

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені М. П.
ДРАГОМАНОВА
ФАКУЛЬТЕТ ПЕДАГОГІКИ І ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА

Пояснювальна записка

до дипломного проекту бакалавра

на тему:

**РОЗРОБКА ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПРИКЛАДНІЙ ГРАФІЦІ
ТА МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ЇЇ ОСНОВАМ УЧНІВ ЗАКЛАДІВ
ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ**

Текст містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело



Виконала: Нікитенко Катерина Іванівна
студентка 4 курсу, групи 40 ОМ
напрямку підготовки (спеціальності)
023 Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація

Керівник: Шалварова К. С., старший викладач
кафедри образотворчого мистецтва
Національного педагогічного
університету імені М. П. Драгоманова



Рецензент: Карпенко В.І., старший викладач
кафедри образотворчого мистецтва
НПУ імені М.П. Драгоманова



КИЇВ – 2020

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені М. П. ДРАГОМАНОВА**

Факультет педагогіки і психології

Кафедра образотворчого мистецтва


Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Напрямок підготовки 02 Культура і мистецтво

**Спеціальність 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво,
реставрація**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

 професор Шевнюк О.Л.

“ ___ ” **29 жовтня** 20**20** року

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ СТУДЕНТУ**

Нікитенко Катерина Іванівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи (проекту) Розробка друкованої продукції в прикладній графіці та методика навчання її основам учнів ЗССО

керівник роботи (проекту) Шалварова Катерина Станіславівна старший викладач кафедри образотворчого мистецтва НПУ імені М.П.Драгоманова
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом від “29” жовтня 2019 року № 2

2. Строк подання студентом роботи (проекту) **30 квітня 2020 року**





3. Вихідні дані до роботи (проекту) _____

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

- простежити історичні особливості розвитку айдентики;
- систематизувати вітчизняний досвід у розробці фірмового стилю;
- здійснити аналіз аналогів і прототипів в айдентиці державних установ;
- виокремити етапи власної роботи по створенню фірмового стилю для кафедри;
- визначити місце навчання основам прикладної графіки в художньому розвитку учнів ЗССО;
- розробити та обґрунтувати систему завдань навчання учнів ЗССО основам прикладної графіки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Програмне забезпечення Adobe Photoshop та Adobe Illustrator


6. Консультанти розділів роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Шалварова К.С. ст викл. каф. обр. мис. НПУ імені М.П. Драгоманова		
2	Шалварова К.С. ст викл. каф. обр. мис. НПУ імені М.П. Драгоманова		

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	Затвердження теми дипломного проекту	жовтень	викон.
2.	Збір теоретичного, практичного та творчого матеріалу до дипломного проекту	листопад	викон.
3.	Затвердження ескізів дипломного проекту	березень	викон.
4.	Творча робота над дипломним проектом	березень	викон.
5.	Формулювання висновків дипломного проекту	квітень	викон.
6.	Попередній захист проекту	травень	викон.

7. Дата видачі завдання **2 вересня 2019 р.**

Студент  _____ **Нікитенко К. І.** _____
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи (проекту)



Шалварова К.С. старший викладач

(підпис)

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, вчене звання)

Примітки:

1. Форму призначено для видачі завдання студенту на виконання дипломної роботи (проекту) і контролю за ходом роботи з боку кафедри і директора інституту (декана факультету).
2. Розробляється керівником дипломної роботи (проекту). Видається кафедрою.
3. Формат бланка А4 (210 × 297 мм), 2 сторінки

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені М. П. ДРАГОМАНОВА
ПОДАННЯ
ГОЛОВІ ДЕРЖАВНОЇ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ
ЩОДО ЗАХИСТУ ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТУ

Направляється студент *Нікитенко К. І.*

(прізвище та ініціали)

до захисту дипломної роботи (проекту)

за напрямом підготовки **02 Культура і мистецтво**

спеціальністю **023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво,
реставрація**

на тему: *Розробка друкованої продукції в прикладній графіці та методика
навчання її основам учнів ЗССО*

(назва теми)

Дипломний проект і рецензія додаються.

Декан Факультету



проф.Олефіренко Т.О.

(підпис)

Довідка про успішність

Нікитенко К.І.

(прізвище та ініціали студента)

за період навчання на факультеті педагогіки та психології з 20____ року до
20____ року повністю виконав навчальний план за напрямом підготовки,
спеціальністю з таким розподілом оцінок за:

національною шкалою: відмінно __26,2_%, добре _71,4_%, задовільно _2,4_%;

шкалою ECTS: A 26,2%; B 42,9%; C 28,6%; D 0%; E 2,4%.

Секретар факультету

С. Савченко *Адамченко Л.О.*
(підпис) (прізвище та ініціали)

Висновок керівника дипломної роботи (проекту)

Студент (ка) Нікитенко Катерина Іванівна дуже сумлінно підійшла до виконання завдань дипломної роботи. В процесі написання теоретичної частини вивчила велику кількість сучасних он-лайн джерел та обробила їх. Дослухалася до зауважень та побажань керівника, постійно консультувалася, виправляла помилки, що позитивно вплинуло на результаті роботи

Керівник роботи (проекту) _____



(підпис)

“20” травня 2020 року

Висновок кафедри про дипломну роботу (проект)

Дипломний проект розглянуто.

Студент: *Нікитенко К. І.*

(прізвище та ініціали)

допускається до захисту даного проекту в Державній екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри

образотворчого мистецтва _____



професор О.Л.Шевнюк

Примітки:

1. Зазначаються дані щодо навчальних досягнень студента за період навчання у вищому навчальному закладі, висновок керівника дипломної роботи (проекту) та висновок кафедри про дипломну роботу (проект).

Формат бланка А5 (148×210 мм), 2 сторінки.

ВІДГУК НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Нікитенко Катерини Іванівни

(Прізвище, ім'я, по-батькові)

Зі спеціальності 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво,
реставрація _____

ОКР бакалавр

Тема дипломної роботи

РОЗРОБКА ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПРИКЛАДНІЙ ГРАФІЦІ ТА
МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ЇЇ ОСНОВАМ УЧНІВ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ
СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

Матеріали комп'ютерна графіка

1. Актуальність теми дипломної роботи визначається необхідністю ознайомлення
учнів з сучасними напрямками розвитку графічного дизайну, з особливостями
роботи по створенню друкованої графічної продукції та з її складовими, а
також розвитку в учнів специфічного художньо-конструктивного,
дизайнерського мислення

2. Позитивні якості роботи

Теоретична частина дипломної роботи Нікитенко Катерини Іванівни висвітлює
сучасні тенденції оформлення друкованої продукції і створення фірмового
стилю, розкриває шляхи навчання основам прикладної графіки учнів
загальноосвітніх шкіл. Розроблено завдання для учнів, що можуть активно
зацікавити їх цим сучасним видом мистецтва.

Практична робота виконана в сучасній стилістиці плаского дизайну, має
яскраве, мажорне колірне вирішення, цікавий геометризований дизайн і може

використовуватись у закладах художньої освіти в якості графічної ідентифікації.

3. Практична цінність висновків і рекомендацій

Розроблені рекомендації можуть бути впроваджені в процес образотворчого навчання дітей у закладах загальної середньої освіти, а також можуть бути продуктивно використані з метою удосконалення кваліфікації вчителів мистецьких дисциплін.

4. Наявність недоліків

В теоретичній частині роботи система завдань для ознайомлення учнів з мистецтвом прикладної графіки могла б бути більш об'ємною.

4. Загальна оцінка роботи Як теоретична так і практична робота студентки заслуговує високої оцінки.

Науковий керівник

Старший викладач кафедри образотворчого мистецтва НПУ імені М.П.

Драгоманова



(підпис)

Шалварова К.С.

(прізвище, ініціали)

«20» травня 2020 р.

РЕЦЕНЗІЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Ніkitенко Катерини Іванівни

(Прізвище, ім'я, по-батькові)

зі спеціальності 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація
ОКР бакалавр

Тема дипломної роботи РОЗРОБКА ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПРИКЛАДНІЙ ГРАФІЦІ ТА МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ЇЇ ОСНОВАМ УЧНІВ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

1. Висновок про ступінь відповідності виконаної роботи дипломній кваліфікації і профільуючій спеціальності: бакалаврська робота відповідає всім вимогам таких наукових робіт. Має понятійний апарат, всі його складові: актуальність, об'єкт, предмет, мету, завдання, які під час наукового дослідження виконані.

2. Перелік позитивних якостей роботи (з виділенням елементів творчості)

Студентка у даній науково-практичній роботі розробила та обґрунтувала методичку навчання розробки друкованої продукції в прикладній графіці у закладах загальної середньої освіти, де простежила історію та розвиток айдентики, проаналізувала сучасні тенденції фірмового стилю в Україні. Розглянула мету та зміст навчання основам прикладної графіки на заняттях з образотворчого мистецтва в закладах загальної середньої освіти, та розробила систему завдань для практичного ознайомлення учнів з основами прикладної графіки у закладах загальної середньої освіти.

Практична робота – це розробка фірмового стилю для кафедри образотворчого мистецтва, виконана на високому професійному рівні з урахуванням всіх вимог до такої роботи. Має загальну єдність стилю та м'який колорит. Цікаво поєднано три кольори, оригінально подано графічну розробку стилю.

3. Перелік основних недоліків роботи

В теоретичній частині бажано було б доповнити та розширити наповнення уроків, проте рамки дипломного дослідження не дозволяють це зробити.

4. Загальна оцінка роботи

Робота виконана на високому рівні і заслуговує високої оцінки.

5. Висновок про можливість присвоєння випускнику кваліфікації

Бакалаврська робота може бути представленою на захист, а студентка заслуговує присвоєння освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

Рецензент



(підпис)

Карпенко В.А

(прізвище, ініціали)

Старший викладач кафедри образотворчого мистецтва Національного Педагогічного Університету імені М. П. Драгоманова

(вказати вчений ступінь, наукове звання, посада та місце роботи)

«26» травня 2020 р.

Довідка
про результати антиплагіатної перевірки бакалаврської роботи

Комісією з академічної етики кафедри образотворчого мистецтва Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова здійснено перевірку бакалаврської роботи на тему:

**Розробка друкованої продукції в прикладній графіці та
методика навчання її основам учнів ЗЗСО**

Тема бакалаврської роботи затверджена на засіданні Вченої ради факультету педагогіки і психології, протокол №2 від 29 жовтня 2019р.

студентки (та) 4 курсу спеціальності 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація щодо дотримання норм академічної етики.

ІПП студента Нікітенко К.

