



МАТЕРІАЛИ

VI МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО - ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

**ЕКОЛОГІЯ МИСТЕЦТВА:
ДИСКУРС РАКУРСІВ**

Міністерство освіти і науки України
Херсонський національний технічний університет
Кафедра дизайну

ЕКОЛОГІЯ МИСТЕЦТВА: ДИСКУРС РАКУРСІВ

Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції

09-11 вересня 2020 р.

Херсон 2020

ББК 85

УДК 7.01

ISBN 978-617-7917-04-4

Екологія мистецтва: дискурс ракурсів // Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (09-11 вересня 2020 р.), ХНТУ / за ред. Чепелюк О.В. – Херсон: ХНТУ, 2020. – 154 с.

Экология искусства: дискурс ракурсов // Материалы VI Международной научно-практической конференции (09-11 сентября 2020 г.), ХНТУ / под ред. Чепелюк Е.В. – Херсон: ХНТУ, 2020. – 154 с.

The ecology of art: angle discourse // VI International scientific and practical conference (09-11 september 2020), KNTU / Chepelyuk O.V. – Kherson: KNTU, 2020. – 154 p.

(укр., рос., анг. мови)

Технічна редакція: Семенях Н.В.

Розробка обкладинки збірника: Сидоренко Валерія, магістр дизайну, ХНТУ.

У збірнику представлено матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції "Екологія мистецтва: дискурс ракурсів", яка організована кафедрою дизайну Херсонського національного технічного університету та проходила 09-11 вересня 2020 року на онлайн-платформі ZOOM.

Редакційна колегія:

Чепелюк Олена Валеріївна – голова редакційної колегії, доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри дизайну Херсонського національного технічного університету.

Колосніченко Марина Вікторівна – доктор технічних наук, професор, Лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, Відмінник освіти України, декан факультету дизайну Київського національного університету технологій та дизайну.

Роготченко Олексій Олексійович – доктор мистецтвознавства, Заслужений діяч мистецтв України, старший науковий співробітник Інституту проблем сучасного мистецтва Національної академії мистецтв України.

Кротова Тетяна Федорівна – доктор мистецтвознавства, професор кафедри художнього моделювання костюму Київського національного університету технологій та дизайну.

Jana Maneva-Chuposka – професор Європейського університету, художник (м. Скоп'є, Македонія).

Carmen Imbach – професор Національного університету мистецтв, дизайнер (м. Буенос-Айрес, Аргентина).

Peng Jun – phd, доцент Уханьського політехнічного університету, графічний дизайнер (м. Ухань, Китай).

Garry McDaniel – професор Франклінського університету, США.

Артеменко Марія Павлівна – кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну Херсонського національного технічного університету.

ЗМІСТ

Секція № 1. СУЧАСНЕ МИСТЕЦТВО І ЙОГО БАГАТОВИМІРНІСТЬ

<i>Алфьоров А.М.</i> ПРИНЦИПИ ТА ПРИЙОМИ ВНУТРИКАДРОВОГО МОНТАЖУ: ФОТОГРАФІЯ, КІНЕМАТОГРАФ, ВІДЕО-АРТ ТА МЕДІА-АРТ	9
<i>Алфьорова З.І.</i> МОРФОЛОГІЧНІ ПАРАДОКСИ В СУЧАСНОМУ ВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	10
<i>Бойко К.В., Ткачук В.І.</i> ПРЕДМЕТ ВІЛЬНОГО ЗАДОВОЛЕННЯ	11
<i>Кузнецова І.О., Лільчицький О.В.</i> РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВІДОБРАЖЕННЯ СПОРТУ В СУЧАСНИХ ГРАФІЧНИХ СТИЛЯХ	12
<i>Полюхович І.В., Захаркевич О.В.</i> СМАРТ-ТЕХНОЛОГІЇ В МИСТЕЦТВІ ТАНЦЮ	14
<i>Jana Maneva-Chuposka</i> CLOTHING AS A UNIQUE SOCIAL AND IDENTITY CODE	16
<i>Aykut Alp Gürel, Betül Karakaya</i> USED COTTON PIECES IN KARAKAYA'S AND GÜREL'S CERAMICS	19
<i>Ayşe Canbolat</i> FROM REAL OBJECT TO CONCEPT	23

Секція № 2. ПРОБЛЕМИ ТА СУПЕРЕЧНОСТІ СУЧАСНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОЦЕСУ

<i>Близнюк М.М.</i> ТЕМА ЕТНОДИЗАЙНУ В КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДХОДУ	26
<i>Жуков І.О.</i> КІЧ ЯК ПОКАЗНИК СОЦІАЛЬНОГО ЗАНЕПАДУ СУСПІЛЬСТВА	29
<i>Зіненко А.В., Зіненко Т.М.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНОГО КОДУ НАРОДУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ГОНЧАРСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПЕДАГОГІЧНОЇ І ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАТАЛКИ КОРМЕЛЮК)	30

<i>Луговський О.Ф.</i> ВІТЧИЗНЯНА ДИЗАЙНЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ТЛІ ЗАКОНОТВОРЧИХ ІНІЦІАТИВ У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	33
<i>Ткаченко Р.В.</i> СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В МУЗЕЙНОМУ ПРОСТОРІ	36
<i>Carmen Imbach Rigos</i> LANDSCAPE OF ABSENT BODIES	38
<i>Virginia D'Angelo</i> CONCEPTUAL MEMORY OF "RAG DOLLS"	41

Секція № 3. ДЕКОРАТИВНЕ І ПРИКЛАДНЕ МИСТЕЦТВО: ІСТОРИЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ, ТЕХНОЛОГІЧНІ ПРОЦЕДУРИ, АРЕАЛЬНІ ОЗНАКИ, ОСОБЛИВОСТІ ПОЄДНАННЯ УТИЛІТАРНИХ ТА ЕСТЕТИЧНИХ ФУНКЦІЙ

<i>Зосім О.Л.</i> РУКОПИСНІ КАНЦІОНАЛИ ТА СПІВАНИКИ ЯК ЕСТЕТИЧНИЙ ОБ'ЄКТ	43
<i>Лісунова Л.В.</i> ЕСТЕТИКО-МЕНТАЛЬНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ТРАДИЦІЙНОГО УКРАЇНСЬКОГО НАРОДНОГО РОСПИСУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО В СУЧАСНОМУ ЕТНОДИЗАЙНІ	46
<i>Одрехівський Р.В.</i> ЕТНОДИЗАЙН В ЗАХІДНИХ ОБЛАСТЯХ УКРАЇНИ (ПЕРША ТРЕТИНА XX СТОЛІТТЯ)	49
<i>Роготченко С.В.</i> ПРАДАВНІ ВИТОКИ У КУЛЬТУРІ СУЧАСНОГО ХУДОЖНЬОГО МЕТАЛУ	51
<i>Саєнко І.Ф.</i> ПЛЕТІННЯ: РЕМЕСЛО І МИСТЕЦТВО	54
<i>Alexandre Heberte</i> GRAPHICS OF ARTISTIC TEXTILES LINES AS THE PERSONIFICATION OF THE SYMBOLS OF LIFE AND FREEDOM	56
<i>Chaman Siju</i> INDIAN ORNAMENTS IN PRINTING FABRICS	58
<i>Chiaki Dosho</i> ARTISTIC TEXTILES AS A MEANS OF COMMUNICATION AND EXPRESSION OF THE AUTHOR'S WORLDVIEW POSITIONS	60

<i>Irfan Khatri</i> CUSTOMER-ORIENTED TEXTILES	62
<i>Vankar Rajan Bhimji</i> DHABDA DESIGN OF HANDWOVEN GOODS	64
<i>Abdulrahim Anwar Khatri</i> AJRAKH BLOCK PRINTING	66

Секція № 4. МУЗЕЄЗНАВСТВО, ЗБЕРЕЖЕННЯ ХУДОЖНІХ ЦІННОСТЕЙ ТА ПАМ'ЯТОК АРХІТЕКТУРИ

<i>Артеменко М.П.</i> ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ КОСТЮМА ЯК ЕКСПОНАТУ В МУЗЕЙНІЙ ТА ВИСТАВКОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	69
<i>Сліпчишин Л.В.</i> ДО ПИТАННЯ РОЛІ МУЗЕЇВ У РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ДОСВІДУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	71

Секція № 5. ГРАФІЧНИЙ ТА МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ДИЗАЙН У ДОБУ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ

<i>Зайцева В.С.</i> МИСТЕЦТВО СУЧАСНОЇ ФОТОГРАФІЇ	75
<i>Марченко О.В., Полетаєва Г.Н.</i> МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ДИЗАЙН ЗАСОБАМИ СУЧАСНОСТІ	77
<i>Матійко О.О., Абрамова О.В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНОЇ ГРАФІКИ У ВИВЧЕННІ ОСНОВ ДИЗАЙНУ ФАХІВЦЯМИ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ	79
<i>Музиченко В.М.</i> "MOTION DESIGN" У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	82
<i>Пантус Н.М.</i> ДЕЯКІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ГРАФІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ	84
<i>Чеплюк О.В., Посвалюк Н.А.</i> МУЛЬТИМЕДІЙНІ ЛЕКЦІЇ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ	86
<i>Пучко І.Г., Богданович О.Н.</i> ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ДИЗАЙНЕРА. АВТОРСКИЙ БРЕНД	88
<i>Савісько Р.І.</i> ГОЛОГРАМНА РЕАЛЬНІСТЬ ТА НОВИЙ ШЛЯХ В СУЧАСНОМУ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ	90

<i>Фефелов А.О.</i> ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ UNREAL ENGINE ПРИ СТВОРЕННІ ЕЛЕКТРОННОЇ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ	93
<i>Храмова-Баранова О.Л.</i> ЕСТЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТОВАРНОГО ЗНАКУ	94
<i>Rainer Schamberger</i> BORDER BETWEEN DEMANDED CONTENT AND VIRAL ADVERTISING	97
<i>Barb Green</i> THE CHALLENGE OF DOODLING	98
<i>Peng Jun</i> REFORM AND INNOVATION OF TALENTS TRAINING MODE FOR CHINESE-FOREIGN COOPERATION IN RUNNING SCHOOLS FOR ADVERTISING IN THE NEW ERA	99

Секція № 6. АРХІТЕКТУРА ТА ДИЗАЙН ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА: МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ОБ'ЄКТІВ ДИЗАЙНУ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ЇХ ЕСТЕТИЧНІ, СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ, ЕРГОНОМІЧНІ, ФУНКЦІОНАЛЬНО-ЕКСПЛУАТАЦІЙНІ, МАРКЕТИНГОВІ Й ЕКОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

<i>Абизов В.А.</i> ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА	103
<i>Гальчинська О.С., Пашкевич К.Л.</i> РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ЕКОДИЗАЙНУ ПРИ ПРОЕКТУВАННІ ОБ'ЄКТІВ ПРЕДМЕТНОГО СЕРЕДОВИЩА	105
<i>Грицаєнко Н.О., Білик А.А.</i> ЛОФТ ЯК ІМАНЕНТНИЙ НАПРЯМ ХІПСТЕРСЬКОЇ СУБКУЛЬТУРИ	109
<i>Сергієнко О.М., Данильченко Н.В.</i> ПЛАВУЧІ БУДИНКИ ЯК СТИЛЬ ЖИТТЯ	111
<i>Романенко Н.Г.</i> АКТУАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЧЕРКАСЬКОМУ РЕГІОНІ	114
<i>Сандік О.П.</i> ЕТНО ДИЗАЙН У ФОРМУВАННІ ОБ'ЄКТІВ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ	116

<i>Склярєнко Н.В.</i> СИМЕТРІЯ ПОДІБНОСТІ У ПРОЕКТУВАННІ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗАСОБАМИ СВІТЛА І ТІНІ	118
<i>Яковець І.О., Капітан Р.Б.</i> ДО ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ПРОЄКТУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ	120

Секція № 7. FASHION-ІНДУСТРІЯ ЯК ЧИННИК НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА КУЛЬТУРНОЇ ЄДНОСТІ ЛЮДСТВА

<i>Головчанська С.О., Векліч А.М.</i> ТЕНДЕНЦІЇ В ДИЗАЙНІ ЖІНОЧИХ БЛУЗОК ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ	122
<i>Агаджанян І.С., Артеменко М.П.</i> ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ПРИЙОМІВ ДЕКОНСТРУКЦІЇ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ СЕЗОНУ ВЕСНА - ЛІТО 2020	124
<i>Німець А.Ю., Кулешова С.Г.</i> КОЛІР ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ СТАН СПОЖИВАЧА ТА ВИРІШЕННЯ ЗАВДАНЬ КОМПОЗИЦІЇ КОСТЮМА	127
<i>Цимбал О.М., Білякович Л.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ СУЧАСНИХ ПОТРЕБ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ПРИ ПРОЕКТУВАННІ ОДЯГУ ПОЗАВІКОВОГО СПОЖИВЧОГО FASHION-СЕГМЕНТУ	130
<i>Якимчук О.В., Смєлік А.С.</i> ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНО НЕЙТРАЛЬНИХ ОБРАЗІВ ЗАСОБАМИ КОСТЮМА	132

Секція № 8. СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ І НОВАЦІЇ В АРТ-ОСВІТІ

<i>Більдер Н.Т.</i> ПСИХОЛОГІЯ ТВОРЧОСТІ — АПРОБАЦІЯ ВИБІРКОВИХ ДИСЦИПЛІН ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ХУДОЖНЬОЇ ОСВІТИ	135
<i>Прищенко С.В.</i> ЦИФРОВА УНІВЕРСИТЕТСЬКА ДИДАКТИКА: ТЕМАТИЧНИЙ САЙТ ЯК ЕЛЕМЕНТ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ	138

<i>Сорохан Г.О.</i> УПАКОВКА, ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ СТУДЕНТІВ	140
<i>Garry McDaniel</i> COACHING TO ACCELERATE PROFESSIONAL DESIGN SKILLS	142

Секція № 9. МАРКЕТИНГ, УПРАВЛІННЯ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО В КУЛЬТУРІ, МИСТЕЦТВІ ТА ДИЗАЙНІ

<i>Вискварка Я.М.</i> РЕКЛАМА У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ЛІДЕРА	145
<i>Волкомор О.Б., Артеменко М.П.</i> ВИХІД НА РИНОК МОНОЇ ІНДУСТРІЇ ДИЗАЙНЕРА- ПОЧАТКІВЦЯ: ПРАКТИКА РОБИТИ З ІНДИВІДУАЛЬНИМ КЛІЄНТОМ	147
<i>Матійко О.В., Матійко Н.О.</i> МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ ПІДХІД ПРИ РОЗРОБЦІ КОНЦЕПЦІЙ В СФЕРІ ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТУ	150

Алфьоров А.М.

