілятори електронних книг (eBook Maestro, HTML Executable, Компілятор eBookGold, Ebook Maker, eBook Compiler) та програмні редактори (SunRav BookEditor, NeoBook, Adobe Indesign, Apple iBooksAuthor (для MacOS), My Autoplay). [5] Можна констатувати, що асортимент інструментальних засобів та сервісів для створення інтерактивної книги достатньо розвинений, дозволяє використовувати найзручніші його різновиди.

Висновки. Отже, інтерактивна книга має унікальні можливості впливу на сприйняття читача через активну взаємодію, візуалізацію образів, використання анімації та звукового оформлення оповіді, багатовимірність трансляції інформації. Серед переваг інтерактивної книги: зручність, динамічність, багатофункціональність, доступність, легкість використання, можливість застосування як навчального тренажера та ін. Видавці можуть

успішно конкурувати з інтернет-ресурсами та телебаченням, долучати дітей і молодь до активного та розвиваючого читання.

Розроблення інтерактивної книги здійснюється шляхом поєднання тексту, графічних та інтерактивних елементів із вказанням на дії, які відбуватимуться унаслідок використання цих елементів. Створення інтерактивної книги є перспективним напрямом видавничої діяльності, що дозволяє відкрити нові горизонти та розвиватися відповідно до сучасних запитів користувачів.

Список використаних джерел

1. Гребенюк А. Інтерактивна література як новий феномен української культури [Електронний ресурс] / Арсен Гребенюк // Філософська антропологія та філософія культури.. – 18. – Режим доступу до ресурсу: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/6336/1/7.pdf3.pdf>.
2. Дитячі інтерактивні видання в Україні: перспектива чи прецедент? [Електронний ресурс] // interactivebookblog [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://interactivebookblog.wordpress.com/2016/04/17/>.
3. Книжки, про які можна було тільки мріяти [Електронний ресурс] // Бібліо-граф – Режим доступу до ресурсу: <http://bibliografiv.blogspot.com/2016/11/blog-post.html>
4. Коржик Н. А. Інтерактивна книга як сучасний видавничий продукт [Електронний ресурс] / Н. А. Коржик // Вісник ХДАК. Випуск 53.. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4CkQSlOFnY4J:v-khsac.in.ua/article/view/146466/145350+&cd=36&hl=uk&ct=clnk&gl=ua>.
5. Назаркевич М. А. Особливості розроблення інтерактивних електронних книг [Електронний ресурс] / М. А. Назаркевич, О. В. Сторож, І. І. Ключник. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:c1i91LxxIO0J:www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi->

bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF/VNULPICM_2015_832_24.pdf+%&cd=1&hl=uk&ct=clnk&gl=ua.

Починок Петро Сергійович
викладач кафедри графічного дизайну
КДАДПМІД імені Михайла Бойчука

КОЛЬОРОВА СИМВОЛІКА У НАРОДНОМУ МИСТЕЦТВІ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ЕТНОДИЗАЙНУ

У процесі навчання студентів на кафедрі графічного дизайну академії імені Михайла Бойчука, важливою складовою формування їх майбутніх фахових якостей є виховання художнього смаку, який формується на основі знань з основ малюнку, живопису, композиції, кольорознавства та ін. А оскільки наукова тема кафедри: «Українська культура і мистецтво у сучасному дизайні», тому при вивченні фахових дисциплін для графічних дизайнерів особлива увага надається їх знайомству із народним мистецтвом, що сприяє розвитку сучасного концептуального напрямку дизайну - етнودизайн.

Як відомо фізико-естетичними властивостями кольору є його «енергетичність», «активність», «маса», тепло, які ґрунтуються на асоціативності та емоційно-психологічному сприйнятті. Багатобарвний і багатопроявний навколишній світ утворює цілісну колірну систему яка відіграє важливу роль у народному мистецтві. Колір відображає особливості природи певної території, а відповідно і певну культурну традицію кольорового

світобачення. Як відомо протягом тисячоліть у різних народів планети сформувалася й особлива власна знакова система народного мистецтва, у якій зашифровано їхні уявлення про Всесвіт, його закони і красу. [1]

У цьому контексті в Україні особливу увагу привертає самобутній етнографічний регіон Полісся, де збереглися надзвичайно архаїчні елементи культури, ремесел і мистецтва – стародавні технології ткацтва, вишивки гончарства, в яких законсервувалися прадавні світоглядні міфологеми, магічна символіка орнаментів і кольорів.

Серед виробів народного декоративно-прикладного мистецтва своєю архаїкою і самобутністю знаків і кольорів помітно вирізняються поліські килими і рушники. Для основи килимів як правило, брали лляну зсукану вдвоє нитку, іноді додавали й конопляну. На піткання йшла вовняна фарбована пряжа. Одним із стародавніх способів ткання був спосіб — ткання —у лавку», коли у процесі роботи на межі двох різних кольорів нитки піткання перевивалися на спільній нитці основи і давали щільне з'єднання двох контрастних кольорів, що додатково створювало особливий декоративний ефект. Поліські ткані рушники характерні поєднанням червоного і чорного кольорів які врівноважуються площинами білого кольору.

Як відомо, кольори, що завжди оточували людину помітно впливали на її психіку і настрій. Одні заспокоюють, інші викликають радісні відчуття, деякі залишають байдужими, є й такі кольори і їх поєднання, що викликають і негативні емоції (смуток, жаль тощо). А оскільки краса виробу завжди значною мірою залежить від поєднання певних кольорів та від узгодження їх візуальної маси, тому й до самого процесу фарбування ниток майстрині ставилися дуже серйозно. Найпоширенішими в поліських килимах ХІХ-поч. ХХ ст. були кольори: червоний, зелений, білий, жовтий, чорний, синій. Самі фарби виготовляли переважно з рослинних матеріалів за рецептами, які часто зберігали в таємниці й передавали з роду в рід. Але були й загальновідомі способи. Як розповідає науковий співробітник Житомирського обласного краєзнавчого музею Н. Кобилінська, різноманітні відтінки жовтої фарби добували з лушпиння цибулі, гречаної луски, соняшникового цвіту, коріння

кінського щавлю. Крушина давала різні фарби: червону, зелену, жовту і коричневу, для приготування якої використовували також дубову кору, вільхові бруньки для чорного і коричневого кольорів. З гарбузового листа та споришу отримували зелену. Червону фарбу добували з червецю, а також з рослини материнки. [2]

При цьому існувало безліч ритуальних заборон, наприклад, як збирати цю рослину, і як готувати з неї фарбу та ін. Адже вважалося що в іншому випадку не вийде повноцінний магічно «сильний» червоний колір-оберіг, а сам рушник чи килим - в результаті недотримання цих правил втратить свою «святість».

Тому дівчата йшли збирати рослину материнку лише в певні дні року та обов'язково до сходу сонця, при цьому існували суворі заборони брати рослину голими руками, а тільки через тканину, не можна було й зрізати материнку металевим ножом, потім рослину накривали хусткою в решеті і тільки так несли до двору. В іншому випадку колір з материнки завжди отримувався брудно-рудий (очевидно результат реакції соку рослини з металом чи людським потом).

Таким чином лише речі виготовлені з дотриманням технологій затверджених традицією (у яких крім символічно-магічних приписів було завжди раціональне зерно), вважалися повноцінними і могли використовуватися у численних календарних і сімейних обрядах. На таких настановах традиція міцно трималася і пережила тисячоліття, будучи навіть неусвідомленою її носіями.

З давніх-давен урочистим кольором, наповненим символікою життя, краси і кохання був хвилюючий червоний, який отримав значення магічного оберіга. Заспокійливий зелений — викликав асоціації весни, надії, зростання і розквіту. Синій вважався кольором богів, які відводять від людей лихо. Білий отримав семантику священності, святості, верховенства, тобто причетності до божественного. З давніх-давен магічно чистим і «святим» вважався сніжно-білий святковий одяг, інколи помережаний вишивкою «білим по білому», - ця традиція збереглася, зокрема на Полтавщині. Сакральна символіка білого кольору нерідко накладалася й на білих тварини – з традиції відома священність білого коня, хорта, півня. Як відомо дикий кінь набув символу святості ще в

палеолітичну епоху. На поліських килимах серед різноманіття орнаментальних символів виділяються антропоморфні фігурки жіночого божества з піднятими руками (знак захисту), при чому богиня завжди червоного кольору (адже вона - оберіг) на фоні двох білих коней (образ святості), які розміщені від неї симетрично.

Таким чином, бачимо, що правила традиції, які були апробовані предками на протязі тисячоліть, формували певні світоглядні концепції які забезпечували й підтримували як матеріальні так і духовні потреби носіїв традиції, робили світ довкілля гармонічним, зрозумілим і впорядкованим. Відтак в народному мистецтві практично не бачимо концептуального індивідуального хаосу в образотворенні. Адже за законом аналогій (на чому була побудована вся древня імітативна магія) - все в людському Мікокосмосі має відповідати Макрокосмосу – Всесвіту. А в підтримці цієї динамічної але гармонійної рівноваги вбачалась і найвища місія людського буття. Подібні концепції були і залишаються сьогодні основою формування візуального середовища більшості традиційних культур і народів планети, і лежать в основі народного мистецтва. Нині місія формування візуального середовища в десакралізованих постіндустріальних суспільствах покладена на дизайнерів, але і в традиційному досвіді образотворення і кольоробачення вони можуть знайти невичерпне джерело натхнення для власної творчості і професійного зростання.