За результатами аналізу роботи та аналізу звіту подібності, який було згенеровано системою виявлення збігів/ідентичності/схожості компанії UNICHECK, комісія дійшла до наступного висновку (*вибрати один з варіантів*):

1) Комісією *не виявлено* академічного плагіату. Дана бакалаврська робота може бути допущена до захисту на засіданні Екзаменаційної Комісії.

2) Комісією *частково виявлений (11%) академічний плагіат*, а саме порушення процедури цитування наукових джерел. Дана бакалаврська робота може бути допущена до захисту на засіданні Екзаменаційної Комісії.

3) Комісією виявлено академічний плагіат (обґрунтування факту академічного плагіату додається). Дана бакалаврська робота не може бути допущена до захисту на засіданні Екзаменаційної Комісії.

4) Інше

Голова комісії

Секретар комісії

Шевнюк О.Л.
(прізвище, ініціали)

Сова О.С.
(прізвище, ініціали)

Дата 14 травня 2020 р.

ДИПЛОМ БЕЗ ДОДАТКІВ

Завантажено: 05/11/2020 | Переглянуто: 05/11/2020

Matches Цитата Використані джерела Залива слайди



Matches

Веб джерела 131

1	ua.depositphotos.com https://ua.depositphotos.com/trends2020	1.63%
2	designtalk.club https://designtalk.club/uchebnyj-obraz-vedyazh-a-jentyky-ministerstva-ovity-i-nauky-ukrayny/	1.42%
3	mon.gov.ua http://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20osvitya%20programy-1-4-klas%20obrazovche-mistecтво-1-4-klas.doc	0.98%
4	samzan.ru http://samzan.ru/15153	0.91%
5	docplayer.net https://docplayer.net/58924951-Obrazovche-mistec.twimg-1-4-klas-zagalnoosvitnib-nachalni-zakladiv.html	0.86%
6	lb.knau.kharkov.ua http://lb.knau.kharkov.ua/bibliotek/2010-yogani-gutenberg-vnahditi-knigodrukuvannya.html	0.81%
7	vseosvita.ua https://vseosvita.ua/forum/metodika-vikonanni-dekorativno-ofornivanni-robi-v-pocatkovi-skol-184515.html	0.75%
8	telegraf.design https://telegraf.design/news/depositphotos-ka-kreatyvni-agenstva-2-urogo-ovtu-suzvaly-vizualni-trendy-2020-roku/	0.67%
9	infopedia.su http://infopedia.su/3c2e34.html	0.67%
10	zosh2-borok.at.ua http://zosh2-borok.at.ua/prozofosiv/bje_programa.doc	0.56%

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. АЙДЕНТИКА ЯК НАУКА І МИСТЕЦТВО.....	6
1.1. Історичні аспекти зародження айдентики	6
1.2. Аналіз сучасних тенденцій фірмового стилю в Україні.....	14
1.3. Творча робота над розробкою фірмового стилю для кафедри образотворчого мистецтва, композиційним і колористичним вирішенням.....	19
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ПРИКЛАДНІЙ ГРАФІЦІ УЧНІВ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ	22
2.1. Мета і зміст навчання основам прикладної графіки на заняттях з образотворчого мистецтва в закладах загальної середньої освіти.....	22
2.2. Система завдань для практичного ознайомлення учнів ЗЗСО з основами прикладної графіки.....	26
ВИСНОВКИ	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	33
ДОДАТКИ.....	36

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі друкована продукція – один з найважливіших засобів масової інформації, що допомагає людині впорядкувати її, зробити максимально зрозумілою і зручною для сприйняття. Завдяки доступності, популярності та масовості зміст, візуальний образ, колір друкованої продукції активно впливають не тільки на суспільну думку людей, але й на їх естетичні смаки.

Серед задач, з якими зустрічається дизайнер - розробник поліграфічної продукції, є створення фірмового стилю для різних закладів, установ, компаній та фірм. В процесі розвитку форм і принципів створення візуального образу фірм, самостійним напрямком графічного дизайну стає айдендика.

Під айдентикою розуміють набір засобів для вирішення таких завдань як: ідентифікація, виділення та візуалізація образу компанії, фірми чи закладу, до яких можна віднести композицію, типографіку, колір, образність, ієрархію, стиль та інше, що об'єднані єдиною ідеєю та стилістикою.

Мистецтво створення єдиного образу бере свій початок від написів на стінах, які в свою чергу слугували знаками або відігравали роль умовних позначень. Масштабним прикладом є орнаменти на побутових речах, одязі та домівках які створювали унікальний візуальний образ племені. Поступово прийом візуальної ідентифікації почали використовувати окремі люди, для продажу свої послуг та товарів маркером якого слугувало клеймо або етикетки власноруч розроблені переважно власниками послуг. Так поступово з розвитком друку можливість транслювати свою візуальну уніфікацію розширилася, зі свого боку власники почали залучати до розробки власного фірмового стилю художників, завдяки цьому з'явилася нова професія більш відома як графічний дизайнер.

Не зважаючи на те, що фірмовий стиль існує вже декілька тисячоліть, це відносно нова наука яка набуває свого розвитку з кожним днем, поєднуючи нові

технології та програми з основними графічними засобами, принципи яких вже пройшли перевірку часом.

Актуальність теми дипломної роботи визначається необхідністю ознайомлення учнів з сучасними напрямками розвитку графічного дизайну, з особливостями роботи по створенню друкованої графічної продукції та з її складовими, а також розвитку в учнів специфічного дизайнерського мислення.

У дипломній роботі представлено історичні передумови розвитку фірмового стилю як науки та виду мистецтва починаючи від давніх часів, до сьогодення. Основним джерелом інформації слугувала книга «Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів» Стівена Геллера та Сеймура Кваста [5].

Мета дослідження — розробити та обґрунтувати систему завдань навчання учнів основам прикладної графіки в закладах загальної середньої освіти.

Завдання дослідження:

- простежити історичні особливості розвитку айдентики;
- систематизувати вітчизняний досвід у розробці фірмового стилю;
- здійснити аналіз аналогів і прототипів в айдентиці державних установ;

- виокремити етапи власної роботи по створенню фірмового стилю для кафедри;
- визначити місце навчання основам прикладної графіки в художньому розвитку учнів закладів загальної середньої освіти;
- розробити та обґрунтувати систему завдань навчання учнів закладів загальної середньої освіти основам прикладної графіки.

Об'єкт дослідження — процес навчання прикладної графіки учнів в закладах загальної середньої освіти.

Предмет дослідження — методика навчання основам прикладної графіки в закладах загальної середньої освіти.

Для розв'язання поставлених задач були використані такі методи: історичний — для виявлення умов появи фірмового стилю; узагальнення — для визначення основних тенденцій в айдентиці; системно-структурний — для виявлення структурам системи навчання основам прикладної графіки; спостереження — для дослідження тенденцій фірмового стилю; аналіз — для розгляду основних етапів створення айдентики; опитування — задля отримання інформації про айдентику в дизайн середовищі.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження:

- описано динаміку творчого і композиційного пошуку і процесі розробки фірмового стилю для кафедри;
- визначено місце навчання основам прикладної графіки в художньому розвитку учнів закладів загальної середньої освіти;
- розроблено систему завдань для ефективного навчання основам прикладної графіки учнів в закладах загальної середньої освіти.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробленні рекомендацій щодо впровадження в закладах загальної середньої освіти системи завдань з основ прикладної графіки, яка може бути продуктивно використана з метою удосконалення кваліфікації вчителів мистецьких дисциплін, процесу образотворчого навчання дітей, збагачення методичної складової художньо-педагогічної практики, а також професійної підготовки майбутніх учителів образотворчого мистецтва.

РОЗДІЛ 1. АЙДЕНТИКА ЯК НАУКА І МИСТЕЦТВО

1.1. Історичні аспекти зародження айдентики як науки

Мистецтво мислити образами було присутнє людям з початку зародження ремесла. Витоки айдентики глибоко вкорінені у мистецтво, ремесло та архітектурну практику. Перші зафіксовані свідчення візуальної комунікації – це піктограми та символи, знайдені у печерах Ласко на півдні Франції (15 000-10 000 років до н.е.) (Додаток Б) [9].

На думку дизайнерки та письменниці Деббі Мілман, древні люди створили символи, які певним чином надавали пояснення тій чи іншій релігії, вона зазначає, що таким способом мислення ми виготовили фірмовий стиль для того, що має для нас важливе значення, а саме – релігія.

Древні люди зберігали інформацію написами та малюнками, вони намагалися відобразити сценки з їхнього побутового життя, полювання. При створенні предметів побуту окрім надання їм певної форми, ці предмети позначали характерним орнаментом або рисунком. Завдяки цьому ми можемо візуально розпізнати особливості племен. Зокрема в Месопотамії села володіли ремеслами та певними видами послуг, що спонукало їх створити візуальну ідентифікацію, задля встановлення власника або виробника при виникненні проблем чи при повторних покупках. Засобом ідентифікації виступала печатка, яка була створена у формі циліндру, на поверхні вирізали зображення та письмо потім по вологій глині нею прокатували і утворювався унікальний відбиток котрий не можна було підробити. Під час подорожі древній історик Геродот писав, що кожен вавилонянин носив з собою печатку як браслет, та відбитки її можна було спостерігати навіть на ручках у дверей. Ранні печатки мали зображення простих орнаментів, тварин або міфічних істот, а з подальшим розвитком – нескладні сюжети, або історії власника, а також геральдичні символи [29].

Розквіту мистецтво геральдики набуває в період середньовіччя в Європі. Спочатку це були особисті знаки лицарів, а згодом феодальні двори створювали

свій власний герб та кольорове вирішення, ці мотиви вони використовували в одязі, в прапорах, посуді, зброї, побутових речах та навіть інтер'єру в замку, широкого використання герб набуває у печатках, що позначало достовірність документу [11]. З часом герби стали своєрідними символами незалежності територій, міст та навіть держав. Подальший розвиток геральдики пов'язаний з хрестовими походами та турнірами, оскільки герби виступали маркером та були широко вживаними. З часом створили систему, котра трактувала символи. В своїй книзі “Геральдика світу” Ольга Бортник та Ігор Разько зазначають, що основою герба є щит. Він має різну форму та назви, найпоширенішими є трикутна, напівкругла, овальна; кольори поділяють на метали (золото, срібло) та фініфті або емалі (червоний, синій, зелений, чорний). Кожен образ, колір, та навіть форма мають своє значення і трактування. Хоча, початково герби були створенні для презентації свого роду, згодом виникає такий вид як корпоративні герби, які використовують ремісничі цехи та торгівельні гільдії [6].