*Старший викладач кафедри аудіовізуального мистецтва,
Харківська державна академія дизайну і мистецтв*

ПРИНЦИПИ ТА ПРИЙОМИ ВНУТРИКАДРОВОГО МОНТАЖУ: ФОТОГРАФІЯ, КІНЕМАТОГРАФ, ВІДЕО-АРТ ТА МЕДІА-АРТ

Історія візуальних мистецтв сформувала певні принципи та прийоми монтажності, які латентно існували в традиційній морфології образотворчого мистецтва. Принципи композиційного, світло-тіньового та кольорового побудування простору статичного традиційного зображення були повністю сприйняті фотографічним мистецтвом і втілені на іншій технологічній основі. В свою чергу, фотографія стала своєрідним монтажним "трампліном" для раннього кінематографу, який, оперуючи динамічним зображенням, об'єднав в системі внутрішньокадрового монтажу принципи серійного живопису імпресіоністів та здобутки світло-тіньових монтажних побудовань фотографії. Але, розвиваючись як самостійний вид мистецтва, кінематограф сформував принцип реалізації різних видів динамічних панорам, динамічних ракурсів, тощо в кожному кадрі кінофільму. Окремий кадр кінофільму тепер вже існував як "мізанкадр", в якому внутрішньокадровий та міжкадровий типи монтажів забезпечував змістовну, стилістичну, емоційну та технологічну єдність "мізанкадру" зі сценою, епізодом і фільмом у цілому. Поява у середині ХХ ст. концептуальних візуальних практик, насамперед, відео-арту, відобразилась на принципах внутрішньокадрового монтажу. Необхідність поєднувати динамічність відео зображення зі статикою, якої вимагала концептуалізація динамічного зображення, призвело до певної гібридизації принципів та прийомів монтажності.

На сьогодні відео-арт у своїх формах активно використовує принципи монтажної побудови традиційного образотворчого мистецтва, фотографії та кінематографа. Диджиталізація призвела до появи модульних монтажних схем, які дозволяють використовувати їх як цифрових зображеннях телебачення, так і сучасного медіа-арту, об'єднуючи у певні модулі з монтажними прийомами різних видів динамічного дизайну та сучасного аудіовізуального мистецтва.

Алфьорова З.І.

*Професор кафедри аудіовізуального мистецтва,
Харківська державна академія дизайну і мистецтв*

МОРФОЛОГІЧНІ ПАРАДОКСИ В СУЧАСНОМУ ВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Як відомо, сучасні морфологи-мистецтвознавці відчувають певний дискомфорт при пошуку узагальнюючих засад дослідження сучасних візуальних практик. Адже, навіть швидкий погляд на існуючі морфологічні утворення у цій царині, виявляє певну кількість проблематичних "зон" методологічного характеру. Будь-яка науково-інструментальна "мова" дослідника-мистецтвознавця все ж таки потребує категоризації предмету та об'єкту дослідження до реалізації наступних дослідницьких процедур. Такі традиційні естетичні категорії, як "образ", "твір мистецтва", "стиль" та інші, для морфолога-мистецтвознавця доповнювались категоріями "вид", "жанр", "жанроформа", тощо. Втім, сучасна практика візуального мистецтва внесла певні корективи у ці категорії та засади їх визначення. ASCII-арт, анімаційний дизайн, біо-арт, відео-арт, глітч-арт, інтерактивне мистецтво, телематичне мистецтво, традиджитал-арт, медіа-арт, мультимедійний дизайн, мушн-дизайн, тощо, – це далеко не повний перелік назв, які можна зустріти в науковій літературі, присвяченій сучасному візуальному мистецтву. Лише приблизний перелік назв існуючих візуальних практик викликає безліч методологічних питань: по-перше, чи можна визначити видову приналежність цих візуальних практик і на яких засадах? По-друге: яка морфологічна межа існує при визначенні видової та жанрової приналежності цих мистецьких утворень? По-третє, чи є методологічно коректним, уводячи категорію "візуальна практика", відмовлятися від визначень її видової та жанрової структури? І, наприкінці, які взаємовідносини і на яких засадах існують між видом, жанром і художніми формами сучасного візуального мистецтва?

Наближення до обговорення цих вкрай важливих питань є основою для пошуку певної системи наукового осмислення практичного матеріалу, який є хаотизованим, і об'єктивно методологічно не дослідженим.

Різні методології дослідження (від традиційного мистецтвознавства, семіотики, феноменології та інших, до "екзотичних", на кшталт, "есеїстичного"), стикаються не тільки з категоріальною невизначеністю новітніх морфологічних утворень, але

й з парадоксальними проявами основних принципів їх зародження та функціонування. Методологічне розмежування структур морфологічних систем з осередками їх практичного зародження, умовами формування та принципами функціонування, змогло б дозволити сформуватись тим системним дослідженням, яких наразі потребує сучасне мистецтвознавства та мистецька практика.

Бойко К.В.

*Магістрант кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

Ткачук В.І.

*Старший викладач кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

ПРЕДМЕТ ВІЛЬНОГО ЗАДОВОЛЕННЯ

Від здичавілості і грубого блаженства моралі людину оберігає культура смаку. Як уберегтися творцю від порочності свого часу, який охоплює його з усіх боків – тільки за допомогою вільного задоволення, без контрацепції в концепції. При спогляданні творів з кераміки Володимира Тачука простежуються іронічні образи юнацького максималізму молодого пенсіонера.

У декоративність форм майстра занурене глибоке джерело цензури сучасного мистецтва. Поклик повернення в бездонній криниці вічності бунтуючої невидимки, ковзає в полоні власної пустотності, розриває ідею Ю.М. Лотмана про те, що "культура в принципі є система норм, обмежень і дозволів".

Досліджуючи діяльність автора, задовольняє серце і розум, може послужити трьох-іксова серія робіт – "Група у Вуха". Пронизані чуттєвістю керамічні посудини канонічно смочуть (у вуха) еросакральну силу первісного мистецтва сучасності. Про натурність думки, про глибину в ім'я істини, дає уяву пластика робіт.

Поділяючи і пануючи, об'єднуючи і направляючи, Володимир Тачук демонструє з широких горнил свій стиглий плід – своє терамистецтво, провокаційно нагинаючи байдужу зацікавленість. Закинуті майбуттям і нескінченністю наготи твори, позбавлені почуття сорому, здійснюють акт втрати в собі себе – власної недоречності.

Важелем в творчості Володимира є робота "Жовток". Відверто хвилююча глибина філософської глибої – не яйце, а головка незнайомки, образ якої тремтить у вологості розплавленого скла, багатства фактури і палаючої палітри надглазурового кольору.

"Бажання хотіти – звільняє, так як хотіти – творити". Сюжет моделює втрату безмежності і всезагальності, остаточно руйнуючи звичне уявлення про красу, перетворюючи в порошок під гнітом високих уявлень пригнічену мораль висоти. Гостро відчуваючи дух часу, автор як вічний фонтан, спускає струмінь, розчиняючи порочність сучасності.

Якщо "Інтелігенція – лайливе слово", а людина творча – представник інтелігенції, то чи буде лихослів'ям вся його творчість чи лихослів'ям буде сам автор.

Таким чином, в роботі розкрито особливості творчого внеску кераміста В.Тачука у розбудову декоративного мистецтва на терені Херсонщини, визначено особливості сучасного формування світлонесучих форм та вплив новітніх конструктивних технологій мислення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шиллер Ф. Письма об эстетическом воспитании человека // Шиллер Ф. Собр. соч. В 8 т. Т. 6. Статьи по эстетике. М; Л., 1950.
2. Лотман Ю.М. Об искусстве. - СПб., 2000.
3. Гёте, И.В. Античное и современное / И.В. Гёте // Гёте И.В. Собрание сочинений в 10-ти томах. Т. 10. М.: Худож. лит., 1980.

Кузнецова І.О.

*Доктор мистецтвознавства, професор кафедри графіки,
ВПІ Національний технічний університет України
"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"*

Лільчицький О.В.

*Старший викладач,
Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури,
м. Київ*

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВІДОБРАЖЕННЯ СПОРТУ В СУЧАСНИХ ГРАФІЧНИХ СТИЛЯХ

Проблема стану здоров'я нації після карантину може стати дуже гостро, якщо не приділити достатньо уваги розвитку фізичної культури і спорту, а також пропаганді спортивного способу життя.

До сучасних графічних стилів відомі теоретики і практики графічного дизайну (ГД) Хеллер С. і Чваст С. відносять неомодернізм, вуличне мистецтво, рукописний літтерінг, політичний дизайн,

використання іконографіки і орнаменту [1].

Неомодернізм показує створення форми, що відбиває зміст, як реакцію на час, коли інформаційне насичення йде по експоненті вгору. Порівняльна сучасна елегантність об'єктів ГД досягається за рахунок функціональності, лаконічності і економності виразних засобів. Основна методика створення об'єкта ГД, що відображає по суті рекламу спорту (РС), - проста і чітко-елегантна геометрія сучасних форм. Найбільш часто може бути застосована в об'єктах поліграфічної промисловості.

Інфографіка - реакція на інформаційне перевантаження, може включати стилізовані зображення спортсменів і використовуватися при проведенні важливих спортивних заходів, наприклад, Євро-2012. Букви, утворюючи форму тіла спортсмена в динаміці, можливо відобразити за допомогою рукописного леттерінга. Використання декору допомагає замаскувати проблемні місця в об'єктах ГД і навряд чи відповідає сучасному сприйняттю РС. Політичний дизайн може використовувати зображення особистості відомого спортсмена в своїх цілях.

Завдяки детальному вивченню авторами особливостей вуличного мистецтва України [2, 3] склався ряд рекомендацій, що стосується не тільки методики створення об'єктів ГД в контексті навколишнього середовища, але і рекомендації міської адміністрації.

Висновки. Можна рекомендувати графічним дизайнерам, творця скульптури, муралів, живописцям звернути увагу на виразні прийоми, що допомагають підкреслити в відображенні особистостей відомих спортсменів і любителів спорту України задоволення від занять спортом, прагнення до перемоги і, при можливості, виконання громадянського обов'язку. Необхідно рекомендувати до реалізації для адміністрацій районів міста створення комплексу заходів щодо активізації залучення оформлення муралів стаціонарних огорож по РС. Рекомендувати звернути увагу адміністрації шкіл на використання сюжетних ліній, пов'язаних зі спортом, орієнтованих на сучасну трансформацію відомих українських казок, бажано спрямовану на гумористичне сприйняття світу. Необхідно звернути увагу на недостатньо вивчені можливості застосування для РС історичних і сучасних стилів. Методика створення об'єкта ГД, що відображає РС за допомогою засобів неомодернізму, може бути розроблена для поліграфічного дизайну. Інфографіку зі стилізованими зображеннями спортсменів раціонально використовувати при проведенні великих спортивних заходів. Використання прийомів політичного дизайну, рукописного літтерінга і, особливо, орнаменту менш рекомендовано до застосування з даного питання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Heller Steven, Chwast Seymour. Graphic Style From Victorian to New Century. New York: Pushpin Editions. 2011. 316 с.
2. Kuznetsova Iryna, Dudnik Igor, Lilchitskij Oleg. National and globalization features in sculptural, pictorial and font compositions of modern street art in Ukraine // DISEGNARECON. 2020
3. Кузнецова І.О., Лільчицький О.В. Особливості візуального відображення спортивного життя у вуличному мистецтві України. К.: Журнал "Art and Design", 2020. Вип. 2.

Полохович І.В.,

*Аспірант кафедри технології та конструювання швейних виробів,
Хмельницький національний університет*

Захаркевич О.В.

*Доктор технічних наук, професор кафедри технології
та конструювання швейних виробів,
Хмельницький національний університет*

СМАРТ-ТЕХНОЛОГІЇ В МИСТЕЦТВІ ТАНЦЮ

Запровадження електронного текстилю, або ж смарт-одягу у всі сфери діяльності людини не минає ні офіси, ні медицину, ні повсякденне життя і тим більше не минає митців, зокрема хореографів і танцюристів у створенні яскравого видовища на сцені. При постановці номеру важливі не лише цікаві рухи та музика, наповненість сцени танцюристами, а й змістовність танцю. Кожен хореограф скаже, що танець, – це розповідь, яку артист хоче донести до глядача. І тут вагомим є не лише, що танцювати, а й у чому.

Проте костюми для танцювальних колективів постають великою проблемою через їх значну вартість виготовлення та, часто, одноразовість використання.

Ідея застосування смарт-технологій при виробництві танцювальних костюмів дозволяє вирішити згадані проблеми за рахунок можливості змінити оздоблення костюму, його зовнішній вигляд в залежності від задуманого хореографом "монологу". В науковій літературі цілий ряд робіт присвячений розгляду саме такої ідеї [1-3].

Дослідженнями та розробкою смарт-технологій, які в першу чергу виконують функцію підвищення естетичних параметрів займаються: корейський дизайнер Дахія Сан, канадський модельєр

Юінг Гао, компанія Philips, промисловий дизайнер Леся Трубат, білоруський Інтернет-магазин EtereShop та ін [4, 5].

Аналіз існуючих розробок [6] та загальні відгуки показують, що попит на таку продукцію чималий. Проте, переважна більшість розробок належить власне самим споживачам у співавторстві з відповідними програмістами, або ж є занадто дорогою для придбання. Повна відсутність на українському ринку даного асортименту робить подальшу розробку досліджуваного асортименту одягу актуальною.

Для досягнення кінцевого результату – створення костюму із застосуванням смарт-технологій, було вирішено наступні завдання: проаналізовано сталі та додаткові вимоги до проєктованого асортименту виробу [7, 8]; досліджено взаємодію смарт-технологій з текстильними матеріалами при експлуатації [9]; розроблено прототип сценічного костюма з використанням смарт-технології.

Наукова новизна полягає у систематизації інформації щодо відомих смарт-технологій, можливостей їх використання в одязі та взаємодії з текстильними матеріалами, що дозволить розробити алгоритм вибору технології виготовлення смарт-одягу із заданими властивостями.