Список використаних джерел

1. Босий О.Г. Міф. Символ. Орнамент. Вінниця. - 2011. – с. 106.
2. Кобилінська Н. Килими Житомирського Полісся. «Народне мистецтво», №3-4. – 2000.

Руденко Марія Валеріївна

*студентка 2(6) курсу групи 20 МгДС
Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і
дизайну ім. Михайла Бойчука*

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПРОЕКТУВАННЯ КІБЕРСПОРТИВНИХ АРЕН

У сучасному світі інформаційне середовище стало найважливішим чинником соціального розвитку, а звичні форми взаємодії з навчальним і розважальним контентом застаріли.

Стрімкого розвитку медіа-споживання набрало у перших двох десятиліттях ХХІ століття, торкнулось це багатьох галузей і стало засновником появи нового типу громадської будівлі – кіберарени. Кіберспортивні змагання, фестивалі, конкурси та все інше пов'язане з кіберспортом, в основному проводяться декількома локальними та міжнародними організаціями по всьому світу, і масштаби заходів, що проводяться, зростають з року в рік.

Комп'ютерний спорт (кіберспорт, електронний спорт від англ. eSports) є саме спортом.

1. Спорт – це змагальна діяльність та спеціальна практика підготовки до неї [1]. Специфіка комп'ютерного спорту полягає в тому, що змагання проходять на основі комп'ютерних відеоігор, які виступають середовищем взаємодії об'єктів управління, забезпечуючи рівні умови змагань людини з людиною або команди з командою:

- комп'ютер – не суперник, а спортивний інвентар;
- гра визначає віртуальний простір та правила змагань.

Кіберспортивних ігор небагато (близько двадцяти), наприклад, League of Legends, Dota 2, Counter-Strike, Overwatch, Hearthstone, Eternal, Star Craft, Tekken, FIFA. Всі вони відповідають ряду критеріїв, до яких відносяться:

- наявність елемента змагання;

- безсюжетна основа;
- коротка сесія;
- забезпечення гравцям спочатку рівних умов.

2. Кіберспорт офіційно признаний видом спорту в Україні у 2020 році.

У цей реєстр включено шість спортивних дисциплін комп'ютерного спорту, які мають відмітні ознаки і включають у собі один або декілька видів програм спортивних змагань:

- бойова арена (мета гри: знищення/захват головної будівлі суперника та/або знищення ігрових одиниць опонента);
- змагальні головоломки (мета гри: перевершити суперника у виконанні умов головоломки в умовах обмеженого часу);
- спортивний симулятор (мета гри: імітація спорту);
- стратегія у реальному часі (мета гри: знищити ігрові одиниці опонента);
- технічний симулятор (мета гри: імітація управління реальними технічними засобами (наприклад: танковий симулятор, авіаційний симулятор, автомобільний симулятор) для досягнення перемоги у відповідності з технічними правилами дисципліни);
- файтинг (мета гри: імітація єдиноборства на арені, коли учаснику змагань необхідно знизити до нуля шкалу енергії (здоров'я) об'єкта управління суперника за відведений час).

3. Для нашої країни це історичний момент, адже кіберспорт – це вже давно не просто "стрілялки", а й фундаментальний елемент сучасної цифрової культури. Ним захоплюються близько 600 млн. осіб, серед яких і мільйони українців [2].

До того ж, в Україні висока культура кіберспорту та сильні гравці. Наші команди регулярно перемагають на різних турнірах по всьому світу. Ця індустрія вже давно перетворилася на справжній бізнес, який приносить багато користі та можливостей як локального, так і світового масштабу.

Згідно з дослідженнями архітектурного бюро Avoid Obvious Architects, висловленим бюро Populous та моїх досліджень, для кіберспортивних арен важливі наступні принципи.

1) Наявність віддалених глядацьких зон.

Оскільки кіберспортивне змагання може тривати до кількох днів, необхідно організувати зони, де гравці могли б відпочити, відновити сили, поспілкуватись один з одним, при цьому мати змогу слідкувати за грою.

2) Наявність трансформації залу для глядачів.

Так як брати участь у кіберспортивному змаганні може різна кількість гравців, то необхідно забезпечити гнучкість процесу, що дозволяє пристосуватися до гри віч-на-віч або сто на сто. Архітектура кіберарени повинна дозволяти оперативне розширення для додаткових сидінь та ігрових майданчиків.

3) Забезпечення змішаної дійсності.

Необхідно розмити кордон між реальністю та віртуальністю, щоб відвідувачі могли за допомогою свого смартфона орієнтуватись у даній будівлі, взаємодіяти з ігровими персонажами. Цього можна досягти за допомогою активного використання інструментів AR та VR, оскільки вони здатні забезпечити змішану реальність, котра може вводити людей у віртуальний світ та з нього.

4) Багатофункціональність.

Кіберстадіон має бути багатоцільовим для того щоб у міжсезоння цей простір можна було використовувати як тренувальний центр, проведення фестивалів, конференцій, анонсів нових ігор та продуктів, тощо.

5) Гнучкість.

З одного боку, гравці та команди повинні мати можливість ізолюватись від глядачів, оскільки в час напруженої гри, коли рахунок йде на частки секунд, гучні оплески можуть стати на заваді гравцям. З іншого боку, глядачі повинні мати можливість слідкувати за грою команд.

6) Додаткові екрани.

Над сценою та по периметру зала повинні бути встановлені додаткові екрани, на котрих вболівальники зможуть дивитись трансляцію гри.

Структура кіберарен може імітувати інші типології. Серед важливих схем організації кіберарен виділено такі: «колізей», «театр» і «торговий центр», які є традиційними структурами. Також визначено перспективні схеми розвитку типології кіберарен: "ринок", "хмарочос", "типовий модуль", змішана [3].

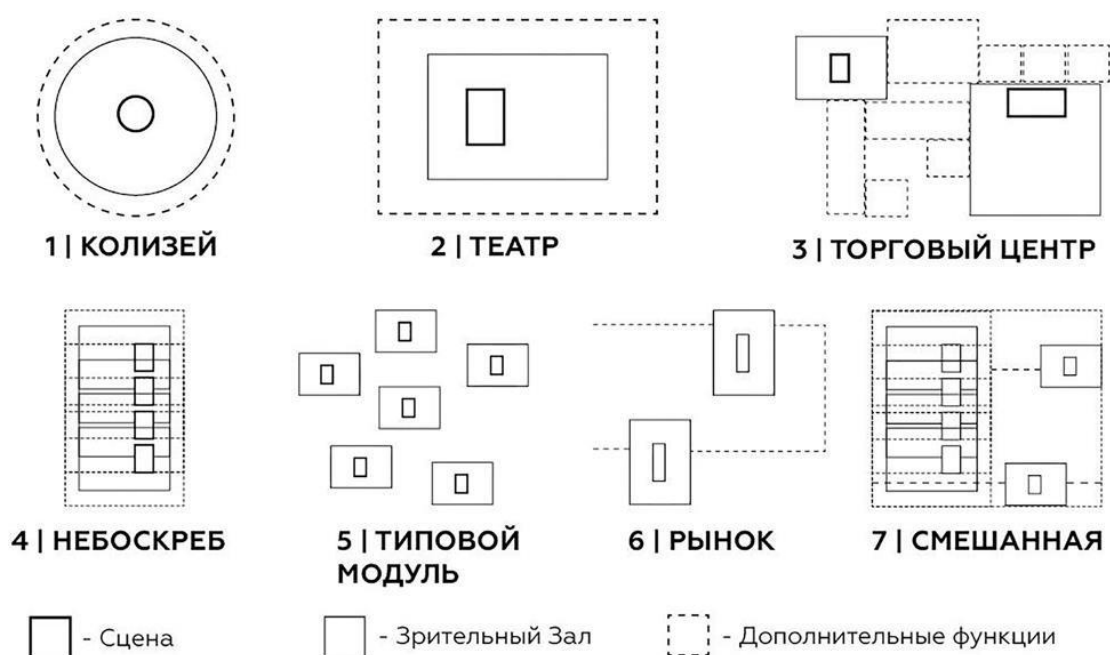


Рис. 1. Принципові схеми структур кіберарен

«Колізей» має чітко виявлену структуру, що складається з концентричних кіл або інших рівносторонніх геометричних тіл. У центрі розташовується сцена, глядацькі місця рівномірно розташовуються з усіх боків. Арена займає більшу частину споруди, інші приміщення другорядні. Прикладом цієї структури можна вважати Spodek Arena (Катовіце, Польща).



Рис. 1 Spodek Arena (Катовіце, Польща)

«Театр» може мати різну гладку геометричну форму, глядацькі місця розташовані не рівномірно, а додаткові приміщення грають більшу роль, ніж у «колізеї». Прикладом «театру» вважається будинок Fusion Arena (Філадельфія, США).



Рис. 2. Fusion Arena (Філадельфія, США)

«Торговий центр» має складну геометричну форму з рваними контурами. Приміщення з доповненням ними функціями виступають нарівні

з залом для глядачів. Може мати як один головний зоровий зал і кілька малих, і кілька рівнозначних за місткістю залів. Прикладом такої структурної організації може служити Yota Arena (Москва, Росія).