Історія виникнення фірмового стилю безпосередньо пов'язана з розвитком торгівлі. Приблизно в цей час розвиток торгових відносин виходить на новий рівень, ремісники потребували чіткого значка який би допоміг їм ідентифікувати їх серед інших ремісничих. Компактною позначкою ідентифікації виступає клеймо – прообраз сучасного логотипу. Невеличке графічне зображення наносили на тварин, предмети побуту, упаковках, товарах і т. д. Більшість знаків були текстові, науковці розшифрували їх як імена власників або назва майстерні в котрій був виготовлений виріб. Одним з найпопулярніших було гончарне клеймо FORTIS (Додаток В) яке неодноразово підробляли [4].

Проте найважливішим винаходом для історії графічного дизайну є процес книгодрукування. Близько 1450 року у Страсбурзі Йоган Гутенберг та його компаньон Андреас Дрітцен почали займатися дослідженням можливостей книгодрукування. У науковців є підозри, що вже тоді у них був експериментальний станок, адже не збереглося точних вказівок в документах.

Ще 1440 роком датуються перші друковані дослідження під назвою «Граматика латинської мови» Елія Доната, астрологічний календар і папські індульгенції [2].

Знаменитим витвором є Біблія Гутенберга яка служить точкою відліку в історії друкарства. Принцип дії верстата Гутенберга такий: із заліза вирізується модель букви – пуансон. Потім пуансон накладають на м'який метал, мідь наприклад, і отримують зворотне зображення букви – матрицю. Матрицю заливають свинцем або оловом і отримують літеру. Щоб набрати слово або текст, треба взяти лінійку з бортами – верстатку – і набрати на ній літери. Отриманий рядок кладуть під прес на лист паперу і проводять відтиск. Завдяки рухливості літер можна викласти необмежену кількість тексту, та вносити до нього зміни. Пуансон можна використовувати багато разів [2].

Після цього можливість в передачі інформації на фізичних носіях стала в рази дешевшою, почалося масове друкування але в чорно білому варіанті, тому художникам доводилося власноруч розмальовувати ілюстрації. Більш ніж триста років потому француз Якоб Крістоф Леблон, експериментуючи з змішуванням кольорів, створить три кольорові пластини - червоного, жовтого та синього кольорів, отримавши таким чином королівський патент на створення кольорового друку. В своїй роботі Леблон використовував метод меццо-тінто, а саме – гравірування трьох чи чотирьох металевих пластин [16]. Таким чином Леблон є родоначальником кольорової моделі СМҮК, в процесі якого фарби наносять на папір по черзі, створюючи плавні переходи кольору.

Завдяки цим двом важливим винаходам та промисловій революції яка зумовила надлишкове виробництво, у період Вікторіанської епохи починається просування своїх товарів та послуг завдяки друкованій рекламі. Цей період беруть за точку відліку у графічному дизайні та айдентиці автори книги «Графічні стилі. від вікторіанців до хіпстерів» та за сумісництвом дизайнери Стівен Геллер та Сеймур Кваст. Саме тоді набуває поширення комерційне мистецтво – реклама.

Вікторіанський стиль зародився в Англії, але він потужно вплинув на Америку та європейські центри торгівлі. З 1845 року швидкісні друкарські машини створювали в значних обсягах рекламну друковану продукцію, таку як афіші, плакати, листівки. Їх була така кількість, що вони заповнили вулиці міст, ними було обліплено всі стіни. Характерними рисами цього напрямку є любов до орнаменту але це несе за собою невміння відрізнити дизайн від оздоблення, груба манера щодо створення малюнків та роботи з типографією. В той час мало хто звертав уваги на якісну роботу з шрифтами, адже якщо складальнику бракувало якоїсь літери він просто замінював її на схожу за формою [5]. Не дивлячись на це, саме в цей період характерне зародження легендарних декоративних шрифтів таких як Bodoni та Didot. Завдяки вікторіанському стилю започаткувалися стандарти щодо оформлення друкованої продукції та розробка шаблонів.

Реклама почала стрімко розвиватися, масовий друк допоміг експериментувати зі стилями та техніками, типографією, композицією. Завдяки течії під назвою «Рух мистецтв та ремесл» в роботу над створенням реклами почали підключатися художники. Зокрема відомою постаттю є Вільям Моріс, який вважав, що суспільство неспроможне створити гарний дизайн, і для цього ми потребуємо окремі професії. Моріс боровся за спроможність художника працювати над такими об'єктами як стілець, шпалери та друкована продукція.

В цей час художники надихаються готичними манускриптами й настінними гобеленами. У статті опублікованій 1899 року в журналі The International Studio Аймер Валланс коментувавши дизайн Селвіна Імейдж висловиться «Ще ніколи, до сучасного друкарства не ставилися як до серйозного мистецтва, що охоплює весь процес від вибору матеріалу, визначення міжрядкового інтервалу й розташування друкованого тексту на сторінці – і до оздоблення книжки титульними літерами та іншими декоративними елементами».

Історично першим фірмовим стилем в сучасному розумінні вважають роботу архітектора та графічного дизайнера Петера Бернса. Бернс був прихильником типографічних реформ та шрифтів без зарубок, один з перших хто використовував в своїх роботах модульну сітку для структурування. Його називають «першим промисловим дизайнером». У 1907 президент компанії Allegimaine Elektriciats-Gesellschaft (AEG) Еміль Ратенау найняв Бернса для розробки дизайну який включав в себе: графічну складову, дизайн будівель, офісних приміщень та продукції. Прийшовши в дизайн з графіки Беренс підходить до питання системно. Проектується не тільки продукція а й виробничі корпуси, виставкові павільйони, упаковка, транспорт, ділова документація, реклама і багато іншого. В результаті компанія АЕГ досягає монопольного становища на ринку (в той момент), а структура фірмового стилю, створеного Петером Беренсом стає зразковою і використовується дизайнерами аж до теперішнього часу (Додаток Г). Прийоми фірмового стилю Беренс будує на повторенні декількох елементів: кіл, овалів, шестигранників – і повної відмови від орнаменталізації і традиційних форм [12]. У процесі роботи за основу художник бере мистецтво античної Греції та Риму, але, замість копіювання, він віднайшов формальну мову гармонії та пропорцій, що дало змогу досягти єдності у візуальній стилістиці [29]. Така геометризація відображала технічну точність виробничих процесів. Він вважав, що об'єднання художників і майстрів промисловості може підняти функціональні та естетичні якості масового виробництва, особливо в недорогих споживчих товарах.

Розквітом айдентики як науки можна вважати 50-ті роки, після другої світової війни, коли досягнутий технологічний прогрес дозволяє поставити на масове виробництво об'єкти широкого вжитку, і з думкою «Хороший дизайн, хороший бізнес» починає свій розвиток корпоративний стиль. Телебачення та комп'ютери сповістили про початок інформаційної доби. Термін «корпоративні комунікації» замінив звичне «прикладне мистецтво» завдання дизайнерів, які працювали в корпоративних комунікаціях полягало в створенні й послідовному

застосуванні відповідних ідентифікаційних елементів та рекламних кампаній. Протягом 50-тих років візуальна ідентифікація вийшла далеко за межі символів чи товарних знаків. Корпорації усвідомили, що їм важко транслювати та підтримувати образи, а візуальна ідентифікація в змозі допомогти їм спроектувати систему, що допоможе задіяти корпоративні сили і досягти мети. Дизайн став головним способом формування репутації, якості та надійності.

Одним з найвидатніших корпоративних стилів є візуальна ідентифікація італійської компанії Olivetti. У 1936 році її директор Адріано Оліветті наймає у відділ реклами графіка Джованні Пінторі. У 1947 році Джованні розробив логотип для компанії, який був набраний малими літерами, та без зарубковим шрифтом завдяки чому ідентичність була досягнута не через програму систематичного дизайну, а через загальний візуальний вигляд рекламної графіки. Філософія Olivetti полягає у прагненні зробити будь-яку продукцію обов'язково красивою, фабричні будівлі будувати красивими, в найсучаснішому стилі. Навіть листи, ділова кореспонденція, яка входить від фірми, повинна бути витончено оформлені і написані з гарним літературним смаком – все повинно бути привабливим [22].

Пінторі відрізняється повсякденною і майже невимушеною якістю організації простору. Навіть у найскладніших конструкціях присутнє почуття простоти, адже він вміє поєднувати та структурувати елементи через ритм та роботу з простором. Цю складність потребувала публічності Оліветті у 40-х та 1950-х роках, фірма шукала імідж високих технологій для просування передового промислового дизайну та інженерії. Пінторі вмilo використовував спрощені графічні фігури для візуалізації механізмів та процесів. Його абстрактні конфігурації часто грайливо підказують функцію або призначення виробу що рекламується (Додаток Д).

Фірмовий стиль у 1960–70-х роках став необхідним для всіх корпорацій. Промислова революція поступилася місцем новому поколінню корпорацій у всьому світі, і вони застосували різні підходи що до представлення своєї

фірмової ідентичності. Не тільки розробка логотипів, а й стандарти бренду стали частиною повсякденного життя працівників і до найменшої деталізації описували, як компанія мала представити себе публіці.

Бренди почали вигадувати та віднаходити свій візуальний імідж, щоб адаптуватися до суспільства, яке було зосереджене на нових технологічних інноваціях та сучасних засобах спілкування, подорожах та розвагах. Від якості створення ідентичності бренду, від ефективності візуальних матеріалів часто залежав успіх компанії. Хоча протягом 60-х років ідентичність бренду була чимось важливим лише для великих корпорацій, завдяки розвитку та поширенню графічного дизайну вона знайшла місце в розвитку майже кожного бізнесу в усіх сферах сучасного суспільства [31].

Спостерігаючи за розвитком сучасної айдентики, ми завдячуємо легенді, а саме дизайнеру Полу Ренду, який зміг переконати бізнес систему в тому, що корпоративний дизайн це необхідна складова. Найвидатнішою роботою Ренда є логотип для ІМВ Марк Фаверманн сказав що «це була не просто айдентика, а базова філософія дизайна, котра пронизувала як корпоративну, так і суспільну свідомість». Також ІМВ називають «перехідним логотипом» – крок в сторону сучасного закону але ще не він. Для телеканалу Ренд створив пакування та рекламні матеріали, плакат Eye-See-M (Додаток Е) став своєю легендою графічного дизайну. Такий дизайн ще називають «старою школою» адже стилістика логотипів та знаків була виражена в монохромності, двомірності та відсутності складних візуальних ефектів. Конструктивні принципи, які були присутні стилю, стали такими через обмеження в інструментах та необхідністю існувати дизайну в друкованих носіях. Дизайнерами-легендами такого стилю є вище згаданий Пол Ренд, Сол Бас Мілтон Глейзер [1].