Результатом проведених досліджень та виконаних завдань є – прототипний зразок танцювального костюму виготовлений з трикотажного полотна і євро-сітки, на якій виконана вишивка світлодіодною стрічкою, що працює від автономного джерела живлення.

Джерело живлення (батарейки) інтегроване в костюм. Управління діодами виконується дистанційним пультом управління, який, оснащений функціями увімкнути/вимкнути, вбудовано 8 режимів роботи (7 режимів мерехтіння + 1 постійний), функція управління яскравістю і таймер вимкнення.

Наступним етапом планується провести тестування прототипного зразка в реальних умовах використання та оцінювання його роботи потенційними споживачами (учасниками танцювальних колективів). Для оцінки обрано метод семантичного диференціалу. Використання біполярних пар, що застосовуються в обраному методі, дозволить не лише, оцінити прототипний зразок, а й виявити та врахувати бажання потенційного споживача, для подальшого вдосконалення продукції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Magalhães J. H. Using Kinect for Smart Costume Design : MSc Dissertation: H00022955 / ., 2012. – 127 с.
2. Development and Utilization of Smart Festival Costumes for Korean

Traditional Costumes and Chinese Traditional Costumes / [Kim, Hee-Sook. Ko, Jooyoung, Yi, Wang etc.]. // Journal of Korea Multimedia Society. – 2019. – №22. – С. 70–78.

3. Michaela H. Designing (Inter)Active Costumes for Professional Stages / Michaela Honauer // Smart Textiles. – 2017. – pp. 279–302.

4. Ilesia trubat's ballet shoes electronically trace the movements of dancers [Електронний ресурс] // Designboom. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.designboom.com/design/lesia-trubat-e-traces-ballet-shoes-phone-app-10-24-2014/>.

5. EtereShop [Електронний ресурс]. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.etsy.com/shop/EtereShop>.

6. Zakharkevich O. Analysis of smart clothing range / O. Zakharkevich, N. Dik, I. Poluchovich. // magazine for Textiles, Clothing, Leather and Online Technology. – 22. – №7. – С. 166–170.

7. Небогатикова О. Є. Удосконалення процесу проектування костюму для театру та кіно / О. Є. Небогатикова, Н. В. Садретдінова. // Технології та дизайн. - 2018. - № 4. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2018_4_4.

8. Вакуленко О. М. Костюм у бальній та сучасній хореографії [Електронний ресурс] / Олеся Михайлівна Вакуленко // Наукова бібліотека України – Режим доступу до ресурсу: <http://www.info-library.com.ua/libs/stattya/326-kostjum-u-balnij-ta-suchasnij-horeografiyi.html>.

9. Полухович І. В. Аналіз смарт-технологій, що застосовуються при виробництві танцювальних костюмів / І. В. Полухович, О. В. Захаркевич. "Молодь – науці і виробництву – 2020: Інноваційні технології легкої промисловості" // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, 13-15 травня 2020 р., м. Херсон (Україна), Херсонський національний технічний університет, 2020 р. – 47-48 с.

Jana Maneva-Chuposka

Full. Prof., Ph.D.

European University Skopje

North Macedonia

CLOTHING AS A UNIQUE SOCIAL AND IDENTITY CODE

Fashion is important and has a great influence on the personal side of the personality. It can be considered as a metaphor of freedom, as a kind of social identity that assumes certain criteria and special behavior, since, even

more so, we tend to adjust our personal relation to objects and events (not only in clothing) to different fashion trends.

When discussing fashion, alongside with its other aspects and meaning, its identity can be analyzed, too; identity that does not refer to the national identity, but the identity by choice. In fact, fashion's role is very important in terms of personality, that is, fashion directly affects their social identity. Fashion contains several categories: manner of dressing, fashion style itself, human need for fashion, fashion and fashion changes, fashion and ideology, fashion and artistic styles, fashion and its "seduction strategy", and fashion and market. Following the rules of fashion, i.e. the "expectations" of the future fashion predictions, nowadays, people adapt to fashion trends by further enhancing their personal fashion identity. "It exists on a particular kind of immodernity; it exists in the repetition of forms, starting from their death and their concentration as signs one next to each other in a timeless zone. Year after year, fashion skillfully combines what *used to be* with a great deal of freedom. In this way, current *fashion excellence* is created" [1].

Clothing's function is to emphasize the personality of the person, their position in society, their status, and character. With the very fact that, nowadays, we are all fashion consumers, we can discuss a person's own expression through the choice of buying clothes. Thus, throughout many decades, we use the opportunity to emphasize our personal identity through the possible combinations and fashion accessories.

The unique fashion style as a unique identity code and the personal autonomy of creating the personal identity through fashion and clothing is characteristic to the period from the second half of the twentieth century to the present.

Fashion designers from the second half of the twentieth century were noted for searching for a new fashion and "freedom" that directly influenced many social events: the emergence of the "Fashion Revolution" in the 1960s and 1980s, the appearance of the "avant-garde clothes", the "street style", the "Radical Chic", as well as the "punk fashion" in England led by the British designer Vivian Westwood (Fig. 1).

The research is based on an analysis of a number of publications, which are presented below [1-7], as well as personal experience and scientific and theoretical views of the author.

The research on the topic "Clothing as a Recognizable Social Identity Code" draws conclusion that all the decades that are part of the twentieth century should be considered as periods of revolutionary transformation of clothes through several styles that directly influenced the individual, as well as the entire social system, all represented by the examples of the emergence of the avant-garde clothing by the Russian and the Italian futurists, the emergence of the street style, the influence of fine art on the

creation of new clothes demonstrated by the pop art, the influence of the radical style of clothing and the most extreme example of the punk movement.

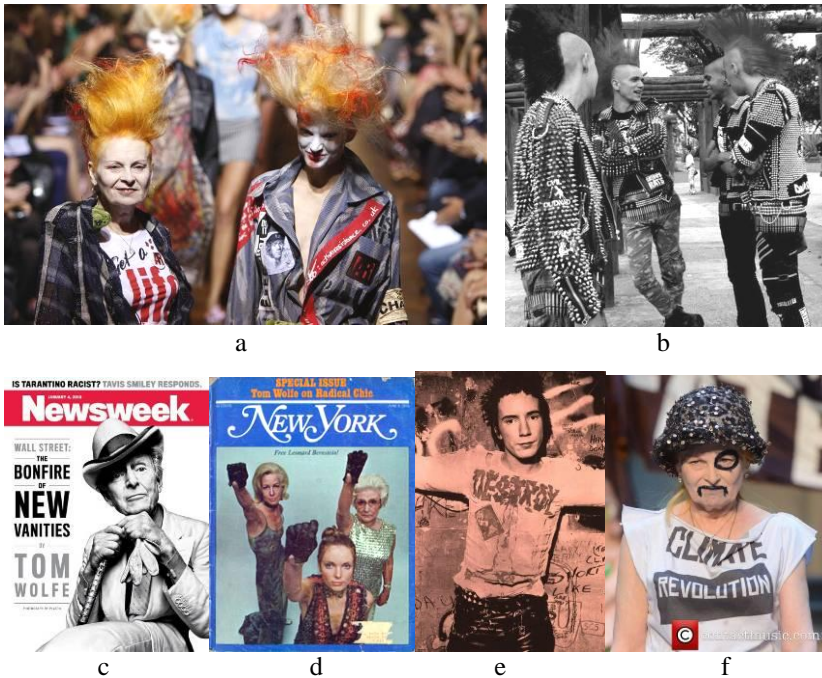


Fig. 1. Examples of the manifestation of a unique social identity in clothing:
a- Vivienne Westwood – "Punk does it Better" Spring/Summer 2010 collection;
b- The punk movement;
c- The writer Tom Wolfe on the front page of the "Newsweek" paper;
d- Tom Wolfe and his radical style propaganda;
e- Johnny Rotten, the Sex Pistols singer;
f- Vivienne Westwood

The paper analyzes emphasizes the role of clothing through the strong human need for expressing personal freedom and identity by creating new clothes with many symbols, messages and forms that remained credible witnesses of the examples achieving their goal through various fashion signatures, having different identities, being more or less extreme, and expressing different fashion "freedoms" and "truths."

REFERENCES

1. Cvitan – Černelić, Mirna, Bartlett, Djurdja, Vladislavić, Ante Tonči. *Moda. Povjest, sociologija i teorija mode*. Zagreb: Školska knjiga, 2002.
2. Flaker, Aleksander. *Ruska avangarda*. Zagreb: Sveučilišna naklada Liber/Globus, 1984.
3. Fukai, Akiko (ed.). *Fashion. The Collection of the Kyoto Costume Institute. A History from the 18th to the 20th Century*, Köln: Tashen, 2004.
4. Honnef, Klaus. *Pop Art*. Köln, Taschen, 2004.
5. Jones, Terry & Mair, Avril (ed.). *Fashion Now*. Köln: Tashen, 2001.
6. Seeling, Charlotte. *Fashion. The Century of the Designer 1900-1999*. Cologne: Könemann, 1999.
7. Јана Манева-Чупоска, *.Колекција (авторизирани предавања)*. Скопје: EYPM, 2010.

Aykut Alp GÜREL
Res. Asst. Trabzon University
Fine Arts Faculty Sculpture Department
Betül KARAKAYA
Asst. Prof. / PhD
Mugla Sitki Kocman University
Fine Arts Faculty Ceramics Department
Turkey

USED COTTON PIECES IN KARAKAYA'S AND GÜREL'S CERAMICS

Considering textile products, cotton is among the most frequently used materials. It is being used technically with variety in a wide scope, ranging from thread to fabric within the industry. Being the most basic form and product of cotton, cotton thread is the starting point for all cotton textile. It can be used personal (either out of necessity or as a hobby), as well as professional by tailors, on weaving looms, and both the small ateliers and factories. Cotton is also a material that is highly reusable. So because of the thread's reusable content, all the forms would be too up to a certain extent.

In daily life it is an offhand or a common thing for an unused cotton product to become a new sweater, a worn-out cloth to become a rag doll or a duster. And sometimes, a favorite piece of worn-out clothing is transformed into a small patch or lining and kept alive. In addition to its socio-economic value, this kind of recycling contributes aesthetic value to

human life. Moreover, worn-out and transformed pieces also appear in art; forexample as a layer in painting or as a form of element in sculpture.

Search for a medium in artistic practices emerges from the desire to create a difference among the practitioners. Variety of material and techniques, play an active role for the artists to find a unique approach.

Ceramic art which has unlimited opportunities/possibilities in regards of the material, varies from shaping to firing. Thus, paving the way to new discoveries. Since ceramic material is a material that can be improved and renewed, it stands out within this context among other art branches. With the purpose of the improvement, forming the ceramic with other renewable materials would let us push the limit of this context and step forward in the field of ceramics.

So, as a ceramic artist how can we benefit from cotton waste and what could be made out of them?

Use of Cotton Textiles in terms of Abstract and Surface Opportunities

Broken Pieces of Migration - Using etamine as a surface

Layers are created by dipping the cotton etamine fabric into the porcelain slip. Acting like a skeleton, fabric increase the strength of the surface while drying . And leaves its texture onto the surface after firing and burns out completely. This surface transforms to the base for under glaze painting.

The ceramic wallpanel named "Broken Pieces of Migration (Göç kırıkları)" carries marks from artist's experiences, from the day the birth to present, just like the ceramics' journey from the soil to the final exhibit. Generally, past experiences and issues are being covered up, however, the ones' are not few who thought it valuable. So, instead of hiding them, stains that are created on the surface and breaks that willingly made after the firing are highlighted with golden gild, as a tribute to those experiences. The overlapping layers and the cracks among them are virtually embracing. The technique, which reflect the kintsugi philosophy were used. Contrary to the popular belief, the goal is to emphasize the value of injuries are the most important value that needs to be polished.



Fig. 1. Betül Karakaya, Broken Pieces of Migration (Goc Kiriklari), 2019

There is Always Hope- Cotton thread enlacing

After being dipped into the porcelain slip, cotton thread is wrapped on the surface of leather-hard form, this application not also supports the conceptual content but also adding decorative elements. Each coiled thread rises the hope for future with in the rows.



Fig. 2. Betül Karakaya, *Hope*, 2020

Use of Cotton Textiles in terms of 3D Figurative Possibilities in Ceramics

Sockers - Using socks for characters

Everyone has worn-out old socks. Therefore, one of the most accessible cotton wastes is old socks. Ripped, torn, worn-out or unused cotton socks could be used as an aesthetic product. And, can be given artistic value, by being turned into ceramic. There are many styles and shapes of socks. Also, there are many figurative possibilities, depending on the sock. Because of the structure and qualities of the material, technique that is being used in creating the figure, contexture of the sock, style of the figure, etc., it is possible to create distinctive features. Moreover, both some pieces or the entire sock, different pairs of socks, and other materials can be used and combined together as well. Some samples of caricaturized works formed with socks can be seen below.



Fig. 3. Aykut Alp Gürel, *"Sockers"2020,"Sockers" 2018*

Knotted Figures and Ceramigurumies – Using knotted and knitted dolls for characters

Knitting has a place in many people's lives. Especially people who live in cold climates have lots of knitted clothes. It is also a fairly common hobby, and in many cultures, there is a tradition of gifting knitted clothes,

accessories and toys. So, considering the situation, it is not difficult to come by unused, old and damaged cotton knit clothes. They could also be figuratively used by cutting some parts of these clothes and combining in a different way, unraveling the knots and using the material in a different knitting project, and directly using knitted objects (such as babies and toys). There are many knitted clothes in various styles and shapes. With the cotton and thread that is being knitted, knitting style, technique that is being used to create the figure etc., it is possible to create distinctive features on the figure. Plus, due to the different knitting techniques on the used pieces, a rich texture could be achieved as well. The words ceramic and amigurumi creates a new word ceramigurumies; because the properties of amigurumies still continues on the surface of the ceramic. Even it is fired and turns into ceramics, life of them not shades but evolves. Some samples of ceramigurumies can be seen below.



Fig. 4. Aykut Alp Gürel, "Venus"&"MoM" 2015, "Odd'ness" 2015, "Sangre Azul" 2014

Herd of Mine - Sack mold: Using etamine for organic textured forms

Etamine fabric has a distinct texture and a porous structure despite being tightly woven. Due to the thin and porous structure, the possibility of using etamine as a mold may come off as unrealistic, however, surprisingly it has water absorption quality, much like the plaster mold.