Рис. 3. Yota Arena (Москва, Росія)

У «хмарочосі» функціональне зонування здійснюється по вертикалі. Кіберцентр такого типу, як правило, має безліч малих рівноцінних кіберарен.

«Типовий модуль» являє собою безліч окремих арен, об'єднаних лише єдиним ним віртуальним простором.

«Ринок» являє собою окремі малі арени або інші подієві простори, об'єднані маршрутом або розташовані на шляху прямування.

Висновок

Кіберспорт становиться невід'ємною частиною сучасної людини і за кордоном це все стрімко розвивається. Отже, щоб іти в ногу з часом, потрібно якомога швидше створювати платформи кіберосвіти.

Спираючись на все перераховане вище у створенні своєї кіберарени я обрала принцип «театру», він мені здався більш вдалим та функціонально ергономічним.

Образно кіберарена немає якогось загального архітектурного рішення. У кожному окремому випадку будинок може підлаштовуватися під

навколишню його забудову або ж, навпаки, контрастувати з нею за рахунок форми, кольору або композиції фасаду.

Список використаних джерел

1. Спорт / Вікіпедія [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення 02.11.2021).
2. Лиза Орехова. Из детской забавы в серьезную карьеру, 2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.redbull.com/ru-ru/esports-from-childish-games-to-career> (дата звернення 02.11.2021).
3. Е.А. Цветникова. Проектирования киберспортивных арен, 2021. С. 242-244. DOI: 10.24412/cl-35672-2021-1-0057

Тименко В. В.,
аспірант освітньо-наукової програми
зі спеціальності 015 – професійна освіта
(спеціалізація: теорія і методика
професійної освіти)
КДАДПМД ім. М. Бойчука

АНКЕТУВАННЯ І ПРОЕКТУВАННЯ ІДЕЙ – ЕФЕКТИВНІ СПОСОБИ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ТРЕНЕРІВ З ФУТБОЛУ

Футбольна гра розглядається як складне спортивно-мистецьке явище із взаємопов'язаними діями тренера і футболістів, зовнішнім і внутрішнім середовищами цього спортивного дійства. Існує технологія для створення ігрового благополуччя у зовнішньому середовищі. Аналогічно мають місце виміри науки і технології для творення внутрішнього благополуччя спортсменів.

Анкетування є одним із пріоритетних механізмів, що застосовуються для сприяння професійному навчанню тренерів. Механізм анкетування зорієнтований безпосередньо на футбольного гравця. Застосування анкет

необхідне для діалогу про футбольну гру способом «проектування ідей» («designing ideas»). Проте анкетування способом дизайн-ідей є значною проблемою для підготовки майбутніх тренерів з футболу, оскільки педагогіка спорту недостатньо поширена у закладах спеціалізованої спортивної освіти.

В анкетуванні педагогічно доцільні питання повинні створювати низку можливих відповідей або рішень, а не спонукати його учасників до заздалегідь визначених відповідей, які вважаються правильними або неправильними. Педагогічна компетентність футбольного тренера виявляється у його здатності формулювати відкриті питання, спрямовані на стимулювання діалогу, мислення та роздумів учасників футбольних ігор, на дослідження різних точок зору футболістів на гру.

Відкрита дискусія з використанням способу «обговорення ідей» має зумовлюватися попереднім футбольно-ігровим досвідом майбутніх тренерів, який дозволяє роздумувати над цим досвідом та досягати узгодження плану дій щодо наступного ігрового поєдинку, де вони експериментують зі своєю узгодженою стратегією.

Педагогічна компетентність зумовлює майбутнього тренера уникати критики або говорити футбольним гравцям, що вони помиляються. Такі способи взаємодії тренера з футбольними гравцями не є ефективними, зовсім не сприяють спільному проектуванню ідей, творчості та радості від спільного вирішення спортивних проблем. Тому важливо здійснювати професійну підготовку майбутніх футбольних тренерів до активного навчання, зорієнтованого на футбольного гравця шляхом спільного вирішення спортивних проблем.

Майбутні тренери футболу повинні заохочуватися до формулювання проектних ідей, доцільних для подолання тактичних чи технічних ігрових проблем. Проектувальний підхід гарантує, що дискусії майбутні тренери зосереджуватимуть безпосередньо на рішеннях, а не на проблемах і покараннях спортсменів. Завдяки способу «designing ideas» тренер не тільки сприяє навчанню футболістів, але й сам стає учасником навчального процесу.

Внесок тренера у дискусію полягає в тому, щоб сприяти позитивному задоволенню від опитування та задавати питання про те, які варіанти або стратегії можуть бути найдоцільнішими. Педагогічний підхід, зорієнтований на рішення, а не проблему, допомагає майбутньому футбольному тренеру зрозуміти, що ігрові помилки є важливою частиною навчання через практично-ігровий досвід, що сприяє стійкості, креативності спортсменів, колективним зусиллям та задоволенню, змовленому відкриттям нових ігрових тактик і стратегій. У футбольній команді досягається

співпереживання, співчуття, значущі стосунки, відчуття зв'язку та турботи один про одного, як на футбольному полі, так і поза ним.

Найефективнішим прийомом посилення навчальної мотивації майбутніх футбольних тренерів ми вважаємо зв'язок не лише із практичним досвідом ігрового середовища, а, насамперед, з пробудженням ряду асоціацій з позитивними ігровими ситуаціями. В такому випадку мозок спортсмена сам налагодить внутрішню гармонійну структуру життєвих сил. Необхідне розроблення системи заохочень і стимулів. А все це перетворить підготовку майбутніх футбольних тренерів в цікавий процес, а робочий простір в середовище для розкриття їхніх творчих здібностей і нових знахідок.

Спосіб «проектування ідей» пропонуємо викладачам розпочинати опитувальником "Педагогічна компетентність тренера з футболу" [1], [2].

Опитувальник "Педагогічна компетентність майбутнього тренера з футболу"

Дайте відповідь "та або ні" на питання тесту:

№	Питання тесту	Відповідь
1.	Ви складатимете детальний план тренувань з футболу?	
2.	Ви складатимете план тренувань футболістів лише в загальному вигляді?	
3.	Чи часто Ви відхилятимете від плану тренувань?	
4.	Чи відхилятимете Ви від плану тренувань, помітивши недоліки у навичках та уміннях спортсменів або труднощі у виконанні тренувальних завдань?	
5.	Чи відводите Ви більшу частину тренування для пояснення нових тренерських завдань?	
6.	Чи постійно Ви стежитимете за тим, як засвоюються футболістами тренерські завдання?	
7.	Чи часто Ви звертатимете до спортсменів з питаннями в процесі пояснення нових завдань?	
8.	У процесі здачі контрольних нормативів Ви увагу приділятимете кожному спортсмену?	
9.	Ви завжди вимагаєте від спортсменів абсолютно правильного виконання тренерських настанов?	
10.	Ви будете домагатися, щоб футболісти самостійно виправляли свої помилки?	
11.	Ви часто будете використовувати різноманітні засоби для розучування нових футбольних комбінацій?	
12.	Як часто Ви будете міняти напрями роботи на тренуваннях?	

13.	Чи будете Ви допускати, щоб здача контрольних нормативів спонтанно перейшла в розучування нових вправ?	
14.	Ви відразу відповідатимете на неочікувані питання спортсменів?	
15.	Ви постійно стежитимете за активністю всіх спортсменів під час тренувань?	
16.	Чи може недостатня готовність або настроїв футболістів під час тренувальних занять вивести Вас із рівноваги?	
17.	Ви завжди самі виправлятимете помилки спортсменів?	
18.	Ви завжди як тренер вкладатиметеся в рамки тренувань?	
19.	Ви суворо стежитимете за тим, щоб спортсмени виконували вправи самостійно, без підказок і допомоги?	
20.	Ви завжди детально оцінюватимете виконання кожної тренувальної вправи футболістів?	
21.	Чи суттєво відрізнятимуться ваші вимоги до сильних і слабких спортсменів?	
22.	Часто Ви хвалитимете спортсменів за добре виконані тренувальні вправи?	
23.	Часто Ви сваритимете спортсменів за погано виконані тренувальні вправи?	
24.	Часто Ви контролюватимете навички і вміння спортсменів?	
25.	Часто Ви повторюватимете уже вивчені тренувальні вправи?	
26.	Ви здійснюватимете перехід до вивчення нових вправ, не будучи впевненими, що попередні засвоєні всіма спортсменами?	
27.	Як Ви думаєте, спортсменам цікавими будуть Ваші тренування?	
28.	Як Ви думаєте, спортсменам комфортно буде у Вас на тренуваннях?	
29.	Ви постійно підтримуватимете інтенсивний темп тренувань?	
30.	Ви надто переживатимете невиконання спортсменами Ваших вимог?	
31.	Ви завжди вимагатимете чіткої дисципліни на тренуваннях?	
32.	Вас відволікає «робочий шум» на тренуваннях?	
33.	Ви часто аналізуєте власні досягнення на тренуваннях з футболу?	

Обробка результатів: За кожний збіг з ключем нараховується 1 бал (відповідь "Так"). Для визначення домінуючого стилю

рекомендується використовувати виразність того чи іншого стилю у відсотках. Для цього кількість набраних балів необхідно розділити на загальну кількість питань, що входять до шкали.