Пройшовши таким нелегким шляхом, мистецтво самоідентифікації та самопрезентації перетворилося в дещо більше, стало наукою, і отримало назву айдентика. Сьогодні під айдентикою ми розуміємо набір правил та рекомендацій завдяки яким ми можемо відтворити унікальний візуальний образ

компанії на будь-якому фізичному або цифровому носії [26]. Айдентика виділяє замовника в його галузі та допомагає фірмі бути впізнаваною в очах потенційних клієнтів завдяки візуалізації її образу. Складовими фірмового стилю є такі візуальні елементи, як логотип, фірмовий знак, фірмовий образ або обличчя фірми, фірмовий колір; елементи контакту з потенційними споживачами: вивіски, стенди, ручки, бланки, друковані матеріали; фірмовим звуком – фірмовий слоган, автовідповідачі на гарячій лінії та ін. Для створення якісної айдентики дизайнеру доводиться розбиратися в таких базових науках як композиція, кольорознавство та типографіка, основи поліграфії.

В багатьох фірмових стилях основним мотивом стає розробка логотипу. Логотип — графічний або текстовий символ, який представляє якийсь конкретний суб'єкт або об'єкт, наприклад — компанію, організацію, приватну особу або продукт [15]. Лого стає головним «червоним полотном» для бика, але воно не повинно ставати центральним у системі ідентичності. Навколо лого можна побудувати цілу історію символів та образів, які будуть одночасно викликати необхідну емоцію і асоціюватись з брендом компанії.

Міжнародні заходи, великі урядові суб'єкти та багатонаціональні корпорації, потребують комплексного підходу, розробленого графічними дизайнерами для управління інформаційним потоком. Айдентика досі є “точкою” для ідентифікації та знайомства з брендом. Візуальні комунікації в XX столітті вплинули на всі сфери культури, та стали однією з базових медіа способом передачі та трансформації інформації. Візуальна ідентичність набуває все більшого значення, адже ми живемо у цифрову епоху.

1.2. Аналіз сучасних тенденцій фірмового стилю в Україні

Через мінливість та неможливість передбачити моду майбутнього, для орієнтації в якому напрямку працювати наступні декілька місяців, існують тренди. Тренд від англійської «Trend» — напрямок, тенденція. Тренди найчастіше можна віднести до графічних систем, які здаються свіжими і неординарними. Шляхом творчого запозичення або переосмислення іншими дизайнерами, такі системи багаторазово повторюються в продуктах і концептах, що і породжує новий тренд або іншими словами «модність». Тренди в дизайні можуть бути продиктовані розвитком певних технологій і бажанням їх застосування в своїх продуктах, таких як, використання доповненої і віртуальної реальності. У роботі з візуальними мистецтвами, завдяки яким безпосередньо залежить успіх продукту, важливим є спиратися на тренди в галузі дизайну. Щороку тренди змінюються, і те, що нещодавно здавалось модним сучасним, стає застарілим та видає в роботі дизайнера прогалину в нерозумінні сучасних систем візуальної комунікації. Хоча багато дизайнерів прямо вказують на те, що слідування трендам тільки обмежує у роботі, ми не можемо погодитися з цією думкою. Адже тренди є одним з лейтмотивів в тій чи іншій сфері, року або цілої епохи. Тендом в епоху модернізму були акцидентні та рукописні шрифти, орнамент який займав більшу площину композиції та власноруч розроблені ілюстрації. Ігнорування трендів веде до того, що дизайн фірмового стилю стає банально не сучасним та не відповідає завданню виглядати стилістично і відповідно в галузі, в якій розроблений цей стиль. Інколи тренди або принципи в роботі можуть повертатися. Як приклад, в другій половині XX століття популярними стали чіткі конструктивні логотипи та рубані шрифти, колористичне вирішення, в складі якого були два-три основних кольори. Такі пріоритети напряму відсилають нас до системного підходу дизайну в епоху Баугаузу.

Напередодні нового року утворюються тематичні добірки з описом майбутніх трендів, їх можуть створювати журналісти, або трендсеттери —

фахівці котрі створюють актуальний дизайн і котрих наслідують, а можуть залучити цілі агентства – адже кому як не їм розбиратися в тенденціях. Як приклад, це зробили Depositphotos. Залучивши міжнародні агентства, вони попросили кожне висловити свою думку: на який тренд в майбутньому потрібно звернути увагу. На думку Depositphotos, якщо ми не будемо шукати тренди — вони неодмінно знайдуть нас.

Martin Holoubek з агенства PIXIT вважає, що в 2020 році слід очікувати повернення естетики Баугаузу. Художники і дизайнери надихаються цим стилем та інтерпретують його на сучасний лад. Стиль Баугаузу – це втілення принципу «менше значить більше». Він проявляється як у ручній роботі, живописі, архітектурі та типографіці, так і у веб і графічному дизайні. Це більше, ніж знайома всім естетика. У 2020 році Баугауз здатен надихнути і кинути виклик звичному ладу [3].

Натомість BBDO Warshaw рекомендує звернути свою увагу на бруталізм. Схожий у своїй простоті він тісно пов'язаний з архітектурою, але його стиль та ідеї захопили і цифровий світ також. Завдяки пильній увазі до архітектурного напрямку, в Instagram п'ять років тому бруталізм знову здобув визнання. Таким чином на тренди вже давно впливає наше життя в соціальних мережах. Сьогодні це бунтарський тренд, який просто виштовхує як дизайнерів, так і аудиторію із зони комфорту. Грубу естетику часто використовують у веб та графічному дизайні, і хоча бруталізм не завжди видається привабливим, він чудово вирізняється серед відполірованих макетів, зразкових композицій та універсальних художніх рішень.

Як би стрімко не розвивалась естетика футуризму, стільки років нас тримає один з основних трендів, який вже став законом гарного дизайну це – мінімалізм. Простота і функціональність не витрачає час користувача на роздуми. Мінімалізм розмовляє простими метафорами які допомагають донести ідею та думку максимально просто та влучно.

Інколи таке буває, що тренди можуть суперечити один одному. Так на противагу мінімалізму в цьому році актуальною є деталізація, яка в свою чергу може виступати як геометричним абстрактним орнаментом так і бути культурною відсилкою. Цей тренд можна прослідкувати в айдентиці Міністерства культури України, (Додаток Ж) над яким працював дизайнер та шрифтовик Кирило Ткачов. Дизайнер модернізував логотип, залишивши впізнаваність бренду. В його основі — орнамент українського художника-графіка та архітектора Василя Кричевського. Шрифт Culture Sans — був розроблений Андрієм Даценко з Element Agency та Кирилом Ткачовим спеціально для Міністерства культури України, але згодом перетворився на повноцінний шрифт з кирилицею та латиницею. Він поєднує автентичні риси українського шрифтового дизайну 50-60х років ХХ ст. та сучасні шрифтові тренди. Також дизайнер розробив ексклюзивний шрифт “Culture sans”, який існує у двох накресленнях – офіційному та мистецькому [17].

Не можемо не відмітити, що позитивний тренд в українському дизайні – залучати українських шрифтовиків до розробки не тільки логотипів, а й до створення шрифтів для замовника. У роботі над айдентикою для Національного Художнього Музею України Київське агентство Vanda залучило українського шрифтовика Дмитра Растворцева, який створив для них близько восьми накреслень NAMU Font. Ось як описує це дизайнер: «Зважаючи на те, що шрифт мав використовуватися в різних умовах, бути придатним для виразної акциденції, нейтрального суцільного набору чи навігації, зійшлись на тому, що в основному наборі (default) будуть букви звичного вигляду, а історизм та «українськість»– уже представити у додаткових наборах (альтернейти, stylistic alternates)» [27] (Додаток З) .

На думку арт директора Олега Фудунчака з ТОКІО branding design, це є трендом під назвою Font Only – широке використання типографіки в комунікації. Дизайнер Олександр Гусаков вважає, що цей тренд, який з одного боку про використання мінімальної кількості виразних засобів, а з іншого про

увагу до деталей. Адже на прикладі NAMU Font можна спостерігати неймовірну кількість елементів та декоративність, завдяки чому шрифт вже стає дизайн системою, яка вирізняє айдентику музею завдяки текстовій частині.

Своєрідним трендом можна вважати початок роботи з державними установами, нова влада прийняла та зрозуміла, що потрібно змінюватись не тільки зовні а й всередині. В минулому році багато дизайн агентств та бюро були залучені у роботі над візуальною частиною для державних установ. Зокрема, великий вклад зробив дизайнер Дмитро Буланов, який встиг попрацювати над розробкою айдентики для Міністерства Освіти і Науки України, айдентики для держслужби морського та річкового транспорту України, створити логотип для Нової Української Школи. У сумісництві з дизайнером та засновником школи Projector Олександром Трегубом, вони розробили айдентику для Міністерства Освіти і Науки. МОН немало єдиного стилю. Не були зафіксовані ані кольорова гама, ані шрифти, ані правила розміщення. Не існувало єдиного офіційного логотипу міністерства і одночасно використовувались декілька неофіційних. Це ускладнювало комунікацію і робило образ міністерства менш привабливим.

У новому дизайні центральними графічними елементами стали коло та схована між прямокутниками літера «Н» - цей ефект у психології називається «матеріалізація», він був відкритий психологами школи Гештальту і активно використовується в дизайні. Дмитро також застосовував його у розробці логотипу для Нової Української Школи. Творці нової айдентики сфокусувалися на трьох критеріях візуальної ідентичності: актуальність, цілісність, доречність. Згідно з ними, новий дизайн повинен відійти від застарілих образів і архаїчної естетики зі стрічками і печатками [19]. (Додаток И). Основний шрифт для айдентики розробляв шрифтовик Кирило Ткачов.

Ось так розшифровують творці логотип: «О – коло знань. Коли людина народжується, світ для неї є простором невідомого. Розвиваючись, вона все більше дізнається про світ, і створює своє коло знань і навичок. Зі збільшенням

кола знань, збільшується і периметр “незнання”, де відоме стикається з невідомим. На периметрі свого власного кола особа розуміє, як багато ще не знає. Отже, чим більше ми знаємо, тим більше ми не знаємо. Н – невичерпність пізнання. Науковий процес є пошуком нових істин. Істина завжди народжується в дискусії та експерименті. Вчені – це люди, які бачать більше за інших, саме вони пояснюють загадки світу. Істину не часто видно з першого погляду. У просторі між прямокутниками мозок домальовує букву “Н” від “Наука”» [20].