Etamine would be used to create specific forms by sewing it into a sack, hanging it somewhere, and turning it into a mold. Depending on the woven surface, sewing done and hanging form of the sack, and the amount of liquid ceramic, many various forms could be obtained. And distinct surface texture could be achieved by using different sides of the fabric. You can see samples of different textures and shapes below.



Fig. 5. Aykut Alp Gürel, "Herd of Mine"2020, "Herd of Mine" 2017

Process of transforming a waste organic material with a different purpose and further repurposing can be evaluated in a sustainable and an ecological context. Contrary to the inorganic material, organic material burns out from the clay body due to the high temperature. However, its texture and effect on the clay body remains permanent. And in the process of applying and burning out, it stretching the boundaries of ceramic, and helps creating various clay bodies.

In general, sustainability is based on physical-material permanence. However, sustainability within the context of this technique has a conceptual-perceptual quality. Even though its own existence burns out, organic material, which is being used as additive material, creates morphological change on the clay body and exits in a new form. Also that would be said discarded textile materials made from cotton could achieve a new life and durability, by turning them into ceramics.

In this study, most accessible cotton materials were selected for these techniques. It is also open to diversification and improvements. Process of the organic materials rising from their ashes and continuing their conceptual-perceptive existence by literally becoming a work of art could be named as "Konrul (phoenix) Technique".

As many as other, we fellow ceramic artists tried to benefit from cotton waste in our way and to see what we could made with our style. So, let's join together and see how can we benefit from cotton waste and what could be made out of them from now on!

Ayşe Canbolat
Proficiency in Art, Assistant Professor,
Muğla Sıtkı Koçman University,
Fine Arts Faculty,
Department of Ceramics,
Muğla-Türkiye

FROM REAL OBJECT TO CONCEPT

With the Post-modern process emerging after modernism, expression in art has greatly expanded and diversified. The biggest contribution to the expansion of these expression possibilities in the field of art has undoubtedly been overcoming material and size restrictions as a result of industrial and technological developments. With the Conceptual Art emerging in this period that freed the artist, the subject and content of the art has changed significantly. As an extension of this change and transformation, the use of the object itself in art has manifested itself in the use of its representation or in the form of molding from plaster in areas such

as ceramics and sculpture. As a method frequently used in the field of ceramics, production is carried out with different applications such as taking the mold of the ready-made object into the mold and casting from the mold. The object known as egg carton or viyol in Turkish, which can be considered as one of these productions; In the dictionary of the Turkish Language Association; It is defined as "a special container made of waste material that aims to protect the egg during sale". Since it is made from waste paper, it includes an ecological approach; It is a functional object used for carrying eggs in a stable way. But; It is recycled or disposed of as waste after it fulfills the egg tray function. Although it is an object that can be used again and again as long as it is not wet, stained or contaminated, it is mostly considered waste for humans. Egg tray, as an object of daily life, is at the focus of my recent works. Based on the real object, the plaster mold of the egg tray used to transport a fragile and sensitive food such as an egg is taken, and the ceramic egg trays produced from casting mud and clay turn into a means of expression by blending them with concepts. Egg egg trays, which are cut in certain shapes such as square, circle or triangle in daily life, are produced in colors such as earth color, gold gilding, white and black. These egg trays produced in certain colors are detached from the horizontal plane we are used to seeing and presented to the viewer with a different perspective. Apart from the forms and colors that the audience knows and is accustomed to, the egg tray presented to the audience is associated with many different themes such as vulnerability, sensitivity, pain, violence, victimization, death-life.

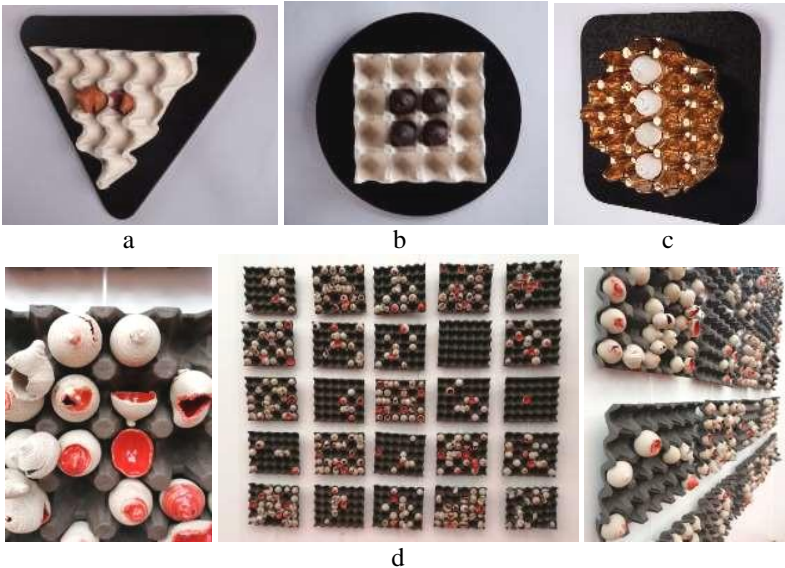


Fig. 1. Ceramic Artworks of Ayşe Canbolat

The spherical units, which are similar to the egg shaped in the potter's wheel, but stand out as an element of women when considered in detail, are connected with the woman. The role of the woman in reproduction is associated with many concepts such as the importance of the egg in human life, the continuation of the generation and reproduction. This association is used in the work as the main elements that support the concept with both form and color dimension and strengthen the expression. When looking at the work from a distance, the use of egg-shaped units primarily creates the perception of eggs. Audience; When he approaches to examine the work, he realizes that the unit inside the egg tray looks like an egg but is a very different object from the egg. The whole or fragmented, broken, bent, deformed form of this object is used to reflect a wide variety of pains related to the experiences of women in society who have experienced a wide range of pain. Although the egg-like units sometimes become white, black, brown, cobalt blue or speckled, the color red is generally used inside the unit. Red as a color that contains many meanings about women; first of all, besides being the color of lust, passion and love, it is also the color of pain, blood, life, death and revolution.

These items belonging to women placed on ceramic egg trays like eggs emphasize how thin, naive, delicate and fragile the woman is. For this reason, it also underlines the need to show the woman the sensitivity to eggs that need to be transported carefully and carefully. Egg-like forms, which were used in different ways in the artist's early works, are used in various forms and with different forms, and today it is encountered with the use of egg trays.

Близнюк М.М.

*Доктор педагогічних наук, доцент,
Полтавський національний педагогічний університет
імені В.Г. Короленка*

ТЕМА ЕТНОДИЗАЙНУ В КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДХОДУ

Актуальність проблеми екологічного підходу до формотворення об'єктів дизайну в сучасному періоді багатовекторної екологічної еволюції так званої "другої" (рукотворної) природи (архітектурно-дизайнерського середовища), як фактора сталого розвитку, обумовила необхідність теоретичного осмислення ускладненої екологічної ситуації, що склалася у формоутворенні дизайнерських речей, які оточують нас і з якими людина щоденно знаходиться в тісному контакті. Націленість дизайнерської освіти на виховання та формування художньо-проектної діяльності дизайнера на засадах екологічного мислення сприяє розвитку екологічної свідомості українського суспільства в цілому [1, 2].

Серед наукових досліджень слід виділити роботу Махмуда Алі Хассана Аль Субеха (кер. Н.Є. Трегуб), який підтвердив, що екологічна проблема не має абсолютної новизни в історико-культурному розвитку суспільства, а також те, що не існує екосистемного середовища ідеальної якості. Зібрані відеоматеріали з інтерв'ю закордонних дизайнерів дозволяють визначити головні програмні цілі проектної діяльності в контексті екологізації середовища життєдіяльності. Так, наприклад, директор дизайнерського бюро Braun Рамс Д. (Former Design Director Braun Dieter Rams) визначає, що є хорошим дизайном: це інноваційний, корисний, естетичний, зрозумілий, простий, ненав'язливий, довготривалий, продуманий до дрібниць, екологічно чистий. За його висловлюванням, хороший дизайн – це як найменше дизайну. Давін Стівел (Davin Stowell CEO & Founder Smart Design) вважає, що "...дизайн повинен робити життя легким, комфортним. при цьому людина не повинна замислюватися над цим". Ендрю Бловелт (Andrew Blauvelt Designer Curator Walker Art Center) виділяє три напрямки дизайнерської діяльності [3, с.275], тобто:

1) розглядання дизайну з формальної точки зору (формальна логіка об'єкту, акт надання форми, форма перероджує форму);

2) розглядання дизайну в рамках символізму (зміст того з чим маємо справи, ритуали використання, культурний символізм конкретного об'єкту);

3) розглядання дизайну в контекстуальному змісті (технологічний контекст, об'єкт направлений на відношення об'єкта та людини).

Етнічні скарби національної культури з усім розмаїттям образно-символічних форм є джерелами інновацій в дизайн-творчості і саме вони зумовили появу й функціонування окремого терміну в теорії і практиці мистецтва – "етнодизайну" [4, 92-93].

Основною задачею етнодизайну має бути спрямування на забезпечення екологічного ставлення до людини, знаходження радості через актуалізацію та підтримку глибинних культурних цінностей, духовності. Японський теоретик К. Екуан [5] визначає радість як головну мету дизайнера і показник якісного дизайну. О. Генісарецький [5] також акцентує увагу на важливості врахування в дизайн-проектуванні "віртуальних станів" споживачів.

Тема етнодизайну є вельми актуальною, але доволі складною в контексті проектних пропозицій, оскільки на рівні теоретичного аналізу існує чимало наукових статей, монографій, матеріалів конференцій, енциклопедій [1-6], зокрема описових публікацій у ЗМІ, чого не можна сказати про реалізацію конкретного дизайн-продукту. Суперечливість новаторства й традицій особливо виявляється в мегаполісах та великих містах: технологізація та промислова стандартизація об'єктів, відірваність населення від природи не сприяють широкому використанню етнічної стилістики. На цьому етапі її можна побачити в замських будинках, проектуванні окремих тематичних інтер'єрів, меблів для готелів, ресторанів чи закладів культури, в сувенірній продукції, упаковці, одязі, аксесуарах та декорі [6, с.417].

Етнічне відродження пов'язане з активізацією зацікавленості широких мас у пізнанні власної історії, культури, традицій, з підвищеним прагненням через культурно-мистецьку діяльність усвідомити свою самобутність. Етнічному виживанню сприяють вибіркове запозичення й контрольовані культурні контакти. Відродження національної культури – це процес якісного оновлення її основних компонентів, що передбачає їхня повноцінне функціонування згідно з потребами сучасного та майбутнього розвитку, національного життя [9, с. 43-44].

Є. Антонович вважає, що універсальність національної культури як феномену інтегрує досягнення українського народу та має

особливості гармонійного саморозвитку, вимагає такої соціокультурної організації суспільства, яка б сприяла системному духовно-культурному розвитку кожної особистості [1]. Національна культура, маючи високий виховний та освітній потенціал, виступає потужним чинником розвитку людини, її соціалізації, індивідуалізації, етнокультурної ідентифікації. Зміни у сприйнятті, осмисленні та впровадженні національних культурних надбань і регіональних особливостей у художньо-проектну практику ХХІ ст. висувають як першочергові завдання пошуку українського національного стилю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонович Є.А. Етноренесанси в культурі ХХ ст. та їхні етнодизайнерські виміри. Етнодизайн: європейський вектор розвитку і національний контекст: збірн. наук. праць / упорядн. і відп. ред. Є. Антонович. Полтава: ПНПУ, 2015. Кн.1. С. 7-11.
2. Бондаренко В., Кривуц С. Питання екології в системі міського середовища. Сталий розвиток – стан та перспективи: Матеріали Міжнародного наукового симпозіуму SDEV'2018 (28 лютого-3 березня 2018 року, Львів-Славське, Україна). Львів, 2018. С. 72-73
3. Тругуб Н. Екологічні дизайн-концепції у формотворенні середовищних об'єктів. Сталий розвиток – стан та перспективи: Матеріали Міжнародного наукового симпозіуму SDEV'2018 (28 лютого-3 березня 2018 року, Львів-Славське, Україна). Львів, 2018. С. 274-275.
4. Руденченко А.А. Розвиток обдарованості студентів вищих навчальних закладів засобами етнодизайну: теорія і практика: монографія. Київ: Видавництво НПУ ім. Драгоманова, 2016. С.91-95.
5. Дробноход М.І., Вольвач Ф.В., Іващенко С.Г. Концептуальні основи формування екологічного мислення та здібностей людини будувати гармонійні відносини з природою : [Кол. моногр.]. Київ : МАУП, 2000. 76 с.
6. Сиваш І.О. Концептуальні засади етнодизайну в Україні. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Мистецтвознавство. № 3'2018. С.416-420.

Жуков І.О.
*Старший викладач кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

КІЧ ЯК ПОКАЗНИК СОЦІАЛЬНОГО ЗАНЕПАДУ СУСПІЛЬСТВА

Вважається що повноцінне культурне явище під назвою "СТИЛЬ", яке охоплювало всі сфери людської діяльності скінчило своє існування з приходом XX сторіччя. Тому що потім підуть стилістичні напрями , які будуть охоплювати невелику частину культурної сфери діяльності людини , тому зміна цих напрямків, буде дуже стрімка.

Але на цьому культурному фоні, підспудно зріє та знаходить свій розвиток таке псевдо культурне явище як "КІЧ".

Згідно тлумачення "Вікіпедії" - Кіч – це одне з явищ масової культури, синонім псевдо мистецтва.

У роки XX сторіччя не дуже мирно, але співіснували три типи естетичної культурної дійсності: високе мистецтво , андеграунд і кіч. Перше - ніша офіційної ідеології, друге - ніша інтелігентської міфології, третє - соціально-психологічна ніша обивательської картини світу. Всі три існували в єдиному просторі, взаємно заперечуючи і підживлюючи один одного.

Однак останнє направлення, через засоби масової культури, (бо воно є породженням цієї культури – її дитиною) отримало всі можливості стати провідною ланкою культурного направлення людства. Бо воно не змушує замислюватись над своїм культурним розвитком, не розвиває жагу самовдосконалення, а на відміну від цього підтримує у людині почуття самолюбвання, чванства та унікальності (у негативному аспекті цього поняття). Але ж людина – це соціальна частина суспільства, тому ідеологія "кічизму", стає основною.

Її починають пропагандувати усі засоби масової культури, її пестять та поширюють, а потім ми з вами, з дому починаємо вередувати, говорячи що все це безлад та несмак. А чому так сталося ? Чи не тому що ми хочемо жити простіше?