Емоційно-імпровізаційний - ЕІС (15 питань): 2, 3, 5, 11, 12, 13, 14, 16,

17, 21, 22, 26, 27, 28, 29

Емоційно-методичний - ЕМС (25 питань): 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 15, 16,

17, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33.

Розмірково-імпровізаційний - РІС (17 питань): 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11,

13, 18, 20, 22, 25, 26, 27, 28.

Розмірково-методичний - РМС (16 питань): 1, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 18, 19, 20, 23, 24, 25, 31, 32, 33.

Бланк відповідей

№	Да	Нет	№	Да	Нет	№	Да	Нет
1			12			23		
2			13			24		
3			14			25		
4			15			26		
5			16			27		
6			17			28		
7			18			29		
8			19			30		
9			20			31		
10			21			32		
11			22			33		

Список використаних джерел

1. Мельник, Е.В. Психология тренера: теория и практика : методические рекомендации / Е.В. Мельник, Е.В. Силич, Н.В. Кухтова. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2014. – 58 с.

2. Силич, Е.В. Отношение спортсменов и тренеров к психологической подготовке / Е.В. Силич, Е.В. Мельник // Молода спортивна наука України: Зб. Наук.праць з галузі фізичної культури та спорту, 2010. – Вып. 14: У 4-х т.– Львів. – Т. 1. – С.298-303.

ТИХОНЮК Валерій Іванович

викладач кафедри графічного дизайну

КДАДПМД ім. М. Бойчука

СВІТОГЛЯДНО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСАДИ ТВОРЧОСТІ ХУДОЖНИКА-ГРАФІКА ВОЛОДИМИРА ЮРЧИШИНА

Лише у роки Незалежності з'явилася можливість для українських мистецтвознавців відкрити як для себе, так і для широкого загалу багато імен українських художників, яких у радянські часи переслідували або замовчували за бажання творити повноцінне українське мистецтво на національній основі. Це передусім велика когорта учнів і послідовників Михайла Бойчука, це діяльність київської іконописно-реставраційної майстерні «Відродження» (керівники П. Запоріжський та Борис Палій-Неїло), це і перслідуваний все життя, а потім лауреат Національної премії імені Тараса Шевченка - Григорій Синиця та багато інших. Одним із таких талановитих і цікавих своїм авторським стилем я, але несправедливо непомічених мистецтвознавцями є також художник-графік другої половини XX – поч. XXI ст. - Володимир Юрчишин.

Лише два роки тому назад вийшов практично перший каталог його робіт зі спогадами колег-художників про оригінального майстра-графіка. До цього прізвище Володимира Юрчишина лише дотично знадували українські дослідники Х. Саноцька, О. В. Ламонова, О. Модла, О. Загаєцька, С. Короненко, І. Дудник. Але ґрунтового монографічного чи системного дослідження творчості художника, яке б повноцінно розкрило тему розвитку та особливостей становлення В. Юрчишина як художника і складові та етапи формування його авторського стилю на сьогодні немає. Так і в даній публікації ми можемо лише коротко окреслити світоглядні установки та шлях становлення графічної мови майстра.

Базовою освітою Володимира Юрчишина став поліграфічний інститут імені Івана Федорова у Львові, після якого на початку 60-х років XX ст. він почав працювати у сфері книжкової графіки. Перше десятиліття своєї творчості художник перебував у процесі пошуку власної графічної мови. Основною технікою втілення ідей для майстра слугує гравюра на лінолеумі, яка на той час набула неабиякої популярності і серед інших художників-графіків. А вже до середини 60-их років виробив яскраву графічну мову, яку не спутаєш ні з ким іншим. Можна виокремити два основних періоди його творчості – ранній та зрілий. До джерел натхнення раннього періоду художника належать: творчість Георгія Нарбута, давні українські гравюри і шрифти : уставне та півуставне письмо, козацький скоропис.

Значний вплив на творчість художника справив відомий український етнограф П. М. Попов, який ґрунтовно вивчав стародавні рукописні книги і гравюри в архівах Київської Лаври, та знайомив В. Юрчишина із результатами своїх досліджень. І це стало одним із найважливіших факторів формування його графічного стилю. Роботи пізнього періоду В. Юрчишина як вже зрілого майстра книжкової графіки демонструють творчу трансформацію різноманітних графічних ознак традиційних типів кириличного письма і давньоукраїнських рукописних книг в єдину систему. Відтак сьогодні окремої уваги для дослідників українського мистецтва заслуговують творчі спроби майстра гармонійно поєднати динаміку історичних і сучасних шрифтів з прадавніми орнаментальними українськими мотивами (особливо – динамічними і пластичними трипільськими) - що й стало найвиразнішим ідентифікаційним компонентом і кодом його графічних композицій: зокрема, оформлення обкладинок книг та інших поліграфічних видань.

Тому в методично-ілюстративному аспекті творчість українського художника-графіка Володимира Юрчишина може бути дуже корисною в процесі навчання сучасних молодих художників-графіків на кафедрі графічного дизайну академії імені Михайла Бойчука, де досить ґрунтовно

вивчаються історія і традиції ілюстрування та дизайну сучасної української книги.

Черних Микита Павлович
магістрант КДАДПМІД ім. М.Бойчука
факультет графічного дизайну

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТИПОГРАФІКИ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Наше століття часто називають століттям інформації. Незалежно від виду та форми комунікації в її основі лежить текст. Основні функції тексту - передача інформації та її збереження. Виробництво текстів стало масовим. При цьому графічні форми та технології роботи з текстами залишаються основними. Як змінюються у зв'язку з масовим характером цієї діяльності творчі прийоми та підходи художника до роботи з текстами? Сьогодні галузь експериментальної тривимірної типографіки інтенсивно розвивається завдяки широкому використанню комп'ютерних технологій і стає самостійною індустрією. Численні експерименти з графемою втілюються в життя в різних галузях мультимедіа, де знаковість шрифту посилює функціональність візуальної взаємодії. Рухомий тривимірний шрифт піднімає візуальну комунікацію і графіку на новий рівень і відображає справжній дух новаторства і уяви в сучасному графічному дизайні. Це сприяє широким можли-востям в різноманітних експериментах, пов'язаних із пошуком нової художньої образності. Тривимірне зображення на площині відрізняється від двовимірного тим, що включає просторові геометричні проекції тривимірної моделі на площину за допомогою спеціалізованих програм.

Різна форма шрифту може викликати в читача різну емоційну чи

пізнавальну реакцію. Таким чином, тип шрифту, яким написаний текст, може надати більше сенсу, ніж власне слова.

Володимир Лесняк у своїй книзі «Графічний дизайн. Основи професії» дає таке визначення поняттю «шрифт». «Шрифт – це основа графічного дизайну, у якому постійно відбуваються зміни предметної системи закономірностей, способів бачення, мислення, естетики.»[1, с.15]. У книзі Джеймса Філічі «Типографіка: шрифт, верстка, дизайн» дається таке тлумачення визначення даного терміну: «Типографіка - це зовнішній вигляд текстової інформації. Однак часто буває нелегко читати й розглядати графічний об'єкт, виконаний у текстовій формі, так як існують різні способи сприйняття. Є краса мови, а є краса того, яким чином він нам представлений. І все це бере свій початок близько двох тисяч років тому» [2, с.21].

Використання типографіки в дизайні допомагає надати динаміку, характер і здатність піднести ідею не тільки змістом, а й графічним способом. Адже основна мета композиційних рішень у графічному дизайні – донести інформацію до читача оптимальним способом, максимально полегшивши процес сприйняття контенту.

Кожен шрифт має свої естетичні, виразні якості, про що свідчать візуальні атрибути його літерних форм. У межах будь-якої категорії кожен тип шрифту має різні пропорції та різноманітність накреслення ліній, ширини, спрямованих нахилів тощо. Добре поєднана різноманітність шрифтів приносить варіації виразності та гармонії дизайну. Усвідомлення цих класифікацій є важливим інструментом розвитку здатності дизайнера до вибору доречного шрифту. Взаємозв'язок смислу й форми приносить врівноважену гармонію як з точки зору функції, так і з точки зору вираження.

Колір надає значення змісту. Правильне та збалансоване використання кольору – неодмінна частина хорошого дизайну. Дизайнери повинні порівнювати[3, с.51].

Тривимірний шрифт піднімає візуальну комунікацію і графіку руху на новий рівень і відображає справжній дух новаторства і уяви в сучасному дизайні. Всі ці три види анімованої типографіки зараз активно втілюються в життя дизайнерами всього світу. Це сприяє широким можливостям в різноманітних експериментах, пов'язаних із пошуком нової художньої образності. Таким чином, ми маємо великі перспективи подальшого дослідження численних об'єктів дизайну, в яких типографіка використовується як основний чинник комунікативного впливу. Використання тривимірної графіки надає дизайнерам широкі можливості в експериментах, пов'язаних із пошуком нової художньої образності. З покращенням функцій 3D у програмі Adobe Photoshop прийшла нова тенденція на текстові 3D-ефекти. Від плоского 2D дизайнери перейшли до більш реалістичного[4, с.11].