Київське бюро *spiilka design büro* внесло свій вклад в розробку візуальної ідентифікації для неформальної освіти. Зокрема кейс для дитячої школи “Майбутні”, який приніс їм міжнародну нагороду Red Dot, що є маркером якісного дизайну. У процесі виконання завдання бюро створило трьох маскотів школи, та розібравши на фігури звичний нам знак питання змогли комбінувавши їх та розробити елементи-стікери, якими можна було обклеювати будь-які картинки (Додаток К).

В роботі над айденікою для онлайн курсів 3D графіки Skullful, можна прослідкувати популярну тенденцію комбінування 3D графіки та рукописних шрифтів. Бюро взяло за основу черепів з 3D персонажів популярних фільмів, а обрамленням виступили цитати з тих же фільмів, слова із пісень та навіть стилістичні малюнки. В результаті відзнака глядачів на сайті Behance для показу своїх робіт різноманітних фахівців творчих професій.

Одна з недавніх робіт - ребрендинг школи комунікацій Bazilik. Основним візуальним елементом стала зірочка-виноска, яку в тексті використовують для додаткових пояснень. За допомогою цього рішення в *spiilka* хотіли показати, що Bazilik - це пояснення всього незрозумілого. За словами представників бюро, в новій айденіці вони хотіли передати суміш практичності і безтурботності. З технічної точки зору потрібно було представити гнучке рішення, яке дозволить використовувати фото і ілюстрації в різних стилях. Дизайнерка Анастасія Жеребецька обумовлює вибір цього елемента так: «ми вибрали зірочку-виноску як основний графічний знак і тим самим перетворили Bazilik в пояснення всього

незрозумілого. Крім звичних фірмових елементів, таких як кольори і шрифти, ми додали фірмову композицію, яка робить будь-який візуал «базиліковим». Ноги у мінімалізмі ростуть з емоційної суті бренду Bazilik: нам було важливо підкреслити, що це саме практична школа, яку цінують за корисну і доступну освіту в сфері комунікацій. Тому лаконічність і практичність – основа стилю» [1].

Український дизайн досить молода галузь, але вона вже вперто тримається на ногах та диктує свої умови та тренди. Дизайн розвивається і допомагає розвиватися іншим. Але все ж не можемо не погодитися з думкою дизайнера Олександра Гусакова, що до трендів потрібно ставитися як до інструменту, декору або речі яку можна генерувати в свою роботу.

1.3. Творча робота над розробкою фірмового стилю для кафедри образотворчого мистецтва, композиційним і колористичним вирішенням

У добу візуальних комунікацій етап роботи над ідеєю – найголовніший у процесі створення дизайну. Послугуючись різним підходами, можна згенерувати низку рішень. Роботу над створенням дизайн-продукту називають дизайн-процесом. В цілому виділяють сім послідовних етапів, але в залежності від продукту вони можуть варіюватися.

Першим етапом є безпосередньо отримання опис завдання, та короткої інформації, цей набір інформації ще часто називають брифом. Бриф – це часто стислий опис завдання, яке стоїть перед дизайнером. Він може бути переданий дизайнеру в багатьох формах: у вигляді електронного листа, у формі тексту в месенджері, як задача в таск-менеджері (програмі обліку завдань) або ж, в деяких випадках – у формі окремого електронного документа, певним чином структурованого [8]. В нашому завданні задача полягає в тому, щоб освіжити стиль, організувати інформацію на фізичних носіях, зробити її більш компактною.

Після завершення роботи з брифом, дизайнер детально вивчає інформацію та на її основі проводить дизайн-дослідження. Дизайн-дослідження – це процес пошуку та вивчення прийомів, стилів, тенденцій та моди в графічному, цифровому та будь-якому іншому напрямку дизайну [7]. Завдання дизайн-дослідження – віднайти та обґрунтувати стилістичні рішення. Процес включає читання, перегляд, випробування, зіставлення, редагування. Аналізу підлягає дослідження візуального стилю галузі, адже кожна з них має свою естетику, стилістичні рішення та технічні обмеження, дослідження індивідуальних рис проекту. Часто замовники звертаються за допомогою, щоб команда фахівців або дизайнер допомогли віднайти такі риси. Сенс будь-якого дослідження полягає в тому, щоб отримати нові знання, оригінальні думки та підходи, що допоможуть краще зрозуміти та освоїти предмет.

Дослідження поділяють на первинне та вторинне. Первинне включає опитування групи осіб, спільноти чи організації – це і стає джерелом інформації. У випадку роботи над айдентикою кафедри, опитуваними стали студенти 1-5 курсів, які висловлювали свої думки та побажання, також важливо було дізнатися бажання та очікування самого клієнта – викладачів кафедри. Метою такого дослідження є збір інформації безпосередньо від респондентів, щоб використати її для потреб дослідження.

Вторинне дослідженням інколи називають кабінетним – це збирання інформації з книжок, журналів, онлайн-ресурсів та інших платформ. В нашому випадку вторинним дослідженням можна вважати написання теоретичної частини диплому, адже в процесі довелось переглянути величезну кількість інформації на електронних та фізичних носіях та проаналізувати її.

На основі досліджень вибудовується аргументація, на них може спиратися ідея або підхід. Після детального дослідження потрібно розробити дизайн-стратегію тобто розуміння того, на що має бути схожий кінцевий стиль дизайн продукту. Зазвичай потрібно описати його в контексті композиції, колірної палітри, типографіки, підходу до ілюстрацій. Причому, на етапі дизайн-

дослідження ще не має потреби чітко відповідати на питання, які саме кольори чи шрифти будуть використані в проекті. Радше мова йде про визначення творчого напрямку. Корисним є також створення мудбордів, тобто дошок настрою. Завдяки ним можна визначитися з дизайн стратегією. Дошок настрою може бути безліч: за настроєм, стилем, типографічним або колористичним вирішенням і т. д. В моєму випадку для мудбордів слугували кейси іноземних та вітчизняних айдентик освітніх платформ.

Наступним етапом є розробка концепції, тобто більш детальне розуміння яким буде дизайн продукт. Ключове завдання концепції полягає саме в тому, щоб сформувані більш якісне та повне розуміння того, як може виглядати дизайн-проект. Часто в дизайн-концепції можуть бути використані стокові фотографії замість фактичних, та й текстовий контент, радше за все, буде хибним. На додачу до цього, концепція часто охоплює не весь проект, а лише його частину [8].

У випадку роботи над концепцією айдентики кафедри основою виступав стенд та логотип, з різним дизайном, який було затверджено на передзахисті дипломної роботи (Додаток Л).

Останнім етапом є процес створення дизайну. В ході роботи над створенням робіт в прикладній графіці важко одразу розмістити текст, підібрати шрифти або віднайти колористичне рішення яке б було доречним. Тому процес роботи над айдентикою продовжується і надалі (Додаток М).

РОЗДІЛ 2. МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ПРИКЛАДНІЙ ГРАФІЦІ УЧНІВ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

2.1. Мета і зміст навчання основам прикладної графіки на заняттях з образотворчого мистецтва в закладах загальної середньої освіти

Освітня галузь “Образотворче Мистецтво” у школі є однією з етапів неперервної мистецької освіти, що логічно продовжує дошкільну освіту, створює базу для успішного опанування учнями художніх компетенцій основної школи [21]. На сайті МОН України зазначено: «Образотворче мистецтво є невід’ємною частиною культури, одним із визначальних її проявів. Тисячоліттями мистецтво займало одне з пріоритетних місць за силою впливу на особистісний розвиток людини та її виховання. Високорозвинені цивілізації ставили і продовжують ставити мистецтво у центрі всієї освіти, розуміючи його унікальні можливості для розвитку духовності та інтелекту, універсальну доступність різних форм творчості для сприйняття і засвоєння з ранніх років дитинства.

Метою навчання образотворчого мистецтва у загальноосвітній школі: у процесі сприймання та інтерпретації творів мистецтва, практичної художньо-творчої діяльності формувати в учнів комплекс ключових, міжпредметних естетичних і предметних мистецьких компетентностей, який забезпечити здатність до художньо-творчої самореалізації особистості [21]. Основними завданнями навчання образотворчого мистецтва у загальноосвітніх закладах є:

- виховання в учнів емоційно-ціннісного ставлення до мистецтва та дійсності, розвиток художніх інтересів, естетичних потреб;
- формування системи художніх знань, яка відображає видову специфіку і взаємодію мистецтв;

- розвиток умінь сприймання, інтерпретації та оцінювання творів мистецтва й художніх явищ;
- стимулювання здатності учнів до художньо-творчого самовираження, до діалогу;
- розширення художньо-естетичного досвіду, опанування елементарними художніми вміннями та навичками у процесі практичної діяльності;
- розвиток художніх здібностей, креативного мислення.

Навчання мистецтву це постійний і неподільний процес освіти, виховання і розвитку: оволодіння учнями знаннями, вміннями, навичками і формування в них художньо-творчих, емоційно-чуттєвих якостей; єдність активних методів навчання і творчої самостійності дітей.

Навчання передбачене календарно тематичним планом з образотворчого мистецтва, затверджене МОН України та направлене на сприйняття різноманітних форм і методів навчально-виховного процесу, визначення форм і методів навчання та виховання, тематики наукових досліджень, навчально-виховних курсів та спецкурсів і послідовність їх опанування з урахуванням вікових особливостей, здібностей та інтелектуальних можливостей особистості. Воно полягає у розвитку в дітей образотворчих здібностей, художнього смаку, творчої уяви, естетичних почуттів і розуміння прекрасного, образного мислення.

Щодо мети вивчення прикладної графіки то вона є навчальною, розвивальною та виховною.

Навчальна мета включає в себе засвоєння початкових знань про колористику, композицію та типографіку, опанування уміннями та навичками орієнтуватися на площині аркуша, визначати композиційний підхід у процесі розробки робіт з прикладної графіки.

Виховна та розвивальна мета спрямовані на розвиток в учнів пізнавального та творчого інтересу до роботи художника-графіка, усвідомлення

ними зв'язків дизайн робіт з предметами навколишнього середовища, з реальним життям суспільства; на розвиток естетичних смаків, художньо-образного мислення, уяви та фантазії, формування особистості школяра. Це в свою чергу сприяє їх духовному збагаченню та творчому зросту.

Основним на уроках прикладної графіки для вчителів є: розширення знань і уявлень учнів про роль творів прикладного мистецтва в житті людини, про послідовність та технологію виготовлення прикладних графічних творів, формування композиційних та колористичних умінь, розвиток творчої уяви, оригінального, не стереотипного, асоціативно-творчого мислення, художньо-образних якостей сприйняття в процесі виготовлення прикладної продукції.