Кіч - ментальний засіб зробити світ твердим, надійним, прозорим для буденної свідомості, для "простої людини". Звідси - особлива потреба нормального обивателя зробити цей світ придатним для життя шляхом приручення його прикрасою звичного побуту, підлаштуванням під свої звички.

Кіч має свій розвиток, та являє собою всеосяжне явище, в нього багато прихильників, та ортодоксів. Зараз всі явища культури заражені цим вірусом – він охопив всі сфери діяльності людства. Подивіться навкруги: мультимедійні канали , архітектура, мистецтво, мода, ідеологія - все знаходяться під впливом маскультури, а завдяки їй і кіча. "Культури" в класичному розумінні цього слова майже немає, зате скільки завгодно КІЧУ !

То чому це не "СТИЛЬ" - всеосяжний , та нерушимий .

Чому у шановній "Вікіпедії" цьому явищу присвячено всього одна строка, і все, де історія розвитку, дати? Всі соромляться закриваючи очі та стараючись не помічати, що ми оточили себе кічевою культурою, та бачимо кіч на кожному кроці. Можливо слід пристальніше подивитись на це явище, щоб оцінити загрозу суспільству. Через безлад який воно несе.

Зіненко А.В.

Мистецтвознавець,

м.Фредерік, Меріленд, США

Зіненко Т.М.

Кандидат мистецтвознавства,

завідувач кафедри образотворчого мистецтва,

*Національний університет "Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка"*

ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНОГО КОДУ НАРОДУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ГОНЧАРСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПЕДАГОГІЧНОЇ І ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАТАЛКИ КОРМЕЛЮК)

Наталія Кормелюк (уроджена – Шалай) – американська художниця і педагог українського походження. Вона народилася у Німеччині, навчалася у Нью-Йорку, де здобула ступінь бакалавра з історії та педагогіки. У 1973 році вступила до Антіохійського університету у Вашингтоні [1], який закінчила, отримавши ступінь магістра мистецтв. Вона викладала кераміку, скульптуру у середніх школах штату Нью-Йорк, відома як майстер студійного осередку Української спадщини при Менор Джуніор коледжі у Філадельфії, працювала директором мистецької студії, проводила вечірні курси з кераміки для дорослих у різних штатах, викладала курси з порцеляни на художньому відділенні Hood college у місті Фредерік (штат Меріленд).

Зацікавлення гончарством прийшло до Наталії Кормелюк ще на початку 80-х років минулого століття і переросло у справжню пристрасть. Слід зазначити, що підхід до вивчення керамічних технік, дослідження глин і технології формотворення кераміки у культурних регіонах носить характер не копіювання чи запозичення прийомів, взятих із різних культур і епох, а прочитання через точку зору сучасного художника з академічною освітою глибинного коду, втіленого у кераміці. Особливе місце у цьому процесі належить, беззаперечно, кераміці українській. Цій меті був підпорядкований перший великий керамічний проект – повна реконструкція української кахляної печі XVIII століття при Пітсбурзькому університеті у Пенсільванії. "Усвідомлення спадковості могутніх культурних традицій пробудило таланти, запалило його бажанням продовжити українське мистецтво у власній творчості [2]. Вперше відвідавши Україну у 1989 році, Наталія Кормелюк мала на меті досліджувати конкретно історію українського гончарства через спілкування з гончарями, як безпосередніми носіями споконвічних традицій. Особливе місце у цьому спілкуванні мало знайомство з родиною Пошивайлів з Опішного на Полтавщині, зокрема, з яскравою і творчою особистістю – Явдохом Пошивайло (1910 – 1994). Відвідання рідної землі мало неабиякий вплив на подальше становлення Наталії Кормелюк, хоча відстороненого у просторі спілкування з Україною вона ніколи не полишала, провадячи активну роботу у Спільноті українок Америки, літніх таборах Спільноти української молоді, учителювавши у англомовних класах при Рідній школі у Філадельфії. Але починаючи з 1989 року вона мріяла побувати в Україні знову. Така нагода трапилася 2017 року під час відвідин Національного музею-заповідника українського гончарства в Опішному. "Дух гончарства, гончарських традицій тут є. Я його відчуваю" – розповідала художниця під час КЕРАМОрезиденції у 2018 році. Впродовж 2018-2019 року спілкування з мистецьким середовищем України перейшло зі сфери віртуальної у сферу реальну: вона була художнім куратором Е-Літньої академії гончарства в Опішному (2018 – 2019), працювала у резиденції музею, проводила майстер-класи, лекції, творчі зустрічі, ділилася досвідом з учнями Колегіуму мистецтва та студентами Національного університету імені Юрія Кондратюка. Підсумком роботи у арт-резиденції стала виставка "Діалог з глиною", на якій було представлено близько ста робіт, виконаних у техніках, притаманних різним культурам світу: японській (раку), корейській (селадони) тощо. "Експоновані твори демонструють палітру досконалих прийомів та сміливих творчих експериментів з українською глиною, ангобами та поливами, що базуються на ґрунтовних знаннях технології кераміки. У США українська мисткиня надзвичайно потужно творить власний

стиль, що впевнено означає новітнє продовження національного стилю української кераміки. Вона робить свою справу натхненно й усвідомлено, захоплюючи високою майстерністю й глибиною внутрішнього світу. Саме тому твори Наталі Кормелюк – довершені функціонально й за художньою образністю. Її творчість – актуально сучасна поза кордонами держав і, що найголовніше, – наскрізно прийнята Україною [2].

Таким чином, дослідження національної ідентичності шляхом вивчення гончарства – як глибинного джерела, у якому закодовано знаки і символи епох, вірувань, світогляду є важливим і актуальним. Особливого значення у цьому контексті набуває досвід реконструкції кераміки, який складається із трьох взаємоцінних складових: вивчення історичних та мистецьких особливостей; вивчення технологічних особливостей формотворення, декорування, випалювання тощо. І як результат – створення авторських мистецьких творів, які сповнені духом і сенсом нерозривності генетичної пам'яті. Цим займається сама і навчає інших по усьому світу людина, яка за словами видатного керамолога Олесея Пошивайла "покликана творити глиною про Україну і чие ім'я серед світових геніїв з українською душею"[3] – Наталія Кормелюк.

ЛІТЕРАТУРА

1. Райнер Ірина. У Філядельфії запланована мистецька виставка //Свобода: український щоденник. Нью Йорк, субота, 3 жовтня 1987 року. Ч. 190, С. 4.
<http://www.svoboda-news.com/arxiv/pdf/1987/Svoboda-1987-190.pdf>
2. Невкрита Жанна. "Діалог з глиною"
https://www.facebook.com/pg/MuseumOfPotteryInOpishnya/photos/?tab=album&album_id=1853417598051168
3. Привітальна листівка з нагоди дня народження Наталії Кормелюк. 17 лютого 2019 року.
<http://old.opishne-museum.gov.ua/?start=320>

Луговський О.Ф.
Кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну,
Черкаський державний технологічний університет

ВІТЧИЗНЯНА ДИЗАЙНЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ТЛІ ЗАКОНОТВОРЧИХ ІНІЦІАТИВ У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Згідно дослідження агенції економічного розвитку PPV Knowledge Networks в рамках проєкту "Моніторинг розвитку дизайну в Україні" програми "УКМ: Український культурний монітор" за підтримки Українського культурного фонду, спостерігається стрімкий розвиток українського дизайну протягом 10-ти останніх років [1]. Відбувається це, на думку авторів дослідження, завдяки позитивній динаміці економічного розвитку держави. У найбільших містах формуються сталі дизайн-спільноти, відбуваються профільні заходи, започатковуються нішеві видання. Але головне – формується запит бізнесу на професійні дизайнерські послуги.

Разом із тим оцінити внесок дизайну в економіку України складно, оскільки не розроблено методології оцінки його внеску у вартість кінцевих продуктів. У розвинених країнах, наприклад, Великобританії, рада дизайну виокремлює термін "економіка дизайну", що визначає цінність, генеровану використанням дизайну у різних індустріях. Зокрема це робота дизайнерів у власне індустріях дизайну, представників інших професій в індустрії дизайну та дизайнерів в інших сферах економіки. В Україні, де розвиток дизайну регламентується ще постановою Кабінету Міністрів України "Про першочергові заходи щодо розвитку національної системи дизайну та ергономіки і впровадження їх досягнень у промисловому комплексі, об'єктах житлової, виробничої і соціально-культурної сфери" (від 20.01.1997 р. за № 37), як було сказано вище, результат втілення завдань, сформульованих цією постановою в фінансовій площині оцінити наразі складно. Причин цьому багато, але головна полягає в тому, що структура економіки держави ще не стимулює активного залучення потенціалу дизайну в галузях де створюється найбільша додаткова вартість кінцевого продукту. Наприклад, мова тут може йти про предметний і промисловий дизайн. Рано чи пізно вітчизняний ринок дизайну, як і будь-який ринок буде орієнтований і залежний від кваліфікованих кадрів. Згідно згаданого дослідження, наразі більшість дизайнерів-практиків в Україні не має вищої дизайнерської освіти, а традиційний дизайн-освіти (у ЗВО) як альтернатива, з'явилася неформальна: незалежні школи, приватні курси і лекторії.

Разом із тим Міністерством освіти декларується, що обдаровані громадяни країни, зокрема майбутні дизайнери, можуть отримати шанс на вищу освіту в ЗВО України на бюджетній формі навчання. Так, згідно закону "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення освітньої діяльності у сфері вищої освіти" від 14.01.2020 р. передбачається, що зі 100% балів при вступі 65% можуть складати результати творчого конкурсу оскільки ЗНО не може сповна відібрати спроможних навчатися по цій програмі вищої освіти. Втім у цьому законі це єдине положення, що безпосередньо стосується бажаючих навчатися дизайну. Все інше розгортається на тлі запропонованих законотворчих ініціатив, тому можна звернутися до деяких із них і проаналізувати як це транслюється на дизайн-освіту.

Отже, пропонується узаконити дуальну освіту (навчальний заклад готує фахівця разом з бізнесом і до 70% часу студенти навчаються на підприємстві). Дуальна освіта – це фактично робочий час, прописаний в навчальній. За нього студент отримує зарплатню і здобуває практичні навички. Так, наприклад, студент-дизайнер закріплює знання конкретних робочих інструментів і набуває практичний досвід. Можна констатувати позитив такої ініціативи, але наразі часто існуюча "дуальність" спричинена в першу чергу фінансовими труднощами у сплаті за навчання, тому частіше за все студентидесь працевлаштовуються скоріше з метою вирішити проблеми життєзабезпечення в умовах "нових реальностей".

Університетам пропонується ввести для своїх вступників мотиваційний лист і це може складати до 1% конкурсних балів. Думається, що наразі ця ініціатива важливіша для абітурієнтів ніж для ЗВО, що прагнуть залучити якомога більше нових студентів у свою дружну сім'ю.

Також у законі сказано, що всі студенти мусять мати індивідуальний навчальний план – так втілюються можливості для індивідуальної освітньої траєкторії. Це свого роду дорожня карта по навчанню, яку студент для себе обирає: там і вибіркові дисципліни, і екзамен одразу можна скласти без відвідування занять тощо. Тут для творчих спеціальностей необхідно розробити механізм втілення цього пункту закону з умовою, що студент не зможе скласти певні дисципліни вибравши свою творчу концепцію лише на тому, що він "так бачить".

Зрозуміло, що важливим питанням для вищої освіти є питання фінансування університетів. Тепер фінансування відбуватиметься не лише за кількістю студентів. Будуть оцінюватися результати їхньої діяльності, зокрема працевлаштування випускників на посадах, які вимагають кваліфікації вищої освіти, а не будь-де. Але тут виникає суперечність, оскільки, зі слів заступника міністра освіти та

науки Єгора Стадного [2], у законі спробували знайти нішу для молодшого бакалавра (2 роки навчання). Закон дозволив на рівні молодшого бакалавра робити освітню програму не просто на стику спеціальностей, а між цілими галузями. Це взято із американського досвіду, але тут слід також додати, що звичним явищем у розвинених країнах є те, що протягом трудової діяльності людина може кілька раз змінювати професію і це лише сприяє її самореалізації і наповнює життя сенсом і приємностями. Тобто переосмислення приходить не лише під час навчання, а значно пізніше. Приклад геніального українця Шевченка Т. Г. теж тому яскраве підтвердження. Зі слів самого Тараса Григоровича: "...живопись – моя будущая профессия, мой насущный хлеб ..." [3], а ким він став для світової культури усім відомо – безсмертні поезії генія читає не одне покоління поціновувачів творчості великого українця.

І, звичайно, не оминув закон питання оплати за навчання. Для незаможної частини населення держави дано чіткий меседж – дешевої вищої освіти не буває. Законодавці вважають, що через демпінг на ціни на контракт університети привчили людей до сприйняття вищої освіти як чогось недорогого. Тож закон зупиняє пагубний демпінг, коли університети на кожній вступній кампанії намагаються підглядіти у конкурента і запропонувати нижчу ціну. Тому держава буде встановлювати мінімальну ціну на контракт на певні спеціальності уже з літа 2020 року. Передбачається, що запровадження індикативної собівартості вплине на якість навчання, зарплат викладачів і забезпеченості університетів. Науково-педагогічних працівників же це питання турбує ще й тому, що у них теж є діти, і не усім випаде навчатися за державний кошт. Тому, звертаючись до біографії Шевченка Т. Г., у новій вищій освіті окрім таланту, наполегливості і бажання навчатися абітурієнта-дизайнера має супроводжувати ще й везіння. Як от – бути козачком у поміщика, потім щоб хтось викупив із кріпацтва, допоміг вступити до академії, клопотав про стипендію і т.д.

Підсумовуючи, можна зазначити, що наразі дизайн-простір України багато в чому формується завдяки професіоналам, закоханим у свою справу. Кадри для цієї сфери творчої діяльності готують багато закладів вищої освіти, але якість послуг багато в чому залежить від запиту суспільства на власний якісний вітчизняний продукт, важливою складовою в якому буде внесок дизайнера. Жодне законодавство не гарантує ідеальних умов для когось чи чогось, особливо в умовах коли головною ознакою стану поля, що піддається законодавчому регулюванню є невизначеність. За таких умов окрім надії на світлі перспективи вітчизняної дизан-діяльності і дизан-освіти треба багато працювати і знати законодавство, щоб везіння додавалося як приємний бонус до звершень, здобутих власними силами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Стан розвитку дизайну в Україні. [Електронний ресурс] // Режим доступу:
https://www.ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Ukrainian_Design_Monitoring_PPV_2019_UA.pdf
2. І. Андрейців, К. Хорошак. Що буде зі вступом, навчанням та управлінням в університетах: інтерв'ю заміністра МОН Єгора Стадного. [Електронний ресурс] // Режим доступу:
<https://life.pravda.com.ua/society/2020/01/21/239627/>
3. О. Лазаревський. Т. Г. Шевченко. Біографія. Спогади про Тараса Шевченка. — К.: Дніпро, 1982. — С. 19-26.