Еволюція топографічних елементів демонструє зміни, що підхоплюються та візуалізуються в анімації. Зростаюча кількість анімаційних роликів, що виходять у світ та з'являються в цифрових мережах і на телебаченні, свідчать про популярність анімації та її важливість як невід'ємного елементу моушн дизайну. Питання про принципи використання шрифтів у анімації в різних формах екранної культури є недостатньо вивченими в сучасній літературі, яка присвячена екранним мистецтвам, що свідчить про актуальність теми даної роботи.

Кінетична типографіка, або «рухомий шрифт» («Type in motion») не фіксується в потрібному положенні й має динаміку. Її можна побачити у рекламних роликах, заставках телебачення, фільмах, анімованих логотипах, відеоіграх, музичних кліпах і навіть у мобільних пристроях. Цифрові технології, наявність і доступність персональних комп'ютерів -- все це дає можливість створювати унікальну рухому типографіку.

Список використаних джерел

1. Володимир Лесняк Графический дизайн. Основы профессии. / Володимир

Лесняк. – Москва: ИндексМаркет, 2011. – 416 с. – (Студия Артемия Лебедева).

2. Джеймс Філічі Типографіка: шрифт, верстка, дизайн / Джеймс Філічі. – Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2017. – 399 с.

3. Ян Чихольд Новая типографика. Руководство для современного дизайнера / Ян Чихольд. – Москва: Студия Артемия Лебедева, 2011. – 244 с.

4. Solomon Martin The Art of Typography : an Introduction to Typo-iconography / Martin Solomon., 1986. – 240 с.

Черних Микита Павлович
магістрант КДАДПМІД ім. М.Бойчука
факультет графічного дизайну

ТРИВИМІРНА ТИПОГРАФІКА У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Анотація. У статті, на основі аналізу документальних матеріалів у контексті графічного дизайну введено досвід актуальної творчої та проектної практики дизайну та суміжних видів творчості, пов'язаний з обробкою та образно-художнім моделюванням текстової інформації, що дозволяє виявити нові підходи до формування сучасного професійного світогляду та розширити творчий арсенал сучасного проектувальника. Також у цій роботі розглянуто теоретичний аспект типографіки, її значення та функції. Були проаналізовані ефекти впливу шрифту на візуальне сприйняття та комунікації. Ця стаття також зосереджена на дослідженні сучасних тенденцій в типографіці в графічному дизайні та веб-дизайні, адже вона відіграє більш важливу роль у дизайні інтерфейсу користувача, ніж інші компоненти.

Якісна типографіка пропонує міцну основу для кращого виконання інших візуальних засобів.

Ключові слова. Типографіка, тривимірна типографіка, графічний дизайн, тенденції, візуальне сприйняття.

Постановка проблеми. Виробництво текстів стало масовим. При цьому графічні форми та технології роботи з текстами залишаються основними. Як змінюються у зв'язку з масовим характером цієї діяльності творчі прийоми та підходи художника до роботи з текстами? Постає проблема вибору та грамотного використання художніх засобів, співзвучних з часом та змістом інформації.

Мета статті – показати основні сучасні тенденції типографіки, її використання та вплив.

Виклад основного матеріалу. Наше століття часто називають століттям інформації. Незалежно від виду та форми комунікації в її основі лежить текст. Основні функції тексту - передача інформації та її збереження. Виробництво текстів стало масовим. При цьому графічні форми та технології роботи з текстами залишаються основними. Як змінюються у зв'язку з масовим характером цієї діяльності творчі прийоми та підходи художника до роботи з текстами? Постає проблема вибору та грамотного використання художніх засобів, співзвучних з часом та змістом інформації.

Сьогодні галузь експериментальної тривимірної типографіки інтенсивно розвивається завдяки широкому використанню комп'ютерних технологій і стає самостійною індустрією. Численні експерименти з графемою втілюються в життя в різних галузях мультимедіа, де знаковість шрифту посилює функціональність візуальної взаємодії. Рухомий тривимірний шрифт піднімає візуальну комунікацію і графіку на новий рівень і відображає справжній дух новаторства і уяви в сучасному графічному дизайні. Це сприяє широким можливостям в різноманітних експериментах, пов'язаних із пошуком нової художньої образності. Таким

чином, ми маємо великі перспективи подальшого дослідження численних об'єктів типографіки дизайну, в яких тривимірна типографіка також використовується як основний чинник комунікативного впливу.

Тривимірна типографіка (3D (від англ. 3 Dimensions - «3 вимірювання») Graphics) - розділ комп'ютерної графіки, сукупність прийомів і інструментів, призначених для зображення об'ємної типографіки.

Тривимірне зображення на площині відрізняється від двовимірного тим, що включає просторові геометричні проекції тривимірної моделі на площину за допомогою спеціалізованих програм.

Різна форма шрифту може викликати в читача різну емоційну чи пізнавальну реакцію. Таким чином, тип шрифту, яким написаний текст, може надати більше сенсу, ніж власне слова.

Володимир Лесняк у своїй книзі «Графічний дизайн. Основи професії» дає таке визначення поняттю «шрифт». «Шрифт – це основа графічного дизайну, у якому постійно відбуваються зміни предметної системи закономірностей, способів бачення, мислення, естетики.» [1, с.15]. У книзі Джеймса Філічі «Типографіка: шрифт, верстка, дизайн» дається таке тлумачення визначення даного терміну: «Типографіка - це зовнішній вигляд текстової інформації. Однак часто буває нелегко читати й розглядати графічний об'єкт, виконаний у текстовій формі, так як існують різні способи сприйняття. Екраса мови, а є краса того, яким чином він нам представлений. І все це бере свій початок близько двох тисяч років тому» [2, с.21].

Використання типографіки в дизайні допомагає надати динаміку, характер і здатність піднести ідею не тільки змістом, а й графічним способом. Адже основна мета композиційних рішень у графічному дизайні – донести інформацію до читача оптимальним способом, максимально полегшивши процес сприйняття контенту.

Робота полягає в аналізі новітніх методів взаємодії типографіки з модеерними технологіями сьогодення та перспективи у майбутньому ,яка

стосується анімованої або статичної тривимірної типографіки і в окресленні етапів її розвитку в граїчному дизайні.

Поняття типографіка трактується як мистецтво знаходження шрифту та складових поліграфічного набору на визначеному форматі. Для дизайнера-графіка, який займається створенням друкованої продукції, літери являють собою складову художньої мови. Мистецтво типографії допомагає привернути увагу до кампанії, задати або висловити стиль і донести необхідну інформацію. Допоможе впоратися з завданням набору аудиторії та надовго залишитися в пам'яті. Тенденції типографіки оновлюються щороку, це чітко видно в Dribbble, Behance, Pinterest, Instagram, портфоліо провідних UX/UI дизайнерів тощо. Типографіка – важлива частина кожного дизайну, за допомогою неї дизайнер може зробити або зруйнувати цілий проект.

Шрифт - це те, над чим працюють сотні людей роками, це те, що створювалося багатьох тисячоліть. Це одна з найважливіших деталей в багатьох сферах, завданням якої є донести якусь інформацію для людини. В зв'язку з тим, що коли персональний комп'ютер став звичайним інструментом творчості, мільйони людей включилися у використання шрифтів і роботу з набором, але ніхто не замислюється, що ж відчуває сама типографіка, виявивши себе у просторі повної свободи і невизначеності кордонів. Шрифт структурує і режисує візуальну мову, а типографіка створює зв'язок, характер зображення. І форма шрифту, і набір потрібні для донесення повідомлення, тому дана тема так актуальна. Естетика та функціональні аспекти мають велике значення у процесі створення типографічних об'єктів.

Кожен шрифт має свої естетичні, виразні якості, про що свідчать візуальні атрибути його літерних форм. У межах будь-якої категорії кожен тип шрифту має різні пропорції та різноманітність накреслення ліній, ширини, спрямованих нахилів тощо. Добре поєднана різноманітність шрифтів приносить варіації виразності та гармонії дизайну. Усвідомлення цих класифікацій є важливим інструментом розвитку здатності дизайнера до вибору доречного шрифту. Взаємозв'язок смислу й форми приносить

врівноважену гармонію як з точки зору функції, так і з точки зору вираження. Коли шрифт сприймається як форма, він більше не читається як прості літери, тому що він був змінений спотворенням, текстурою, збільшенням тощо.

Важливо зрозуміти призначення самого шрифту. Його фізична форма допомагає розтлумачити сенс самого повідомлення. Фізичні характеристики шрифту, такі як тонкий або жирний, круглий або квадратний, короткий або довгий, широкий або вузький, тонкий або важкий, справляють різне враження. Деякі з них виглядають красивими, чудовими, свіжими, потворними, сердитими, формальними, випадковими, розкутими або жорсткими. Літери можуть нагадувати різні стани та способи пересування: ходіння, стрибки, танці, політ, плавання, розбиття тощо. Вони допомагають передати тон повідомлення: тихий чи голосний, здивований або пригнічений. Добре збалансовані та відповідні шрифти можуть посилити значення тексту.