В процесі вивчення художньо прикладної графіки основними складовими навчання можна вважати: освоєння законів композиції і колористики; ознайомлення з мистецтвом шрифту, фотомистецтвом, ілюструванням, із специфічною термінологією, з головними поняттями, що зустрічаються при проектуванні та виготовленні дизайнерських проектів а також з технологічними особливостями їх практичного виконання.

Таким чином можна узагальнити, що вивчення прикладної графіки на уроках образотворчого мистецтва полягає в тому, щоб сформувати в учнів такі уміння:

- розрізняти і класифікувати твори прикладної графіки за видами;
- використовуючи знання з композиції та колористики створювати ескізи до рекламної продукції;
- поєднувати елементи шрифтової графіки, фотомистецтва та ілюстрації в цілісні графічні композиції;
- цілеспрямовано використовувати засоби виразності для створення виразного художнього образу;
- на основі знань про технології поліграфічних процесів виготовляти макети багатосторінкових прикладних графічних творів;

- використовуючи термінологію, аналізувати та висловлювати власні судження про композиційні, колористичні та стилістичні особливості дизайнерських проектів.

Взаємопов'язана діяльність викладача та учнів, спрямована на засвоєння учнями системи знань, набуття умінь і навичок, їх виховання і загальний розвиток називається методом. Метод є способом керівництва пізнавальною діяльністю учнів, що має виконувати три функції: навчаючу, виховну і розвиваючу. Він є складним педагогічним явищем, у якому поєднані гносеологічний, логіко-змістовий, психологічний, педагогічний аспекти.

В навчанні образотворчому мистецтві задіюють такі методи: художня розповідь, пояснення та інструктаж при вивченні нової теми, техніки, надзвичайно важливими є методи, які орієнтовані на візуальне збагачення та розширення кругозору що допомагає у освоєнні художніх знань та у створенні композицій, такими методами є ілюстрування, демонстрування, вербалізація змісту художніх творів.

На основі методів для закріплення знань та підвищення практичних навичок учні відтворюють метод практичної роботи, де відображають свої знання у ілюстрація, малюнках, кресленнях згідно з програмою яка була надана Міністерством освіти і науки України. Техніку учні опановують на уроках з безпосередньою допомогою вчителя.

Основою практичних методів є вміння вчителя професійно і цілеспрямовано використовувати знання з образотворчої грамоти у педагогічному процесі. Серед них: навчальний та педагогічний рисунок, виконання ескізів сюжетних, декоративних орнаментальних композицій, виконання начерків рослин, птахів і тварин, демонстрування прийомів оволодіння різними художніми техніками, та інші, які могли б допомогти дітям самореалізуватися у складній багатогранній соціокультурній ситуації.

2.2 Система завдань для практичного ознайомлення учнів закладам загальної середньої освіти з основами прикладної графіки

Знайомство з основами прикладної графіки починається ще в молодших класах, на уроках образотворчого мистецтва учні вчать не просто створювати якийсь художній продукт, а використовувати різноманітні композиційні підходи, підбирати гармонійні кольори, опрацьовувати ідею, створюючи цікавий творчий продукт.

Більш детальне вивчення цієї дисципліни починається в п'ятих класах, коли ми можемо спостерігати більш грамотний підхід до мистецької роботи з боку школярів. Від сучасного вчителя нової української школи, вимагається доцільне та грамотне донесення навчальних матеріалів. Ефективність викладання залежить від умов їх застосування, що вимагає неабиякий високий рівень підготовки з образотворчого мистецтва, та прикладної графіки, адже це доволі великий обсяг інформації. Також необхідно створення спеціальних умов, що включають:

- розвиток інтересу до вивчення прикладної графіки;
- послідовне ускладнення образотворчої діяльності, що в підсумку є забезпеченням перспектив розвитку художньої творчої діяльності учнів;
- навчання учнів мови мистецтва, засобів її виразності таких як форма, колір, шрифт, лінія, композиція;
- цілеспрямований відбір творів для ознайомлення з прикладним мистецтвом;
- використання на заняттях технічних засобів навчання, відео і аудіо апаратури, спеціальних наочних посібників;
- введення в урок творчих, імпровізаційних і проблемних завдань;
- застосування різноманітних матеріалів і технік роботи з ними;

Проаналізувавши шкільні підручники та рекомендовану літературу для вивчення мистецьких дисциплін, дослідивши підходи менторів на курсах з дизайну та власних викладачів з університету, хочемо представити систему

завдань для практичного ознайомлення учнів середніх загально-освітніх закладів з мистецтвом прикладної графіки. Запропонована система завдань виконує такі функції:

- пізнавальну - засвоєння нового матеріалу способом дослідження;
- мотиваційну - формування інтересу до мистецької самореалізації;
- організаційну - здатність розвинути ідею та створити кінцевий продукт;
- контрольну - перевірка засвоєних раніше основ художньої діяльності;
- актуалізаційну - актуалізація опорних знань, умінь і навичок;

Система завдань розроблена для поліпшення креативного мислення у школярів, та допомагає збагачувати “візуальний смак”. Завдання розраховані на 5-9 ті класи, адже в такому віці є певна основа і розуміння прикладної графіки, також діти можуть працювати з деталями та продумано підходять до композиції, генеруючи цікаві ідеї. Представлені завдання, що введені у вивчення мистецтва прикладної графіки, допомагають ознайомитися з базовими принципами типографіки, та можливістю розробки літер та шрифтів, трансформувати їх у незвичайні композиції.

У роботі над шрифтами важливо зберігати скелет літери, так звану графему, що допомагає нам не тільки впізнати літеру а ще й зберегти її читабельність, що є не менш важливим. Також необхідно представити учням наочність у вигляді ілюстрацій з давніх книжок та сучасних робіт ілюстраторів, що допомагає краще розкрити художній потенціал та генерування ідей. У ході роботи необхідно донести до учнів будову літер, як основу, на якій потрібно вибудовувати композицію, пояснити, що спершу потрібно попрацювати над образом.

У процесі роботи над розробкою проекту друкованої продукції необхідно роз'яснити, що візуальна комунікація між об'єктом і аудиторією має гармонійно поєднати етичні й функціональні завдання, зміст і форму продукту.

Одним з перших завдань може бути оздоблення буквиці для книги, де учням пропонується створити декор на основі зразків декорованих буквиць різних часів. Учні, уважно вивчивши зразки, мають переосмислити їх, виконавши інші літери в тій же стилістиці. Буде добре, якщо вони придумують власне оздоблення літер на основі рослинних або зооморфних мотивів, фантастичних образів. Це завдання можна виконувати будь-якими графічними матеріалами та гуашшю.

Наступним завданням може стати написання рукописного декоративного шрифтового напису для вітальної листівки та обкладинки до народних казок. Вивчаючи зразки рукописних шрифтів та відпрацьовуючи їх написання різними інструментами: перами різної конфігурації, фломастерами, широкими та круглими пензлями, учні вивчають стилістичні особливості накреслення кожного шрифту, усвідомлюють значення пропорцій літер, починають відчувати себе художниками-шрифтовиками.

Створення слова-образу, мета якого розвиток образного мислення та креативної уяви, полягає в тому, щоб придумати образний напис, в якому літери чи своєю формою, чи через зображення якихось об'єктів, що складаються в букви, будуть цією особливістю графічної форми чи іншим способом розкривати значення цього слова. Учитель пропонує учням обрати слово, яке вони хотіли б відобразити графічно. Особливістю форми, нахилом та іншими засобами учень надає шрифту образно-символічну виразність і передає асоціації, які викликає у нього це слово. Або знаходить зовнішню схожість певної букви зі значенням слова і виділяє її образотворчий елемент, який організовує всю композицію. Це можуть бути слова, наприклад, «Спорт», «Осінь», «Рослини», «Кіт», «Вогонь», «Різдво» або будь-які інші, які викликають певні зорові образи або асоціації.

Більш складним завданням для учнів буде створення емблеми та логотипу. Метою такого завдання буде набуття досвіду щодо створення

художніх асоціативних та символічних образів та шрифтових композицій у процесі практичної діяльності.

У процесі виконання завдання вчитель пропонує учням попрацювати над розробкою емблеми або логотипу для власного класу або шкільного гуртка, віднайти влучний образ та стилізувати його, композиційно поєднавши з написом.

Поради вчителя: провести дизайн-дослідження, опитати сусідів по парті тим самим провести гру в асоціації, щоб допомогти легше віднайти влучний образ. Все тим же методом асоціацій віднайти колористичне вирішення. Продумати елементи, які доцільні для створення композиції емблеми. Необхідно гранично спростити зображення обраних елементів, пам'ятаючи що емблема, як умовний знак, має бути виразною, без дрібниць, аби максимально чітко сприйматися на відстані.

Для колективної роботи та розуміння принципів створення сучасної рекламної продукції, гарною вправою буде створення афіші до шкільного свята: концерту, ярмарку, театрального виступу...

Залучення усього класу до створення афіші активізує пізнавальну та художньо-творчу діяльність учнів. Таким чином ця вправа, направлена на розвиток колективної роботи, вміння дослухатися до думки один одного, мозкового штурму та залучення навіть самих неактивних до творчого процесу.

Її метою є розвиток образного мислення та креативної уяви у співпраці з колективом. Матеріали: ватман, гуаш, акварель, ножиці, кольоровий папір, пензлики, олівці, декоративні елементи для прикрашання.

Завдання: попередньо ескізувати ідею для афіші, використати декоративний шрифт, знайти цікавий тематичний декор, ілюстративний матеріал, розробити дизайн-систему для створення основи над подальшою роботою з плакатом.

Поради: для початку зібрати всю інформацію, закомпонувати її в блоки та методом композиційного пошуку віднайти модульну систему яка б була

доречною темі вашої афіші. Донести учням, що в першу чергу шрифт, який вони обирають, має бути гарно читабельним, також, що афіша, перш за все, несе в собі інформацію, яка повинна бути легко прочитаною. Попрацювати з колірним колом, для досягнення більш гармонійного колористичного вирішення.

Виконання такого проекту дасть учням розуміння прикладного значення подібних графічних творів, послідовності роботи художника, дизайнера, що розробляє їх, важливості кожного елемента в загальній композиції.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідницької роботи на основі аналізу мистецтвознавчої, педагогічної та методичної літератури, виокремлено історичні передумови зародження айдентики. Вона бере свій початок від початку зародження ремесла, що є природним бажанням прикрашати оселю та вирізняти своє плем'я та свої побутові речі серед інших. Завдяки такому підґрунтю сформувався історичний процес розвитку айдентики. Вона видозмінювалася та проходила трансформацію від ремісничого знаку та геральдики, яка означала певний ієрархічний статус, до фірмових знаків, виражених у друкованій продукції, яка стає стилістичним атрибутом та своєрідним “знаком якості”.