Ткаченко Р.В.

*Кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри культурології,
мистецтвознавства та філософії культури,
Одеський національний політехнічний університет*

СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В МУЗЕЙНОМУ ПРОСТОРІ

Музейний простір зіткнувся з проблемами світової пандемії і став заручником розвитку музеїв у новому тренді. Тепер музей йде в повну віртуалізацію, де його аудиторія без відриву від екрана монітора і необхідності залишати будинок в умовах самостійної ізоляції може відвідувати музейні зали та галереї. Змінюється середа музейної експозиції та її глядача, вимоги до технічного обладнання музею та цифрових технологій, шляхи залучення та збереження аудиторії в умовах конкуренції віртуальних розваг. Людина в процесі інформаційного перевантаження все більше втрачає здатність концентрувати свою увагу і перед музеями стає все більш очевидною необхідність боротьби за нового глядача. Сучасні цифрові технології все більше піднімають планку очікувань молодого досвідченого відвідувача музею і показують музейному менеджменту необхідність перетікати в цифровий потік у відповідності з новими запитами часу. Музей розширює свої кордони і робить доступними і відкритими свої бази знань. Сюди ми можемо віднести архіви, колекції, бібліотеки. Оцифрована культурна спадщина у проектах OpenGLAM і Flickr Commons доступна для вільного використання. Європейська платформа опублікувала API, що дає доступ до мільйонів експонатів з

1500 музеїв по всій Європі. Проект Google Art'Culture стає дуже популярним. Тут можна зробити віртуальні подорожі по музею, створити власні колекції і розглянути витвір мистецтва в деталях. У сучасних реаліях, щоб не втратити свою аудиторію і місце в світовому рейтингу, музей повинен забезпечити віртуальний тур.

Існує не тільки віртуалізація музейного середовища, але і геймпізація, яка за останні десять років набирає обертів у музейному бізнесі. Існує концепція гаджетів- гідів, де функція екскурсовода, музейного викладача бере на себе інтерактивна гра-квест. Це може бути симулятор фізичних процесів і конструктор, як Lunchball наукового музею Лондона або MicroRangers американського музею природознавчої історії. Також музей мистецтва Метрополітен у Нью-Йорку також запустив інтерактивну мобільну детективну гру, вбивство в Met. Галерея Тейт створила гру "На перегони з часом", де головний діючий персонаж хамелеон зберігає кольори світу. Яскравим прикладом ігор, розроблених спеціально для музеїв, є гра про доісторичних людей Смітсонівського інституту. Щоб залучити громадськість до виставкових залів, великі музеї стежать за цифровими пристроями і презентують їх, як тільки нові продукти стають доступними. Тепер гаджети Nintendo 3 DS не тільки надають відвідувачу додаткову інформацію, але і відстежують його маршрут у музеї, прокладаючи в потрібному напрямку. Cooper Hewitt Smithsonian Design Museum у Нью-Йорку придбав інтерактивні панелі для більш поглибленого вивчення колекції музею. Тут ви можете малювати зі спеціальними стилосами і сформувати власну віртуальну колекцію. Особливе захоплення викликає сенсорна стіна Клівлендського музею мистецтв, на дванадцяти метрів якої відображаються всі доступні експонати музею. Тут можна вивчати колекції, створювати свої власні і зберігати свої улюблені експонати, підключаючись через Bluetooth.

Сьогодні цифрові технології доступні буквально усім і відіграють важливу роль у сучасному музейному маркетингу і менеджменті. Віртуальна реальність замінює простір у музейних залах, і тепер відвідувач музею може повністю зануритися в інтерактивну пригоду на відстані. Повністю розширюються межі уявленого – це може бути подорож у глибини моря, і навіть у тіло людини. Куратори виставок та експозицій за допомогою цифрових технологій можуть втілити найфантастичніші ідеї та концепції музейних проєктів.

Віртуальна реальність допомагає ввести музейні предмети й об'єкти в контекст історії і часу, дати відвідувачам гострі відчуття розширеної доповненої реальності. Технічні нововведення дозволяють любителям живопису потрапити всередину картини або побачити простір у тривимірному аспекті, поговорити з історичними персонажами. Однією з важливих переваг VR технології є можливість

насолоджуватися виставкою після закінчення презентації в музеї. Для співробітників музею технологія VR є цінним інструментом, який змінює спосіб засвоєння інформації і дозволяє передати почуття людини той чи іншої епохи, перенестись у інші світи. Однак, є проблема симуляційної хвороби, коли може початися запаморочення або навіть нудота. Це пов'язано з розділенням людського тіла між людиною і віртуальним світом, в який занурюється його свідомість. Симптоми можуть включати головний біль, дезорієнтацію і подразнення очей.

Варто відзначити, що сьогодні є досвід повного переміщення музею у віртуальну реальність. Музей Кремера представляє більше ніж 70 картин голландських і фламандських майстрів, які доступні тільки у форматі VR. Цей проект допомагає насолодитися виставками, не виходячи з дому. І такі тенденції піднімають питання про музейний простір і його майбутнє, а саме: Чи залишиться музей у реальному світі або повністю переміститься у віртуальний простір? Час покаже.

Carmen Imbach Rigos
Argentina

LANDSCAPE OF ABSENT BODIES

"Paisaje de cuerpos ausentados" is based on sustainable materials. It is an outdoor installation exhibited during sixty days over which the process is documented through photographs and videos.

Description of the work of art

The installation reflects the need to become aware of the problems caused by the enormous inequality towards women in all areas, and is supported by the feminist analyses of some theorists. It depicts the violence against women that usually occurs in their homes, the places paradoxically conceived to provide protection and shelter.

The artistic project is based on the use of Nature as the context and not merely as a support, combining the visual and written languages and bringing them closer in a virtuous dialogue that makes it impossible to differentiate one from the other.

The visual language is depicted in the dresses made with three different thread colors. The use of white threads expresses emptiness and absence; the red threads refers to blood, pain and family ties, while the black threads represent death. Eventually, the visual language is reflected in the embroidery of the faces of women and children.

The written language is expressed in the phrases drawn and embroidered above the black dresses. These expressions are taken from the dialogues that occur in some household scenarios, as the result of behaviors naturalized through continuous repetition, which usually lead women to get trapped, and sometimes to tragic consequences. Phrases like:

"I tried to get free but I couldn't –his strength was greater than mine".

"He's very jealous and sometimes he goes overboard".

"Sorry, you know I love you".

All the writings are located on the dresses at chest level, as marks that point at the traces left by these words.

The materials used in this installation are the same that have traditionally been used by women to craft their work, with the purpose of rescuing them and transforming them in the building block of my work.

After a thorough research with these textile materials including sewing threads, macramé and binders, I tried different techniques such as superimposition and juxtaposition, until I obtained a large framework that enabled me to handle them to create the pieces with which I work. This is a personal technique that I call "needle-free fabric".

Thus, I created a 2m x 4 m (6.7 ft. x 13 ft.) installation made up of 30 pieces or modules that are repeated and that we will call dresses, arranged by color -red, black and white-, one on top of the other. The cluster of overlapping dresses with the black ones in the first place, included a red text that could be read at first sight. Above the white dresses there are the embroidered faces of children and women showing through the threaded pattern, their eyes highlighted with different, vulnerable looks, with hidden fear.

The work was mounted on a bed of tree branches found onsite (The Botanical Garden) arranged in mounds. The inner space that was created among the branches served at night as a shelter for rabbits with their offspring and other animals that abound in the area. As the days went by, Nature gradually transformed the landscape adding its own subtleties, sounds and smells, and changing the light as well.

The greenery sprouted amidst the textures of the warp woven with threads as if it were part of it, establishing a close, harmonious dialogue among the wefts. Day after day, a web was knitted among the bodies (dresses) until they were completely buried.

How long did it take for the materials to disintegrate

The installation, made with sustainable materials, was outdoors for 60 days at the beginning of the autumn in Madrid, and subject to climate change, differences of temperature, rain and wind. Meanwhile, the vegetation grew continuously and in approximately 3 months, it had covered the entire work.

According to my research, the estimated time for the disintegration of the materials used was approximately two years.

"Landscape of absent bodies" was displayed in a Botanical Garden area at the Complutense University of Madrid, where the Biennial of textile art Word Art Textil -WTA- was held. The work was exhibited in the category Large Format - Open Air, and won the third prize.

The botanical garden is an area especially designed for family outings, encouraging visitors to walk freely along the inner paths. On the occasion of the exhibition, the visitors walked into the space being aware that they would find works on display in the open air.

The installation was located far from the path, with the purpose of arousing the spectators' curiosity to move away and step on the grass to be able to walk through it, getting involved with time and space, becoming actors and main characters of the stated act, and encouraging a potential reflection and/or action around the play.

Piled up, stacked, overlapping dresses that might have once tucked in the bodies of women who were then violently robbed of their lives. Bodies thrown out into the open and abandoned to their fate in the hope that justice will ever come to their rescue.

In our society, patriarchy is the prevailing order also in Justice, an area in which this domination becomes more conspicuous, especially in the cases of gender violence where justice is more absent, hence supporting certain men's actions and leaving many women out in the most absolute cold.



Fig. 1. Artworks of Carmen Imbach

CONCEPTUAL MEMORY OF "RAG DOLLS"

The memory includes complex spaces that contain collective memories. These memories can bring answers to build a new order in the present, making a new way of thinking about human relationships in the future.

Having been able to establish the deaths of women as femicides is because humanity was able to put into words (through the struggle of women) that which is not named. The acts committed in the history of humanity (towards women) were of the utmost seriousness in a cultural and institutional context of discrimination and gender violence, accompanied by a set of actions of extreme violence and dehumanizing content, such as torture, mutilation, burns, cruelty and sexual violence against women and girls. Today all these victims come to mind as images of overwhelming savagery, to begin to clean up so many rivers of blood spilled by themselves and others.

Thanks to the ancestral memory of the women that we join into these struggles, we have managed to put the absolutism of the patriarchy whose plunged us for centuries among the ropes!

Introduction

In this work, after the series "Emancipated Bodies" (with which I participated in the exhibition held in Lugo-Galicia-Spain, with the association of Feminist Artists "White, Black, Magenta", to which I belong) I put again the metaphor in the body is at stake. But here specifically in the women's body, with a symbolic representation (rag dolls). I multiply this, equalizing the number of femicides, which continue to grow annually and which has increased even more in this confinement, which, although it was the first vaccine against the Covid 19 pandemic, has made the place of neglect even more visible that women have within their homes, a place understood for protection, but nevertheless it is where one of the most difficult dangers to eradicate lurks.

In this series I continue and advance with textiles, which allows me and contributes to delve deeper into the subject, enriching the artistic metaphor.

Interweave these fabric bodies naming the kinships of the femicides, through the written word, made in silicone; with the roots, dry leaves and red threads that unite in points of the same color, marking the place of the hearts of the victims, building a large tapestry of different fibers that bring to light the difficulty of humanity to end these deaths.

Technical aspects.

The piece measures 2m. X 3m long. One of the assemblies is made on a wall from 2 meters high and continues on the 1m X 2m floor forming a mat. Rag dolls is purely Textile.

The pieces of fabrics in a neutral range with different textures, are the ones that I make the dolls with. Neutral cotton threads and red silk threads forming the branches of rivers of blood. The words that name the relationships with the victims made of silicone, will be interwoven with all the variation of fibers and with the dried vegetables, leaves, roots, putting together a tapestry that reconstructs the network of the most painful femicides, which do not cease and become they try to bury. But somehow nature, as a heartbreaking cry, exposes the most grotesque events, producing, in some way, an act of justice.

The written words are: husband, partner, ex-partner, lover, father, uncle, grandfather, abuser, rapist.

This work, like most of the last series, proposes a crossing of languages. The combinatorics is given by two languages. Visual and written language.

Visual language

It is in the representation of the dolls made in patchwork of neutral fabrics, different threads in red and neutral. The use of red threads refers to blood and family ties pain. Finally, the visual language is reflected in the highlighting of lines that mark the female genitalia and the synthesis of the faces of dead women and girls.

Written language

It is expressed in the words about the bodies, naming the relationships of the femicides with the victims.



Fig. 1. Artworks of Virginia D'Angelo

**ДЕКОРАТИВНЕ І ПРИКЛАДНЕ МИСТЕЦТВО:
ІСТОРИЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ, ТЕХНОЛОГІЧНІ
ПРОЦЕДУРИ, АРЕАЛЬНІ ОЗНАКИ, ОСОБЛИВОСТІ
ПОЄДНАННЯ УТИЛІТАРНИХ ТА ЕСТЕТИЧНИХ ФУНКЦІЙ**

Зосім О.Л.

*Доктор мистецтвознавства,
доцент кафедри академічного і естрадного вокалу та звукорежисури,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, м.Київ*

**РУКОПИСНІ КАНЦІОНАЛИ ТА СПІВАНΙΚИ ЯК
ЕСТЕТИЧНИЙ ОБ'ЄКТ**

Сучасна музикознавча наука усе частіше звертається до рукописів давніх піснеспівів, розшифровуючи та відтворюючи їх сучасною нотацією для подальшої науково-критичної публікації й виконання. Сьогодні однак усе частіше трапляються публікації або розміщення в Інтернет-просторі автентичних рукописних нотованих джерел, оскільки розшифровки не завжди точно передають усі особливості запису нотного та вербального текстів. Знайомство з оригіналами рукописів, а нерідко й виконання безпосередньо з автентичних джерел без розшифровки сучасною нотацією суттєво впливає на розуміння глибинної сутності музичного твору тієї епохи, коли його було створено.