Стиль викладу тексту безпосередньо впливає на сприйняття повідомлення. Графічний дизайнер повинен враховувати як когнітивні, так і візуальні значимості при поданні письмових даних. Порожню область, яку не використовують, що оточує графічні та текстові елементи, називають білою зоною. Швейцарський типограф Ян Чихолд [3, с.103] стверджує, що цей простір, біла зона, допомагає різним елементам дизайну дихати і визначає як «легені хорошого дизайну». Щоб досягти гармонії в дизайні, слід зберігати баланс білої зони.

Хороший кольоровий контраст може здатися елементарною константою, але є речі, які легко пропустити, під час вибору кольорів для типографіки та загального дизайну. Однією з найпоширеніших помилок (і яку найлегше виправити) є нанесення чорного тексту на білий фон – це занадто велика контрастність. Контрастність недосягається просто шляхом пошуку двох дуже різних кольорів. Тільки тому, що два кольори різні, це не означає, що вони забезпечать хороший контраст, якщо їх значимість буде

однаковою. Простий тест, щоб побачити, чи має ваш дизайн достатній контраст, полягає в тому, щоб перетворити кольори в сірі відтінки[4, с.15].

Вибір розміру шрифту для друкованих матеріалів та для веб-дизайну відрізняється – в основному через відповідні носії. У дизайні для друку 10 пт шрифт для читання загальноприйнятий, але в Інтернеті ми маємо справу пікселями. Еквівалент 10 пт становить 13 пікселів, і це, зазвичай, замало. Потрібно також брати до уваги цільову аудиторію. Якщо розробляти веб-сайт або брошуру для більш зрілої аудиторії, потрібно збільшити кегль шрифту.

Сімейство шрифтів складається з усіх розмірів і стилів одного шрифту, в основному це звичайне накреслення, курсивне, жирне та курсивне жирне. Кожна сім'я шрифтів має ім'я. Ці імена іноді називають за дизайнером (Бодоні, Гарамонд тощо), а іноді його називають за місцем його створення (Нью-Йорк, Сан-Франциско тощо). Деякі шрифти створені виключно для однієї публікації та її читачів. Vogue – шрифт, створений для журналу моди. Times Roman створений для журналу The Times of London, а назву журналу було скорочено до імені шрифту. Щоб полегшити визначення особливостей написання, фахівці класифікували шрифти на чотири основні групи: Serif - Sans-Serif - Handwriting - Decorative.

Літера – це основа письма, алфавіту та типографіки. Структура кожної літери відрізняється, і вибір дизайну дуже важливий. Основними елементами літери є лінія. Перша і найважливіша відповідальність дизайнера полягає у виборі відповідної літери та шрифту. Деякі шрифти мають однаковий проміжок між літерами, а деякі не мають однакового інтервалу в залежності від специфікацій букви. Дизайнеру доводиться вибирати найбільш підходящий серед десятків тисяч шрифтів, щоб забезпечити читання публікації таким чином, що відповідає її характеру та для забезпечення візуальної безперервності [5, с.15].

Інтервал між типографічними елементами полегшує чи ускладнює

читання. Надмірний або замалий інтервал відштовхує, порушує зовнішній вигляд, а також робить читання проблематичним. Ці інтервали мають різні назви та призначення: інтервал між літерами (кернінг, апрош), відстань між рядками (інтерліньяж), інтервал між словами.

Колір надає значення змісту. Правильне та збалансоване використання кольору – неодмінна частина хорошого дизайну. Дизайнери повинні порівнювати.

Виявлено три періоди у розвитку тривимірної типографіки: титри до фільмів, експериментальна анімована типографіка, кінетична типографіка. Сьогодні галузь титрів інтенсивно розвивається завдяки широкому використанню комп'ютерних технологій і стає самостійною індустрією. Численні експерименти з графемою втілюються в життя в різних галузях мультимедіа, де знаковість шрифту посилює функціональність візуальної взаємодії.

Тривимірний шрифт піднімає візуальну комунікацію і графіку руху на новий рівень і відображає справжній дух новаторства і уяви в сучасному дизайні. Всі ці три види анімованої типографіки зараз активно втілюються в життя дизайнерами всього світу. Це сприяє широким можливостям в різноманітних експериментах, пов'язаних із пошуком нової художньої образності. Таким чином, ми маємо великі перспективи подальшого дослідження численних об'єктів дизайну, в яких типографіка використовується як основний чинник комунікативного впливу. Використання тривимірної графіки надає дизайнерам широкі можливості в експериментах, пов'язаних із пошуком нової художньої образності. З покращенням функцій 3D у програмі Adobe Photoshop прийшла нова тенденція на текстові 3D-ефекти. Від плоского 2D дизайнери перейшли до більш реалістичного.

Еволюція топографічних елементів демонструє зміни, що підхоплюються та візуалізуються в анімації. Зростаюча кількість анімаційних роликів, що виходять у світ та з'являються в цифрових мережах і на

телебаченні, свідчать про популярність анімації та її важливість як невід'ємного елементу моушн дизайну. Питання про принципи використання шрифтів у анімації в різних формах екранної культури є недостатньо вивченими в сучасній літературі, яка присвячена екранним мистецтвам, що свідчить про актуальність теми даної роботи.

У мультимедійних типографічних композиціях прикладного характеру знаковість шрифту посилює функціональність носіїв - екранних форм і гаджетів. Такі композиції розробляються для елементів текстової навігації на веб-сайтах, мобільних пристроях, на візуальну взаємодію з якими робиться акцент. Способи, які можуть бути використані та включені для створення привабливої, ефективної, динамічної типографіки, можуть бути наступними:

- поєднання типографіки і фотографії, поєднання ілюстрацій з анімацією;
- модифікації форми шрифту засобами техно-логій тривимірної графіки;
- використання анімованих типографічних композицій при відсутності інших видів зображень;
- анімація окремих символів, щоб створити картину, дію, настрій або почуття;
- експерименти з різноманітними матеріалами, якими створюються анімовані шрифти;
- шрифтова анімація, комбінована зі звуком і звуковими ефектами.

Зараз в Інтернеті можна побачити величезну кількість подібних експериментів, де зміною форми букв можна виразити ідею, настрій, емоції, що стає сьогодні окремим видом творчості. Ці експерименти знаходять втілення в сучасних видах реклами, в проекціях на фасадах будівель, у виставкових мультимедійних проектах тощо. Кількість і вагомість експериментів із типографікою у сучасних галузях мультимедіа дозволяє виділити їх у окремий, другий етап розвитку анімованого шрифту у моушндизайні. У сучасних мультимедійних електронних засобах ми все

частіше стикаємося з різними формами анімації текстових повідомлень. Вербальне значення повідомлення, реалізованого анімованим шрифтом, посилюється рухом. Про те, що не тільки текст у моушн-дизайні несе інформацію, але і саме рух як такий, пише згаданий вище Дж. Краснер: «Рух, залежно від свого характеру, впливає на формування художнього образу: повільно впливаючий із темряви шрифт створює відчуття загадковості або спокою, а динамічний напис, що крутиться - радості чи, може бути, нервозності».

Кінетична типографіка, або «рухомий шрифт» («Type in motion») не фіксується в потрібному по-ложенні й має динаміку. Її можна побачити у рекламних роликах, заставках телебачення, фільмах, анімованих логотипах, відеоіграх, музичних кліпах і навіть у мобільних пристроях. Цифрові технології, наявність і доступність персональних комп'ютерів -- все це дає можливість створювати унікальну рухому типографіку. Одним із її ключових переваг є емоційний вплив на глядача шляхом графічного переходу. Слово може стати виразним через спосіб його зміни в часі.

Упакування та етикетки. Частина об'ємного упакування, що задруковуються, або етикетка, як листова продукція, підлягають тим же загальним законам набору, що і сторінка рекламного буклета, що верстається. Сучасне упакування усе більше використовує прийоми типографіки, властиві наборним виданням. Типографіка знаходиться в основі пакувального дизайну, тому що упакування по суті зацікавлене в поширенні і просуванні інформації.

Перш за все завдання дизайнера полягає в тому, щоб вибрати шрифт, що надасть інформацію у форматі легкого читання. Такий вибір визначений такими факторами, як розмір упакування чи етикетки, ступінь інформування споживача і технології друку. Типографський вибір важливий для розгляду індивідуальності торгової марки. Шрифти, як і люди, мають характери, що можуть експлуатуватися дизайнерами. Цей характер може бути переданий ефек-том начертання шрифту – його сміливістю чи

делікатністю, або власними елементами знаків – наприклад, лігатурами, надрядковими елементами, зарубками і петлями, які наповнюють слова індивідуальністю[6, с.50].

Складна шрифтова композиція, рекламує премію для дизайнерів інтер'єра і міського середовища. Людині недосвідченій прочитати і зрозуміти щонебудь з цього послання досить складно. Таким чином, автори композиції чітко сегментують читача – тільки дизайнерів.

Система корпоративної ідентифікації. Фірмовий стиль являє собою сукупність графічних, колірних, стилістичних і композиційних прийомів і елементів, спеціально і комплексно спроектованих для фірми з метою створення визначеного і зорового образу, що запам'ятовується, усього, що зв'язане з підприємством, його діяльністю і продукцією

Фірмовий стиль повинний сприяти створенню в споживача визначених стереотипів, завдяки яким реклама стає більш вибірковою, адресною, а рекламовані послуги або вироби виділяються з безлічі подібних. Основними елементами фірмового стилю є: логотип чи знак, шрифт чи ряд шрифтових гарнітур, колірна гама, композиційні принципи побудови ділової документації, рекламної продукції, оформлення і маркірування товару. Для *зовнішньої реклами* звичайно характерний великий читабельний шрифт, контрастні кольори, зрозуміла відразу візуалізація.