З винайденням книгодрукарства в Європі, процес створення прикладної графіки стає простішим та займає менше часу, що дало змогу експериментувати та привнести в цей вид мистецтва більш повсякденну паперову продукцію: буклети, афіші, листівки. Перші листівки мали неабиякі декоровані шрифти, та достаток орнаментики. Згодом, в сучасному світі, тенденція мінімалізму та стилістика Баугаузу перейняла на себе рекламу, і наразі ми маємо мінімалістичні шрифти та обмежену кількість декору. Таким чином учні знайомляться з теоретичним матеріалом, висвітлюють цікаві історичні факти, надаються практичні рекомендації щодо створення композицій.

У ході дослідження обґрунтовано та запропоновано систему завдань навчання учнів основам прикладної графіки в закладах загальної середньої освіти. Вивчено та досліджено історичне формування айдентики як науки. Проаналізовано вітчизняні тренди у роботі над створенням айдентики.

Шкільним закладам надана важлива роль, що полягає у розвитку художніх вмінь дітей, які естетично розвивають їх і можуть вплинути на вибір професії в майбутньому.

Проаналізувавши теоретичні та практичні аспекти вивчення прикладної графіки у загальноосвітній школі, а саме підхід до ознайомлення та практичного виконання творчих робіт, було виявлено, що ефективність методів навчання

залежить від умов та високого рівня підготовки вчителя з образотворчого мистецтва. Беручи до уваги те що, процес на уроках образотворчого мистецтва носить переважно наочно-практичний характер та спрямований на вирішення художньо образних завдань, педагог здійснює навчання, створюючи умови для їх вирішення.

Перш за все, образотворче мистецтво спрямоване на вдосконалення образного мислення, розвитку креативності та уяви учнів, вміння розв'язувати завдання, поставлені образотворчим мистецтвом, використовуючи незвичайний підхід, а вже другорядним є здатність опановувати матеріали та правильність їх володінням.

Розроблену систему завдань можна продуктивно використовувати з метою вдосконалення процесу навчання прикладної графіки у дітей в загальноосвітніх навчальних закладах, та в збагаченні навчально-методичної складової художньо-педагогічної практики та художньо-естетичного виховання молоді, а також професійної підготовки майбутніх учителів образотворчого мистецтва у закладах вищої освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Айдентика / КАК Проект, Grey Matter М.: КАК Проект, Grey Matter М, 2014.-512с.:ил.
2. «ВИНАХІДНИК КНИГОДРУКУВАННЯ» :до 550-річчя пам'яті Йоганна ГУТЕНБЕРГА (1394-99–1468), німецького винахідника, який поклав початок книгодрукуванню в Європі : URL:
<http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2010-yogann-gutenberg-vinahdник-knigodrukuvannya.html> (дата звернення: 12.02.2020).
3. Візуальні тренди 2020 : URL: <https://ua.depositphotos.com/trends2020> (дата звернення: 20.03.2020).
4. Возникновение фирменного стиля : URL:
<https://www.castcom.ru/publications/style/vozniknovenie-firmennogo-stilya.html> (дата звернення: 12.02.2020).
5. Геллер С., Кваст С. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів пер. з англ. Журавльова О., Пінчук Д. Київ: ArtHuss, 2019. 296 с. (Серія « Креативна кар'єра »)
6. Геральдика мира О. И. Бортник, И. В. Резько. -Минск : Харвест, Г37 2008. - 240 с. : ил.
7. Дизайн - дослідження : URL:<https://cases.media/column/dizain-doslidzhennya> (дата звернення: 20.03.2020).
8. Дизайн - процес : URL: <https://cases.media/column/design-process> (дата звернення: 20.03.2020).
9. Емброуз Г., Оно-Біллсон Н. Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова. пер з англ. Л.Базь, Р. Дзюба, Т. Кривояз. Київ: ArtHuss, 2019. 191с. (Серія « Креативна кар'єра »)
10. Железняк С. Ламонова О. Образотворче мистецтво: підручник для 5-го кл. загальносвіт. навч. закл. К.:Генеза, 2013.-176с.
11. История возникновения и развития фирменного стиля : URL:
<http://shelkovnikov.pro/istoriya-firmennogo-stilya/> (дата звернення:

- 15.02.2020).
12. История возникновения фирменого стиля : URL: <https://studfile.net/preview/3048438/> (дата звернення: 15.02.2020).
 13. Калініченко О. Масол Л. Образотворче мистецтво підруч. для 5 кл. загально освіт. навч. закл. Харків: Синиця 2013.- 224 с.
 14. Л. М. Масол, О. В. Гайдамака, Г. В. Кузьменко, Н. А. Лемешева Мистецтво Київ: Світоч, 2015.
 15. Логотип : URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Логотип> (дата звернення: 20.03.2020).
 16. Магия желтого, красного и синего : URL: https://www.peoples.ru/art/painter/jacob_le_blon/ (дата звернення: 15.02.2020).
 17. Міністерство Освіти і культури презентувало оновлений стиль та сайт : URL: <https://telegraf.design/news/ministerstvo-kultury-ukrayiny-prezentovalo-onovlenuj-firmovuj-styl-ta-sajt/> (дата звернення: 20.04.2020).
 18. Міністерство освіти та науки отримало нову айдентику : URL: <https://telegraf.design/news/ministerstvo-osviti-ta-nauki-otrimalo-novu-ajdentiku/> (дата звернення: 20.04.2020).
 19. Нова айдентика Міносвіти: “О” + “Н” = відхід від “застарілості” : URL: <https://designtalk.club/suchasnyj-obraz-redyzajn-ajdentyky-ministerstva-osvity-i-nauky-ukrayiny/> (дата звернення: 20.03.2020).
 20. Нова візуальна ідентичність Міністерства освіти і науки України : URL: <https://news.mon.gov.ua> (дата звернення: 20.03.2020).
 21. Навчальні програми для 1-4 класів : URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalni-programi/navchalni-programi-dlya-pochatkovoyi-shkoli> (дата звернення: 20.04.2020).

22. О ДИЗАЙНЕ Очерки по теории и практике дизайна на Западе : URL: http://www.glazychev.ru/books/design/design_03_2_olivetti.htm (дата звернення: 15.03.2020).
23. Папіш Л. Шутка М. Образотворче мистецтво: підруч. для 7 класу загальноосвіт. навч. закл. К.: Грамота. 2015. - 128 с.: іл.
24. Рубля Т. Образотворче мистецтво: 7 кл.: Підруч. для загальноосвіт. навч. закл. К.; Ірпінь: ВТФ "Перун", 2014-200с.іл.
25. Тренд графического дизайна 2020, и как их правильно применять : URL: <https://projects.say-hi.me/graphic2020> (дата звернення: 20.03.2020).
26. Что такое айдентика, логотип и бренд? : URL: <https://medium.com/@alexlescinschi/что-такое-айдентика-логотип-и-бренд-98d00c8200c3> (дата звернення: 20.03.2020).
27. Шрифт NAMU: 600 років* в одному : URL: <https://telegraf.design/shryft-namu-600-rokiv-v-odnomu/> (дата звернення: 15.04.2020).
28. І-дентика і бренд : URL: <https://medium.com/@customermind/що-таке-айдентика-і-з-чим-її-їдять-3536c86c5bcb> (дата звернення: 12.02.2020).
29. Meggs, Philip B. Meggs' history of graphic design Philip B. Meggs, Alston W. Purvis. -- 5th ed.p. см. Rev. ed. of: A history of graphic design. c1998.
30. spiilka розробила ребрендинг для школи Bazilik. Главным символом стала зірочка* : URL: <https://vctr.media/spiilka-sdelala-novy-bazilik-15671/> (дата звернення: 12.02.2020).
31. THE RISE OF CORPORATE IDENTITY : URL: <http://www.designishistory.com/1960/corporate-id/> (дата звернення: 10.02.2020).

ДОДАТКИ

Додаток А

УРОК ДЛЯ 5 КЛАСУ

Тема уроку: “Створення слова-образу” в якому літери будуть особливістю графічної форми чи іншим способом розкривати значення обраного слова.

Мета уроку: Розкрити поняття стилізації, покращити асоціативне мислення, поглибити знання та практичні навички з композиції; навчати спостерігати, дотримуватися в зображенні пропорцій; формувати образне мислення, відчуття гармонії, композиційної рівноваги; підвищити рівень володіння образотворчими засобами; виховати естетичний смак, спостережливість, охайність; стимулювати розвиток стійкого інтересу до образотворчого мистецтва та мистецтва в цілому.

Завдання: Ознайомити учнів з стилізацією та її варіантами, розвинути асоціативне мислення, закріпити знання про шрифтові композиції та летириг; демонстрація різноманітних способів відтворення творчого задуму за допомогою різних художніх засобів, формування смаку, естетичного сприйняття, творчого аналізу, уміння висловлювати власну точку зору щодо творів мистецтва, використовуючи вивчену термінологію.

Учень повинен знати: Поняття “стилізація”, базові принципи типографіки та кольорознавства, основи композиції та її закони.

Учень повинен уміти: цілісно сприймати композицію; композиційно правильно розміщати зображуване на аркуші паперу; відтворювати зображення застосовуючи різні художні засоби.

Основні поняття, терміни: Графема, летириг, образ, композиція, графіка, колористика.

Методи: комунікативні (пояснення, бесіда, аналіз); наочні (демонстрація, ілюстрування), практичні (практична робота).

Обладнання: для вчителя — проектор, комп'ютер (ноутбук), екран, слайд-шоу; Для учнів — художні матеріали та інструменти: олівці, фломастери, маркери, кулькові та гелеві ручки, альбоми;

ХІД УРОКУ

1. Організаційний момент.

Тривалість етапу — 5 хвилин.

Привітання, перевірка готовності учнів до уроку, наявності потрібних матеріалів, організація уваги учнів, оголошення теми та мети уроку. Методи: комунікативні (розповідь).

2.Актуалізація опорних знань та постановка завдання.

Тривалість етапу — 10 хвилин.

Повторення отриманої на минулих заняттях інформації про базові основи типографіки. Особлива увага приділяється будові літер, та колористиці. Діти повинні надавати чітку характеристику шрифту та розуміти термінологію. Повторення композиційних прийомів.

Учитель оголошує завдання: діти повинні створити графічну шрифтову композицію “слова-образу”, придумати образний напис, в якому літери чи особливістю своєї форми, чи через зображення якихось об'єктів, що складаються в букви чи іншим способом будуть розкривати значення цього обраного слова (це може бути слова, наприклад, «Спорт», «Осінь», «Рослини», «Кіт», «Вогонь», «Різдво» або будь-які інші, які викликають певні зорові образи або асоціації). Учням демонструються подібні приклади, учитель аналізує їх з учнями з точки зору композиції стилістичного вирішення. Учитель пропонує учням обрати слово, яке вони хотіли б відобразити графічно, діти обирають та оголошують тему а вчитель має затвердити їх вибір.