При роботі з рукописами музикант-виконавець хоч-не-хоч звертає увагу на його зовнішнє оздоблення, і не лише з прагматичної точки зору (якісно написаний рукопис легше відчитується), а й естетичної. Зауважимо, що естетичний компонент в рукописах, у тому числі й музичних, не є необхідним у порівнянні з друкованою продукцією, де він обов'язковий. Нотні рукописи, що писалися для власного вжитку, не повинні були відповідати якимось усталеним естетичним критеріям, хоча текст мусив бути написаний розбірливим почерком, як і ноти. Тим не менше, європейські та українські рукописні книги для церковного, паралітургичного та позалітургичного співу відповідали вибагливому естетичному смаку. Каліграфічний почерк, красиво вимальований нотний текст, ілюстрації – усе це робило музичні рукописні книги справжніми художніми шедеврами.

Найбільшу увагу естетичному компоненту приділяли переписувачі літургичних книг через їх сакральний статус. Меншу увагу на зовнішні параметри звертали скриптори при записі паралітургичних піснеспівів та співаників релігійних пісень для

домашнього використання. Головним завданням переписувача було зробити текст максимально "читабельним" для музикантів та усіх тих, хто буде виконувати ці твори. Тим не менше, переписувачі часто намагалися зробити рукописні музичні книги естетично привабливими.

Для прикладу розглянемо польський нотований рукопис 1586 р. з жіночого бенедиктинського монастиря в Станьонтках (Польща). Більшість рукописів монастиря оцифровані і знаходяться на окремому сайті (<http://staniatki.studiokropka.pl>), де кожен може ознайомитися з цим безцінним матеріалом, який, до речі, проливає деякі моменти і на історію української музики. Указаний канціонал в науці фігурує під шифром Kancjonał A. Відоме ім'я його переписувачки, яку звали Зоф'я Страдомська (Zofia Stradomska), як і дату, коли його було розпочато (1586 р.).

На початку канціонала розташовані літургійні григоріанські піснеспіви, записані регіональним варіантом хоральної нотації – готичним (рис. 1). Зовнішнє оформлення є простим, без особливого оздоблення та малюнків, що в цілому відображає західну традицію оформлення літургійних книг. Не можна сказати, що оформлення є ідеальним, однак воно цілком гармонічне з точки зору і функціональності, і естетики.



Рис. 1. Kancjonał A (1586).

Арк. 7 зв. – 8. Canticum I. Alleluia. Ab arce sydera

Канціонал містить не лише літургійні, а й паралітургійні піснеспіви, які виконувалися бенедиктинками на літургії під час великих світ (Різдво, Великдень тощо). Ці піснеспіви виконувалися з інструментальним супроводом, а тому записувалися італійською нотацією (даний рукопис, як і більшість з монастиря у Станьонтках, є погласником, тобто записував в одній книзі не всю багатоголосну партитуру, а лише один голос). Фрагмент на рис. 2 містить один з голосів чотирьох ренесансних латиномовних різдвяних пісень. Хоча ця сторінка рукопису також належить перу тієї ж переписувачки, він

зовнішньо виглядає по-іншому, що було пов'язано з використанням іншого типу нотації, де було більше можливостей виявити індивідуальний почерк. Як і в попередньому прикладі, на цих сторінках рукопису немає особливих прикрас, проте сам запис є чіткий для прочитання, а розташування текстового і нотного матеріалу є цілком гармонічним з естетичної точки зору.



Рис. 2. Kancjonał A (1586). Арк. 19 зв. – 20. De sublimi arce poli.
Puer nobis nascitur / Dzieciątko się narodziło. Florent florent lilia celi.
Dominus natus est

На рис. 3 ми бачимо цікаве поєднання двох типів піснеспівів – григоріанський (внизу) та ренесансний (вверху). І хоча це доволі нетипово, обидва вони розміщені на тих самих сторінках рукопису, суміщаючи в одній площині два типи музичних піснеспівів і два типи нотації, подібно до того, як вони сусідять і в літургійному просторі. Різноманітність нотацій робить загальне оформлення більш строкатим, але гармонічність у цілому збережена, передусім завдяки нестрофічній формі піснеспіву "Witały Jesu przenasłodziły"



Рис. 3. Kancjonał A (1586). Арк. 47 зв. – 48. Witały Jesu przenasłodziły.
Melchisedech rex Salem

Не можна не сказати про одну особливість рукописних канціоналів та піснеників, а саме їхню потенційну відкритість, що їх

принципово різнить від друкованих видань. Тому у рукописних канціоналах та пісенниках зазвичай не витримується загальний "високий" тип оформлення (див. рис. 4), орієнтований на друковані видання. Найчастіше останні сторінки рукописів не лише записані іншими почерком (почерками) – в них втрачається почуття гармонії та естетики, характерне для основної частини рукопису. Ця особливість притаманна і українським пісенникам, оскільки є загальною для рукописних канціоналів та співаників.



Рис. 4. Канціонал А (1586). Арк. 81 зв. – 82. *Omni die dic marie.*

Таким чином, рукописні канціонали і співаники ренесансної і барокової доби орієнтуються на традицію середньовічних рукописних книг та друковані видання, прагнучи втілити в їх оформленні естетичні принципи рівноваги і гармонії. Проте утилітарна функція цих рукописних книг з тенденцією постійного розширення репертуару у процесі користування створює специфічний феномен зниження естетичного рівня книги аж до повного його нівелювання в останній частині.

Лісунова Л.В.

*Кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри образотворчого мистецтва,
Харківський національний педагогічний університет
ім. Г.С. Сковороди*

ЕСТЕТИКО-МЕНТАЛЬНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ТРАДИЦІЙНОГО УКРАЇНСЬКОГО НАРОДНОГО РОСПИСУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО В СУЧАСНОМУ ЕТНОДИЗАЙНІ

В умовах відродження, розбудови і подальшого розвитку незалежності України, звернення до проблем розкриття ментальності українського народу засобами мистецтва набуває особливої

актуальності. Сучасні умови відродження українського мистецтва вимагають нових підходів до вивчення і сприйняття безцінного духовного надбання народу – українського народного розпису. А саме: розкриття засобами декоративного мистецтва ментальності українського народу як невичерпного джерела творчого потенціалу особистості. На думку Найдена О.С. орнаментика в традиційній культурі відігравала надзвичайно важливу роль, акумулюючи в собі надбання народу в галузі мистецтва та його знання про оточуючий світ [1.С.5].

Інтерес до традиційного українського народного розпису в умовах глобального домінування культури технократичного суспільства в сучасному мистецькому середовищі нерідко супроводжується поверховим трактуванням і як результат – копіюванням мотивів народного українського розпису без глибокого дослідження його витоків, традицій і еволюції, зв'язку з фольклорною культурою і тому не завжди вдалим застосуванням народного розпису в сучасному етнодизайні. Необхідне наукове осмислення українського менталітету та його окремих структурних одиниць. Це вимагає пошуку нових та реставрації традиційних категорій таких, як "філософія серця" (кордоцентризм), "національна ідея", "суспільний дух", "колективне несвідоме", "душа народу" та зв'язку цих категорій з традиційним народним мистецтвом. Розробкам цієї проблеми присвячені праці Найдена О., Нікішенко Ю., Ніценко В., Павлуцького Г., Супруненко В., Томенко М., Целік Т., Чижевського Ю., Сковороди Г.С..

Але цього не достатньо. На сьогоднішній день є актуальним пошук нових підходів до вирішення питань зв'язку декоративного мистецтва і перш за все традиційного українського народного розпису з теоретичним осмисленням українського менталітету і його основних аспектів, і в світлі цього – з природою, поезією, пісенністю, чутливістю, сентиментальністю, образотворчістю.

Узагальнюючи результати досліджень української ментальності Г. Сковороди, Р. Додонава, П. Юркевича, О. Кульчицького, В. Храмова та ін. можна виділити такі головні ознаки української ментальності як:

- Кордоцентризм – перевага серця над головою (емоційно-естетичний кордоцентризм).
- Особливо значуще становище жінки, зокрема жінки-матері. "Україна – мати", "ненька-Україна", що виражає характер патріотизму як відданість дітей матері.
- Антеїзм як духовний зв'язок українців з оточуючим середовищем [2].

Як зазначив М.Костомаров народ, одухотворяючи природу, оживлює її, природа одержує в його очах розумне буття. І входячи в твори народної поезії, народного мистецтва, одухотворена природа є в широкому сенсі символом - вираженням любові до природи.

В народній культурі українців найбільш часто зустрічається символіка:

Геометрична: "сігми"(спіралі), "меандру"(хвилястої лінії) (Полтавщина, Буковина, Херсонщина), "трикутників з гребінцями", "квадратів" (Київщина, Покуття, Волинь), зображення "Берегині", (Полісся, Поділля), зображення "церкви" (Гуцульщина); **рослинна:** "дубового листа", (Наддніпрянина), "листа калини" (Слобожанщини), "винограду" (Поділля) мотиву "Світового дерева", "Вазону" (Київщина, Поділля) та **зооморфна:** "пташок", "рибок" (Поділля), "оленя" (Гуцульщина), "ластівки", (Полісся), "бджіл", (Курщина), **символічних елементів зображень тварин:** "заячих вух", "ведмежих лап" (Київщина, Полтавщина) - орнаменти усього народного мистецтва українців.

В статті "Семантика українських вишитих рушників" Ю. Мельничук виділяє орнаменти, які найбільш часто зустрічаються на рушниках: дерево життя (дерево роду, квітка, вазон) – центральний символ у рушниках; рослини – виноград, дуб, антропоморфні мотиви; зооморфні мотиви; космогонічні сюжети; геометричні знаки та символи. Перераховані орнаменти найчастіше зустрічаються в сучасних вишивках, килимах, гобеленах, писанках. Цими орнаментами декорують сучасний одяг, різні аксесуари одягу, виконаному в народних традиціях. За висловом Ю.Мельничука, ціла когорта майстрів народного мистецтва з великим задоволенням відтворює рушники думками, почуттями, руками, переживаючи великі містериї, які записані в їх узорах.

Сучасним майстрам дизайну особливо до вподоби використання петриківських орнаментів. Свято-Юріївський храм – одна з найоригінальніших архітектурних пам'яток столиці. Це перша сучасна українська церква, оздоблена петриківкою майстринями Галиною Назаренко та Іриною Кібець. А відомий дизайнер, засновниця торгової марки "RUTA" Людмила Бушинська представила нову колекцію рівня haute couture "Петриківська чепурушка".

Сучасний стиль національного дизайну будинку майстри підкреслюють традиційним орнаментальним оформленням шпалер, а також традиційним розписом стін, традиційним українським петриківським розписом дерев'яного посуду: таць, мисок, баклаг, чарок, салаток, сільничків, дерев'яних ложок, неповторними вишивками рушників та серветок, традиційним різьбленням орнаментів меблів та традиційним розписом скринь.

ЛІТЕРАТУРА

1. Найдено О. Орнамент українського народного розпису: витоки, традиції еволюція. Київ: Наук. думка, 1989. С.65.
2. Сошников А. Ментальне покликання української філософії в контексті соціокультурної репрезентації збережених смислів. Харків: "Майдан", 2003.140с.

Одрехівський Р.В.

*Доктор мистецтвознавства, професор кафедри дизайну,
Національний лісотехнічний університет України, м. Львів*

ЕТНОДИЗАЙН В ЗАХІДНИХ ОБЛАСТЯХ УКРАЇНИ (ПЕРША ТРЕТИНА XX СТОЛІТТЯ)

На початку XX ст. поруч із еkleктичним наслідуванням історичних стилів у дизайні щораз частіше почали з'являтися твори, в образному вирішенні яких помітний вплив українського, передусім, народного мистецтва. У мистецтвознавчій науці останнє явище має кілька назв: "руський стиль", "стиль з певними рисами народності", "український модерн" тощо [1, С. 75] у тому числі й "український стиль" [1, С. 77], хоча, видається, доцільніше назвати його течією. Творчі пошуки в національному руслі на західноукраїнських землях з кінця XIX ст. розтягнулись аж до початку 40-х рр. XX ст. [2, С. 20].

Це стосується також і дизайну інтер'єру: церковного, житлового, громадського тощо. Особливо це помітно у застосуванні орнаментально-композиційних структур традиційного гуцульського плоскорізьблення. І це не дивно, бо на межі XIX та XX століть особливості гуцульського стилю в Галичині трактувалося як відображення національних особливостей [3, С. 125]. Незважаючи на важливість та популярність у першій третині XX століття цієї течії до сьогодення ця оригінальна і неповторна сторінка української культури так і не нашла достатнє висвітлення у наукових публікаціях.

Серед іконостасів, в оздобі яких по всій поверхні застосована гуцульська плоскорізьба, виділяється чотирьохярусний іконостас церкви Різдва Пресвятої Богородиці (1935 р.) з с. Ворохта (Надвірнянський район Івано-Франківської обл.). Автором іконостасу є відомий гуцульський різьбяр Василь Турчинюк (1864 - 1939 рр.). Ідентифікація авторства не викликає жодного сумніву, якщо порівняти цю манеру різьби зі збереженими роботами Василя Турчинюка у церкві Св. Юрія с. Дуліби (Стрийський район Львівської обл., 20-ті рр.

XX ст.), у церкві Різдва Пресвятої Богородиці м. Делятина (Івано-Франківська обл.), перевезених в останню з церкви Св. Іоанна Богослова с. Луг (побіля м. Делятина) та низки інших об'єктів. Зрештою, більш ґрунтовно це питання опрацьовано у інших публікаціях автора цього матеріалу [4].

У дизайні житлового інтер'єру у гуцульському стилі відзначимо діяльність видатної української дизайнерки Олени Кульчицької. Адже саме за проектом мисткині були виконані меблі у її власному помешканні у Львові (рис. 1). Традиції народного бойківського та гуцульського мистецтва застосовані не тільки у художньо-конструктивних особливостях меблів, але і у специфіці профілювання та різьбленого декору.

Прекрасним зразком українського стилю є пансіонат "Гражда" у с. Рафайлово (із 1946 року – Бистриця Надвірнянського району Івано-Франківської області). Особливості цього комплексу досліджуємо завдяки збережених фотографій із 1938 року відомого польського фотографа Генріка Поддебського. У характері архітектури помітні особливості народного дерев'яного зодчества. Також у образному вирішенні інтер'єрів прослідковуємо виразний вплив гуцульського та народного деревообробництва, металіства, кераміки. У декорі плоскорізьбою та профілюванням переважають стилізовані сюжети рослинного мотиву та солярних знаків.

Традиції народного мистецтва можна, звичайно, застосувати і у творчості сучасних дизайнерів. Це надасть специфічного почерку та оригінальності українському дизайну.