Екстражирні шрифти допомагають виділити повідомлення та наголосити на чомусь конкретному, а тому підходять для заголовків або для цитат. Шерон Мілн розповідає про популярність шрифтів без засічок: «Helvetica популярна, оскільки нейтральний, універсальний шрифт, який не передбачає конкретного призначення. Це позачасовий шрифт, і через це ми його бачимо його всюди, це вбудовано в нашу поп-культуру» [7, с.55].

Декоративні шрифти сильно відрізняються від звичайних, особливо із сучасними тенденціями: насиченість, наповненість кольорами, розміром іншими незвичайними ефектами (глітч, фотофон, подвійна експозиція тощо). Такі шрифти часто використовують у рекламі та заставках.

Рукописні шрифти й надалі залишаються популярними, адже це один із найпростіших способів додати унікальності, витонченості та творчості до свого бренду. В ідеальному світі компанії повинні створити свій власний шрифт для логотипів й іншого користування. Однак, не всі компанії мають бюджет і знання, як це зробити правильно, тому використання таких рукописних шрифтів може виділити фірмовий стиль.

Висновки. Тривимірна типографіка - це об'єкт проектування, що обґрунтовує необхідність у формулюванні теоретичних і методичних принципів її створення, а також виявлення її специфіки. Дизайн типографічних композицій вимагає не лише знань у сфері формування шрифтової графіки, а й спеціалізованого вивчення значення типографіки в графічному дизайні. Метою вибору та використання найбільш оптимального серед багатьох тисяч шрифтів є створення ефективної комунікації. Те, як ми уявляємо емоції, думки та знання, так само важливо, як і те, що ми говоримо. У зв'язку з цим, вибір шрифту – це метод візуального вираження. Управління шрифтами – це не лише інструмент спілкування, але й керівництво для гарного дизайну. На сьогоднішній день досить часто зустрічаються логотипи, де типографіка обходиться без використання ілюстрацій і графічних об'єктів, а все тому, що за допомогою моделювання та монтажу тексту є можливість створити художній образ. Сьогодні надзвичайно популярними є рукописні, вінтажні шрифти, ефекти накладення, подвійної експозиції.

Список використаних джерел

1. Володимир Лесняк Графический дизайн. Основы профессии. / Володимир Лесняк. – Москва: ИндексМаркет, 2011. – 416 с. – (Студия Артемия Лебедева).
2. Джеймс Філічі Типографіка: шрифт, верстка, дизайн / Джеймс Філічі. – Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2017. – 399 с.
3. Ян Чихольд Новая типографика. Руководство для современного

- дизайнера / Ян Чихольд. – Москва: Студия Артемия Лебедева, 2011. – 244 с.
4. Solomon Martin The Art of Typography : an Introduction to Typo-iconography / Martin Solomon., 1986. – 240 с.
5. Історія типографії – друкарня Гнозіс №1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу; URL: <http://gnozis.com.ua/uk/blog/istoriya-plakativ-drukarnya-gnozis-1/>
6. Енциклопедія українознавства: В 10 т. / Гол. ред. В.Кубійович. – Париж-Нью-Йорк: Молоде життя, 1954-1989.
7. Бове, Кортленд Л. Современная реклама. – Тольяти, 1995

Шадманова Оксана,
студентка 6 курсу факультету дизайну, групи МгДС,
Київської державної академії декоративно-прикладного дизайну
імені Михайла Бойчука

ПРИНЦИП РОБОТИ ЗОО-ГОТЕЛІВ

Перші готелі для тварин у Україні стали виникати років 20 тому при дачах та занедбаних стайнях. У великих містах існувала приватна та неофіційна перетримка вдома. Саме з приватної перетримки починався в Україні готельний зообізнес.

Приватник має безперечну перевагу перед власником готелю, йому не треба платити за оренду. Тварина мешкає у приватника на своїх правах. Втім, не можна сказати, що це здешевлює послугу. При цьому «індивідуал», окрім особистої, жодної іншої відповідальності за тварину не несе ні перед господарем, ні перед суспільством. Заради справедливості варто сказати: іноді якісь папери все ж таки підписуються. Після перебудови найбільш заповзятливі господарі подібних готелів стали розширювати свої домашні притулки до справжніх підприємств. До 1997 року бізнес так розширився, що

його почали ліцензувати [3, с. 41]. Після злощасної серпневої кризи справа пішла на спад: забезпечених людей поменшало. Адже такі готелі розраховані на середній клас: дуже забезпеченим людям найпростіше найняти людину для нагляду за своїм чотирилапим другом, а бідним цей сервіс не по кишені. Але вже зараз, через кілька років, цей бізнес дедалі більше розвивається, орієнтуючись на Захід. Готелі у сенсі правового захисту – крок уперед. Підписання договору та медичний огляд – обов'язкова умова перетримки тварини.

Готель для тварин - спеціалізоване приміщення, яке відповідає встановленим вимогам, для розміщення тварин тимчасово переданих їх власниками на утримання. Зоо-готель може розташовуватися за містом або в межах міста. Готелі для тварин діляться на спеціалізовані (тільки для собак або тільки для котів) та на універсальні (приймають різних тварин). Обладнання місць утримання залежить від того, яких тварин приймають до зоо-готелю [2, с. 57].

Не менш важливим критерієм в роботі подібного закладу – наявність лікаря та спеціально відведеної кімнати для огляду тварин. При передачі тварини на перетримання лікар має оглянути тварину, переконатися, що вона не заразить своїх сусідів. А також, щоб уникнути інциденту при поверненні [5].

Саме для цього в приміщенні готелю заздалегідь треба продумати та розпланувати кімнату для ветогляду. Вона повинна мати достатньо місця, щоб було комфортно працювати з тваринами різного розміру. Кімната має бути оснащена робочими поверхнями, які зручно дезінфікувати та очищати від забруднень. Також слід оснастити спеціальними приладами, які допоможуть в роботі лікаря.

У готелі для тварин, як і в будь-якому «людському» готелі, кількість постояльців майже завжди перевищує кількість обслуговуючого персоналу. Як правило, в хороших зоо-готелі вихованці з різних сімей утримуються окремо. У всіх зоо-готелях для кожного виду тварин місця для проживання

облаштовані по-різному. Ваше завдання – оцінити, наскільки комфортно та безпечно побачене вами місце (кімната, вольєр, клітинка тощо), і лише вам вирішувати, чи підійде воно саме вашому улюбленцю.

Вигул у різних зоо-готелях також є різними за розміром, покриттям, оснащенням та безпекою території. По-різному в зоо-готелях і гуляють з вихованцями: в одних - індивідуально з кожним постояльцем (виняток становлять стовідсотково доброзичливі собаки), в інших - всіх тварин виводять на прогулянку одночасно [4].

Перший готель для кішок в Україні – Cats hotel Mur Meow. Це перший в Україні спеціалізований готель для котів найвищого рівня. Тут створено найкращі умови для котів, обладнавши кожную кімнату за новітніми технологіями та сучасними функціями. Чудовий сервіс, якісна їжа, ідеальна чистота, дитячий майданчик [6]

Для кожної тварини пропонують окремі квартири площею до 2,4 метра, які можна розширити або об'єднати, якщо ваші домашні тварини живуть парами.

Кімнати виготовлені з оргскла та алюмінію, абсолютно гіпоалергенних матеріалів, які не вбирають вологу, запахи та шкідливі мікроби. Обробка парою високого тиску та дезінфікуючий екоцид після кожного відвідувача зробить приміщення ідеально чистим [1, с. 20].

Отже, з найбільш важливих моментів – планування та площа території. Подібні готелі повинні чітко дотримуватися державних норм, задля комфорту своїх відвідувачів. Зазвичай зоо-готелі створюють на основі ветеринарної клініки, що дуже зручно. Адже тварини знаходяться під постійним наглядом спеціалістів та їхні господарі можуть бути спокійні за здоров'я своїх хвостатих улюбленців.

Список використаних джерел

1. Азар В.И. Экономика туристского рынка. – М.: Экономика, 1998 – 20 с.

2. Буров В.П. Бизнес-план фирмы: теория и практика. – М.: «ЭКМОС», 2000 – 57 с.
3. Волошин Н.И. Международный туризм: Правовые акты./сост. Н.И. Волошин – М.: Финансы и статистика, 2000 – 41 с.
4. Без кліток та зі спа-салонем: як працює перший в Україні готель для тварин. URL: <https://shotam.info/bez-klitok-i-z-spa-salonom-iak-pratsiuie-pershyy-v-ukraini-hotel-dlia-tvaryn/>
5. Готель для тварин Dog & Cat Club Hotel. URL: <https://dogcathotel.com/about/hotel/>
6. Котоготель «Mur Meow». URL: <https://murmeow.com.ua/cats-hotel-mur-meow/>

Шкляр Ольга Анатоліївна

студентка VI курсу факультету дизайну

Київської державної академії імені Михайла Бойчука.