Методи: комунікативні (пояснення, бесіда, аналіз); наочні (демонстрація, ілюстрація); опитування.

3. Практична робота.

Тривалість етапу — 25 хвилин.

Діти працюють над завданням у два етапи під чітким контролем учителя:

1) Учні створюють легкий начерк простим олівцем, намічають основні композиційні елементи. Учитель допомагає кожному, хто цього потребує, корегує композицію та аналізує її із учнями, у яких виникли з цим проблеми;

2) Діти працюють над деталізацією зафарбовують малюнок кольоровими олівцями, ручками або фломастерами. Учитель допомагає у техніці виконання, виявляє помилки, допомагає їх усунути, а також виявляє позитивні моменти в роботі кожного.

Методи: практичні (самостійна практична робота, виправлення); комунікативні (аналіз).

4. Завершення роботи та оголошення домашнього завдання.

Тривалість етапу — 5 хвилин.

Перегляд, аналіз та оцінювання учнівських робіт. Учитель може провести «виставку» робіт та дати змогу проаналізувати роботи своїх однокласників. Підсумок уроку — закріплення знань про поняття стилізації, та композиції у типографіці. Учитель оголошує домашнє завдання, діти прибирають робочі місця.

Додаток Б



Наскельні малюнки в печері Ласко у Франції

Додаток В



Клеймо Fortis

Додаток Г



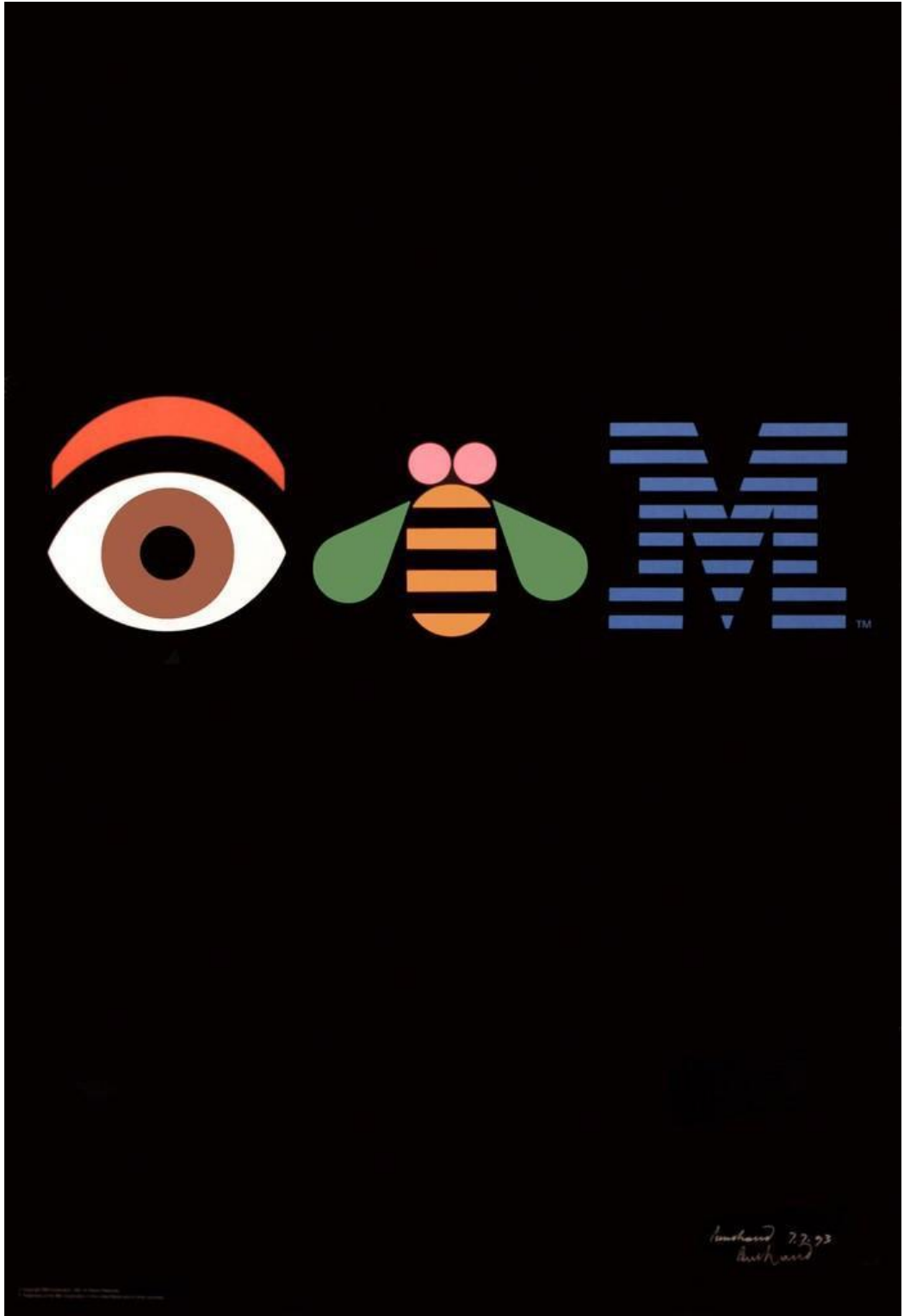
Айдентика АЕГ

Додаток Д



Плакати розроблені дизайнером Пінторі

Додаток Е



Плакат розроблений Поллом Рендом для айдентики телеканалу ІВМ

Додаток Ж



Логотип для міністерства культури України

Додаток 3

NAMU Faces for historical periods of Ukraine

	NAMU	NAMU-Pro
СЕРЕДНЬОВІУУА	- 1400	.ss02, 03
КОЗАЧЧИНА	- 1600	.ss04, 05, 06
ЗА ЦАРАПІУ	- 1750	.ss07, ss08
	- 1850	.ss09, 10
ДО І ПІСЛЯ ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ	- 1910	.ss11, 12, 13, 14
ДО І ПІСЛЯ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ	- 1930	.ss15, 16
ВІДЛИГА, ЗАСТІЙ	- 1960	.ss17, 18
НЕЗАЛЕЖНІСТЬ	- 1990	{default}

Шрифт розроблений для Національного Художнього Музею України

Додаток И



Айдентика для міністерства Освіти і Науки України

Додаток К



Айдентика для дитячої школи Майбутні

Додаток Л



НПУ ІМЕНІ М. П. ДРАГОМАНОВА
ФАКУЛЬТЕТ ПЕДАГОГІКИ І ПСИХОЛОГІЇ

Галузь 02 Культура і мистецтво
023 Образотворче мистецтво
декоративне мистецтво
реставрація

Кафедра Образотворчого Мистецтва

Набір студентів на денну форму навчання

ОКР бакалавр	3 роки 10 місяців
Бакалавр на базі МС	1 рік 10 місяців
Магістр	1 рік 4 місяці

Кафедра образотворчого мистецтва
Київ, вул.Тургенєвська, 8/14, ауд.10-12,
Тел.486 41 40

www.ipp.npu.edu.ua
komnpu
art_dragomanov

Дизайн стенду для Кафедри Образотворчого Мистецтва

Додаток М

Айдентика для Кафедри Образотворчого Мистецтва

Складові Айдентики



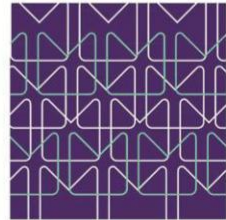
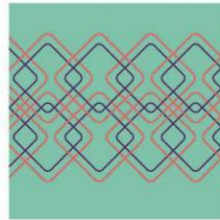
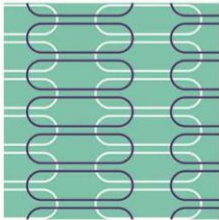
Було використано Monserat Alternates. Шрифт стилістично є конструктивним, за настроєм шрифт схожий на дисципліну образотворче мистецтво.

В парі йому було обрано Visulet Pro який є гротеском, він допомагає відтворити баланс з попереднім шрифтом та задає настрій сучасності.



Кафедра Образотворчого мистецтва

Кафедра Образотворчого мистецтва



ТВОРЧИЙ КОНКУРС

На ОКР бакалавр Живопис простого натюрморту з гіповими тілами (4 години, формат А-3, акварель)

На ОКР магістр живопис складного просторового натюрморту (8 годин, формат А-2, гуаш, акрил)

На ОКР бакалавр на базі молодшого спеціаліста Живопис натюрморту (4 години, формат А-3, акварель)

* Для спеціальностей: декоративно-прикладне мистецтво, дизайн, реставрація творів мистецтва, фотомистецтво - додаткове вступне випробування з композиції!

**Кафедра
Образотворчого
Мистецтва**

Приймальна комісія
Київ, вул. Парогова, 9,
кв.133
239-30-17
239-82-36

Кафедра ом
Київ, вул.Торговицька,
8/14, ауд.10-12,
Тел.488 41 40
www.opi.pnu.edu.ua

@art_dragomanov

бакалавр – 3 роки 10 місяців
бакалавр на базі мс- 1 рік 10 місяців
магістр – 1 рік 4 місяці

Бакалавр образотворчого мистецтва
Художник, вчитель ОМ, викладач позашкільного спеціалізованого мистецького навчального закладу, керівник студії художньої творчості

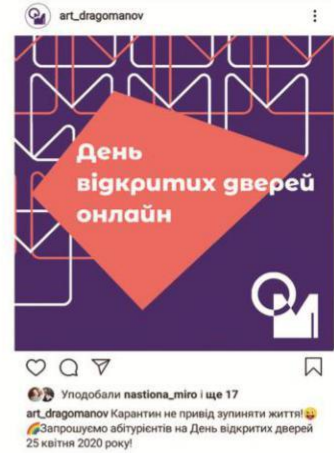
Магістр образотворчого мистецтва
Художник, викладач ОМ в ЗВО, вчитель ОМ

Дисципліни

живопис (акварель, гуаш, олія)
Рисунок (простий олівець, м'які матеріали)
композиція
Історія образотворчого мистецтва
художня кераміка
скульптура
комп'ютерна графіка (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator)
прикладна графіка
художнє конструювання
декоративно-прикладне мистецтво
практикум з історичного костюма
техніки графіки
основи арт-терапії
психологія творчості та ін.



Оформлення соціальних мереж



Сувенірна продукція



Айдентика для Кафедри Образотворчого Мистецтва