E-mail: shkliar.o.a.1998@gmail.com

ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТОРГІВЕЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ШЛЯХОМ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДЕКОРУВАННЯ

Торговельними об'єктами є магазин, який може бути: за товарною спеціалізацією — продовольчим, непродовольчим, змішаним; за товарним асортиментом — універсальним, спеціалізованим, вузькоспеціалізованим, комбінованим; за методом продажу товарів — з індивідуальним обслуговуванням, самообслуговуванням, торгівлею за зразками або через торговельні автомати [1].

Незаперечним є той факт, що від того, яке враження залишиться у покупця від відвідування магазину, залежить, чи стане дана особа постійним гостем. Постає актуальне питання: чим же можна привабити покупця крім

проведення рекламних кампаній та надання знижок? Безумовно, оригінальним дизайном інтер'єру і зручною системою експонування товару. Крім незабутнього образу, інтер'єр магазину створює комфортну атмосферу, необхідну для успішної взаємодії з покупцем. Вплив інтер'єру на покупця очевидний, це і зростаюча конкуренція серед магазинів і торгових центрів, і значна роль оформлення магазину у формуванні іміджу компанії. А найголовніше, як показують дослідження, кількість відвідувачів магазинів швидко збільшується. Це означає, що імідж і неповторний стиль магазину грають дедалі більшу роль в залученні нових клієнтів і підвищення лояльності існуючих.

Декоративне оформлення сучасних магазинів дуже різноманітне — від простого, стриманого стилю до використання найрізноманітніших декоративних матеріалів і прикрас. Декоративне оформлення може відображати чи підкреслювати перевагу тих чи інших товарів у асортименті [2].

Торгівельний заклад на прикладі компанії ТОВ Сільпо-ФУД, тематичні магазини та супермаркети компанії. Сільпо (укр. Сільпо) - українська мережа магазинів самообслуговування. Заснована в 1998 році.

Супермаркети «Сільпо» - це магазини самообслуговування, асортимент яких налічує до 20 тис. Найменувань продуктів харчування і супутніх товарів залежно від величини торгової площі об'єкта. На Україні «Сільпо» є однією з найбільш великих торгових мереж. 14 лютого відкрився 238-й супермаркет мережі. Вони є в кожній області України. Мережа супермаркетів «Сільпо» входить в торгово-промислову групу компаній України - «Fozzy Group».

Середня площа магазину становить 1200 м². Асортимент орієнтований в основному на продукти харчування, хоча у великих магазинах є також багато допоміжних товарів - побутова хімія, іграшки, а також дрібна побутова техніка [3].

Сучасний розвиток і досягнення науки і техніки засвідчують про великі можливості зміни **предметно-просторового середовища** інтер'єру певних

приміщень, тобто об'ємів. Коротко розглянемо сучасні інноваційні засоби трансформації предметно-просторового середовища. На сьогоднішній день існують фірми, які спеціалізуються на створенні автоматичних систем і статичних предметів інтер'єру із скла, алюмінію і нержавіючої сталі для тих, хто любить використовувати модні новинки та **інновації** в оформленні інтер'єру, що поєднують в собі зручність, практичність, ексклюзивний дизайн і бездоганну якість.

Інновації у дизайні інтер'єрів приміщень у більшій мірі стосуються широкого використання властивостей скла, сучасної техніки (плазмових панелей, LCD телевізорів і т.д.), автоматичних систем, механізмів для обертання певних елементів (подіумів і т.д.) а також світлодіодного освітлення. Тобто мова йде про створення так званого „динамічного " інтер'єру певного приміщення, як об'єкту з максимальним комфортом для користувача, що може змінюватись і трансформуватись [4].

Висновки.

Інновації у дизайні інтер'єрів приміщень у більшій мірі стосуються широкого використання властивостей скла, сучасної техніки (плазмових панелей, LCD телевізорів і т.д.), автоматичних систем, механізмів для обертання певних елементів (подіумів і т.д.) а також світлодіодного освітлення.

Магазин-трансформер, який буде змінювати свій дизайн інтер'єру два рази на рік, завдяки новим та сучасним технологіям розробити мобільний дизайн, який не набридне одноманітністю покупцям й робітникам. Трансформації можна досягти мобільністю декору, меблів, матеріалів оформлення інтер'єру.

Список використаних джерел

1. [Електронне джерело] Урядовий портал України. - <https://www.kmu.gov.ua/npas/39919996>

2. [Електронне джерело] Інтер'єр магазину як складова успіху організації торговельного процесу.
http://www.rusnauka.com/33_OINXXI_2014/Economics/6_179280.doc.htm
3. [Електронне джерело] Вікіпедія/ визначення поняття/ Сільпо торгова мережа.- [https://uk.wikipedia.org/wiki/Сільпо_\(торгова_мережа\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Сільпо_(торгова_мережа)).
4. [Електронне джерело] Інновації у сучасному дизайні предметно-просторового інтер'єру.-
<http://investycii.org/investuvanya/konferentsiji/problems-formuvanya-ta-rozvytku-inovatsijnoji-infrastruktury/inovatsiji-u-suchasnomu-dyzajni-predmetno-prostorovoho-seredovyscha-inter-jeru.html>.

УДК 378.14 : 658.2

Роман ПАЛЕХА

м. Київ

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ «ПРОМИСЛОВЕ І ЦИВІЛЬНЕ БУДІВНИЦТВО»

В контексті технологічного прогресу в галузі будівництва питання формування професійної компетентності майбутніх фахівців за спеціальністю «промислове і цивільне будівництво» набувають особливої актуальності. В зв'язку з чим потребують особливої уваги формулювання основних завдань в системі вищої професійної освіти за цим напрямом, з основними акцентами щодо формування сучасної творчої особистості, яка здатна вирішувати комплексні проектні завдання, що містять сучасні інноваційні підходи, а також здійснювати весь проектно-технологічний

процес на високому професійному рівні.

Актуальним є потреба в інноваційній та творчій складових у вищій професійній освіті, її орієнтації на формування інноваційного освітнього середовища як чинника професійного становлення майбутніх фахівців за спеціальністю «промислове і цивільне будівництво».

Аналіз наукових робіт, в яких висвітлені питання формування професійної компетентності майбутніх фахівців в галузі свідчить про недостатню розробленість концептуальних засад вищої професійної освіти за цим напрямом в Україні. Поза увагою вчених залишилася проблема формування професійної компетентності у теорії і практиці підготовки за напрямом підготовки «промислове і цивільне будівництво» у вищих навчальних закладах України. На сьогодні не обґрунтовано склад і структуру професійної компетентності майбутніх фахівців у галузі будівництва, не систематизовано критеріїв формування професійних компетентностей з позицій кваліфікаційних вимог, не побудовано структурно-логічну схему професійної підготовки за напрямом «промислове і цивільне будівництво», не визначено умови ефективного формування професійної компетентності майбутніх фахівців за цим напрямом, не побудовано концептуальної моделі такої підготовки, не обґрунтовано систему показників та критеріїв сформованості професійної компетентності.

Отже, актуальними є обґрунтування та розробка теоретичних і методичних засад професійної підготовки майбутніх фахівців за напрямом «промислове і цивільне будівництво» у вищих навчальних закладах України з урахуванням історичного досвіду вітчизняних та зарубіжних професійних шкіл та питання формування їх професійної компетентності.

ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ФІНАНСІВ ДО ЗАСТОСУВАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ СИСТЕМ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

На основі аналізу наукової та професійної літератури, нормативних документів і узагальнення досвіду професійної підготовки майбутніх фахівців з фінансів визначено, що світовими тенденціями розвитку освітньої галузі є: розширення меж використання нових інформаційних технологій в освітньому процесі; поява принципово нових засобів навчання (освітніх середовищ, навчальних систем, інтерактивних засобів тощо); широке використання мультимедійних навчальних систем у професійній підготовці; формування основ інформаційної культури при вивченні різних освітніх предметів, що потребує модернізації підготовки майбутніх фахівців з фінансів. Це зумовило здійснення аналізу науково-методологічних понять дослідження, проведеного із урахуванням положень виділених наукових підходів – системного, компетентнісного, особистісно орієнтованого, технологічного тощо.

На основі проведеного аналізу з'ясовано, що готовність майбутніх фахівців з фінансів до застосування мультимедійних навчальних систем у професійній діяльності виявляється у сукупності спеціальних компетентностей, стійкому мотиваційному компоненті, здатності оцінювати рівень професійної підготовки, а також ефективності впровадження мультимедіа в умовах багатопредметної й поліфункціональної професійної діяльності в процесі професійної підготовки, спрямованість освітнього середовища в інформаційно-комунікаційний базис.

Формування готовності майбутніх фахівців з фінансів до застосування

мультимедійних систем – це комплексний педагогічний процес, в основу якого покладено методику формування професійних компетентностей та особистісних характеристик майбутнього фахівця з фінансів, що формуються з використанням сукупності мультимедійних засобів під час професійної підготовки в закладі вищої освіти. Під час аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду у сфері мультимедійної підготовки фахівців професійної галузі за цим напрямом визначено провідні тенденції у цій сфері. Це зумовило розгляд процесу формування готовності майбутніх фахівців з фінансів до застосування мультимедійних навчальних систем у професійній підготовці на основі сучасних наукових підходів: системного, компетентнісного, особистісно орієнтованого, діяльнісного, технологічного тощо.