Рис. 1. Меблі, виконані за проектом Олени Кульчицької.
Перша половина XX століття

ЛІТЕРАТУРА

1. Нога О. Український стиль у церковному та світському мистецтві кінця XIX – поч. XX ст. О. Нога. Сакральне мистецтво Бойківщини. Третє наукове читання пам'яті Михайла Драгана : матеріали виступів на конференції (19–20 листопада 1998 р., м. Дрогобич). Дрогобич : Відродження, 1998. С. 75.
2. Нога О. Український стиль в церковному мистецтві Галичини кінця XIX–початку XX століть: Монографія. Львів : Українські технології, 1999. 160 с.
3. Brykowski R. Drewniana Architektura Cerkiewna Na Koronnych Ziemiach Rzeczypospolitej: Монографія. Warszawa: Towarzystwo opieki nad zabytkami, 1995. – 259 s., il.
4. Одрехівський Р. Гуцульська плоскорізьба в інтер'єрах церков у Галичині. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтва. 2003. №3. С. 69-64.

Роготченко С.В.

*Аспірант Інституту проблем сучасного мистецтва
Національної академії мистецтв України, м. Київ*

ПРАДАВНІ ВИТОКИ У КУЛЬТУРІ СУЧАСНОГО ХУДОЖНЬОГО МЕТАЛУ

Поняття "культура" охоплює усе, що створено людством під час його історичного духовного розвитку, тобто усе, що створила людина. Отже дослідження культурного різнобарв'я здійснюється на підставі виділення елементів культури, а сам термін "культура" бере початок з латини і спочатку застосовувалося як поняття, що означало "оброблення ґрунтів" з подальшим культивуванням. Культура показувала видозміни, що відбувалися у природі, внаслідок застосування людської діяльності. У такий спосіб культура набуває значення "другої природи" - надбудови над вже існуючою реальною природою яка не була створеною людиною, а існувала самостійно від зародження світу. Іншими словами культура зароджується там, де живуть люди, які будують свої відносини, а їх діяльність сприяє загальному розумовому розвитку. Дуалізм "природа-суспільство" є наслідком цілісної системи життєдіяльності людини, яку можна визначити як культурну функцію суспільства. Антиподом культурним відносинам виступили зміни, що сформувалися як наслідок природних дій.

Складовою частиною різних культур світу є міфи. Практично у кожній світовій культурі існує свій міфічний архетип коваля. Коваль це майстер, що займається термічною і механічною обробкою металу.

У Грецькій міфології бог-коваль Гефест, з яким ніхто не міг зрівнятися у мистецтві кувати. Він побудував богам Олімпу і для себе незрівнянної краси палаци із золота, срібла та бронзи. Багато часу Гефест проводить у своїй кузні на Олімпі.

Вулкан бог-коваль, покровитель вогню у римській міфології. Його кузня знаходиться на вулкані Етна (Сицилія). Багато прекрасних речей, які мали як практичні властивості так і магічні, Вулкан викував для богів Олімпу: скіпетр і Егіда Юпітера, трон бога-сну Гипноса, корону і колісницю Геліуса, корону Аріадни, мідних биків, що охороняють Золоте руно.

Слов'янська міфологія це система вірувань і культів, що були притаманні слов'янським народам у дохристиянську епоху. Дослідники міфології вважають, що слов'янське язичництво це не лише історична стадія розвитку світогляду праслав'ян (прибл. VI-VIII ст.), а також і "типологічно особлива культурна модель, чії форми механізми та семантичні категорії продовжують існувати в ряді окремих елементів та фрагментарно зустрічаються у новому світогляді після прийняття християнства"[1]

Іван Нечуй-Левицький 1876 року у своєму дослідженні "Світогляд Українського народу "Ескіз української міфології" зазначає: "Український народ один з менших синів в сім'ї індо-європейських народів. Ще його міфологія не розвилась гаразд, як дуже раннє християнство в Києві, дуже рання візантійська християнська просвіта захопила й спинила її в самому процесі розвитку, повернула духовне життя українського народу на іншу стежку й занапастила багато цікавого для науки в українській міфології.... Але, не вважаючи на те, що християнські догмати і християнська мораль уже ввійшли в народне життя, ще й досі між народом не згинуло давнє поганство. Воно ще й досі держиться в житті народу: в обрядах і звичаях, в колядках, щедрівках, веснянках, купальських піснях, в весняних іграх, в приказках, забобонах і ліках сільських знахарок". [7]

Давні слов'яни вірили у багатьох богів. Першоджерелами Всесвіту вони вважали вогонь і воду. Сварог – давньоруський переклад імені грецького бога Гефеста. Згадується в "Повісті временних літ" (XV ст.), в частині перекладу-вставки з хроніки Іоанна Малали. [3]

Академік Михайло Грушевський та група інших дослідників, вважають, що "в сім Сварогу маємо ми того старого головного, „єдиного бога" творчої сили цілої природи, що виступає так виразно ще у Прокопія" (Орфографія оригіналу).[4]

Дослідник Валерій Войтович у своїй роботі "Міфи і легенди давньої України" визначає Сварога як Прабога, владика Світу і батька Сварожичів. Він навчив людей користуватися вогнем, видобувати метали, передав секрети ковальської майстерності, викував першу шлюбну обручку. "Владика світу – найдавніший та найстарший бог світла і неба. Ще й донині в його небеснім храмі є та кузня, у велетенській печі якої вдень і вночі готується вічне полум'я безперервності життя на землі"[2].

У сучасному процесі культурної глобалізації важливо приділити увагу своєрідності національної культури народу, яка посідає важливе місце у формуванні його самобутності. Як зауважує Олена Щепанівська це можливо зробити роздивившись найдавніші загальнолюдські міфологічні архетипи, які по різному виявляються в релігійних традиціях, історичних тенденціях і національному менталітеті [8]. Карл Густав Юнг стверджував, що міфологічні універсалії виправдано використовувати для опису національного менталітету, тому, що головною властивістю Архетипу є властивість "знову і знову відтворювати себе у культурі, наділяючи культурні явища силою енергії, що таїться у них [9]. Думку Карла Юнга продовжує Ернст Кассілер у своїй роботі "Філософія символічних форм". Автор доходить висновку, що "...не історія визначає для народу його міфологію, а навпаки – міфологія історію" [5]. Відомий вітчизняний вчений Наталія Ковтун у науковому дослідженні архетипу культурного героя в українській духовній традиції провела "філософсько-культурологічний аналіз співвідношення образів дохристиянських богів і архетипу культурного героя в українській духовній традиції"[6]. Для нашого дослідження такий аналіз вкрай важливий, бо він слугує безпосереднім зв'язком образу коваля з відомими образами слов'янських богів.

ЛІТЕРАТУРА

1. URL:https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BB%D0%BE%D0%B2%27%D1%8F%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D1%96%D1%84%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%8F (Дата звернення 20.07.2020)
2. Войтович В. Міфи і легенди давньої України. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2009. С.43
3. Гнатюк В.М. Нарис української міфології. Львів: Інститут народознавства НАН України, 2000. С. 58.
4. Грушевський М. Історія України-Руси. Том I. Розділ VI. Стор. 1. URL: <http://litopys.org.ua/hrushrus/iur10601.htm> (Дата звернення 19.07.2020)

5. Кассирер Э. Философия символических форм. Т. 2. Москва: СПб., 2001. С.17
6. Ковтун Н. Співвідношення образів дохристиянських богів (Сварога і Дажбога) з архетипом культурного героя в українській духовній традиції. Історія. Філософія. Релігієзнавство. 2009. № 4. С. 68 – 72.
7. Нечуй-Левицький І. С. Світогляд українського народу. Ескіз української міфології. Київ: Видавництво "Обереги", 2003. 80 с.
8. Щепановська Е.М. Мифологические архетипы как ценностное ядро национального менталитета. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/mifologicheskie-arhetipy-kak-tsennostnoe-yadro-natsionalnogo-mentaliteta/viewer> (Дата звернення 10.06.2020)
9. Юнг К.Г. Структура психики и процесс индивидуации. Москва, 1996. С.125.

Сасенко І.Ф.

*Старший викладач кафедри дизайну,
Черкаський державний технологічний університет*

ПЛЕТІННЯ: РЕМЕСЛО І МИСТЕЦТВО

Одне з найдавніших ремесел є плетіння, яке виникло раніше ніж обробка металу і дерева. До наших часів збереглися свідчення про плетені вироби ще з античної епохи. Художнє плетіння виробів з рослинних матеріалів, таких як лоза, рогоза, солома, відома українцям з давнини, але зразки минулих часів, завдяки недовговічності таких матеріалів, практично не збереглися. Отже, можливо припустити, що види та мистецька виразність солом'яних, рогозяних, лозяних предметів, які були поширені в Україні у XVIII–XX ст., побутували і набагато раніше. Деякі аспекти проблеми викладені в працях Д.П.Кривача, Г.С.Меднікової, М.Р.Селівачова, Р.В.Чугай та ін.

Плетіння має особливі художні, мистецькі риси, а саме: ритмічні повторення у переплетеннях, ажурність, фактуру, кольорові поєднання природних матеріалів. На сьогоднішній день плетіння з рогози та лози стало одним з конкурентних напрямів народного промислу, а вироби, які виготовлені плетінням, мають успішну реалізацію на внутрішньому і зовнішньому ринку і є перспективним видом мистецтва. В часи Античності для плетіння використовували прутья кущів і дерев, їх коріння, була поширена каркасна техніка плетіння, а кошики різної форми та призначення стали основою типологічного напрямку плетеного виробництва. Завдяки майстерності у виконанні і

досконалості форми та вигадливості мережива багатьох видів переплетень, безліч з плетених виробів були на рівні античної кераміки. Деякі вироби з лози, які знайдені під час розкопок античних міст Північного Причорномор'я близькі за формою та технікою виконання до виробів лозоплетіння на території України XVIII–початку XX ст., що вказує на спадкоємність культурної майстерності і традиційність ремесла.

У XV–XVI століттях в Україні займалися плетінням капелюхів з соломи – брилями (типовим літнім головним убором українських селян), а найдавніші пам'ятки українського плетіння, що збереглися, сягають XIX ст. та зберігаються у музеях Львова і Києва. Формою і технікою плетіння ці вироби подібні на більш давні. Одним з найважливіших джерел пізнання історії плетених речей початку XIX ст. і особливостей їх використання на Поділлі та в Карпатах, стали акварелі львівського художника Ю.Глоговського. Цей митець, зображуючи людей у народному одязі, як доповнення до образу змальовував плетені кошики, решета, брилі, якими користувалися у побуті селяни і міщани.

У плетінні кінця XIX ст. намітилося три шляхи. Перший – виготовлення сільськими майстрами виробів, переважно брилів, кошиків, посуду, рибальського спорядження, другий – виробництво міськими майстрами плетених виробів в стилі модерн, третій – розширення асортименту плетених виробів за рахунок виробництва предметів для обладнання інтер'єрів, виготовлення малих архітектурних форм. У 1880-х роках були засновані школи і навчальні майстерні з плетіння. Одна з таких шкіл була створена в 1879 р. у с. Нижнів Івано-Франківської області, а згодом такі школи-майстерні відкрилися в с. Сокирченці (1900) Львівської області, м. Сторожинець (1891) на Буковині. Подібні школи-майстерні діяли у Києві, Черкасах, Полтаві у кінці XIX ст. Вже з 1905 р. вищі кошикарські курси були відкриті у Львові, де майстри навчали близько 30 учнів. Важливу роль у популяризації та розповсюдженні плетених виробів відігравали виставки-ярмарки в Харкові (з 1849), Полтаві (з 1837), Києві (з 1852), а на заході України цим займалися етнографічні виставки у Львові (з 1877), Тернополі (з 1887) тощо. В 1890-х роках лозоплетіння широко розвивалося в Корсунь-Шевченківському, а на Чернігівщині збудували лозопарильний завод. В Корсунь-Шевченківській школі лозоплетіння, яка вважається однією з перших таких шкіл, викладали кращі спеціалісти цього ремесла з Німеччини і Франції. Наприклад, Чернігівський лозопарильний завод до 1940 року забезпечував сировиною не тільки місцеву промисловість, але й західноєвропейські держави. Ще у 1950 році лозоплетільними артілями України випускалося 33% загальної кількості плетених виробів і 64% плетених

меблів СРСР. Сьогодні залишилися підприємства, які зберігають і розвивають українські традиції плетіння (Корсунь-Шевченківська фабрика "Корсуньчанка", Боромлянська фабрика "Іва", Великобагачанська фабрика "Веснянка" тощо). Майстри народної творчості працюють над новими технологіями і експериментують з різними матеріалами в мистецтві плетіння, чим збільшують асортимент виробів.

Після історичного аналізу розвитку плетіння на теренах України, можна зробити висновок, що вже на початку ХХ ст. в Україні функціонувало більше десяти приватних майстерень і декілька фабрик, які виготовляли плетені вироби. Найбільші такі фабрики знаходились в Корсуні і Цюрупинську. Сьогодні в Україні функціонує понад 30 підприємств художнього плетіння та чимало осередків, які працюють за принципом домашнього промислу, пов'язані з ринком і користуються зростанням попиту на оригінальні вироби, які вони впроваджують у виробництво. Фабрики та майстерні лозоплетіння є у Чернігові, Хусті, Корсуні-Шевченковому, Тячеві, Боромлі (Сумська область), Ізі (Закарпатська область). Визначними центрами розоплетіння стали села Львівської області (Вільшаниця), Тернопільської області (Бутин, Хотовиця, Пишківці), Полтавської області (Городище) тощо.

В останні роки попит на плетені вироби зростає і як результат цього Національна спілка майстрів народного мистецтва України разом з Управлінням культури і туризму Чернігівської облдержадміністрації в 2007 році вперше провели I Всеукраїнський симпозіум лозоплетіння.

Alexandre Heberte
An artist and a teacher
Sao Paulo, Brazil

GRAPHICS OF ARTISTIC TEXTILES LINES AS THE PERSONIFICATION OF THE SYMBOLS OF LIFE AND FREEDOM

The philosophy of each artist's creativity, which is expressed through symbols in the conceptual solution of his work, reveals to the viewer all the variety of possible worldview features in understanding the deep meanings of life. The study of these symbols opens to the scientist and artist an understanding of the cultural background where the society develops and where you need to show your individuality.

To embody the author's ideas, the artist, in his work, can use various materials, in particular, the author of this article works with metal wire, natural fibers and threads. These materials are intertwined and create graphic lines that become the language for communication with the viewer (Fig. 1).

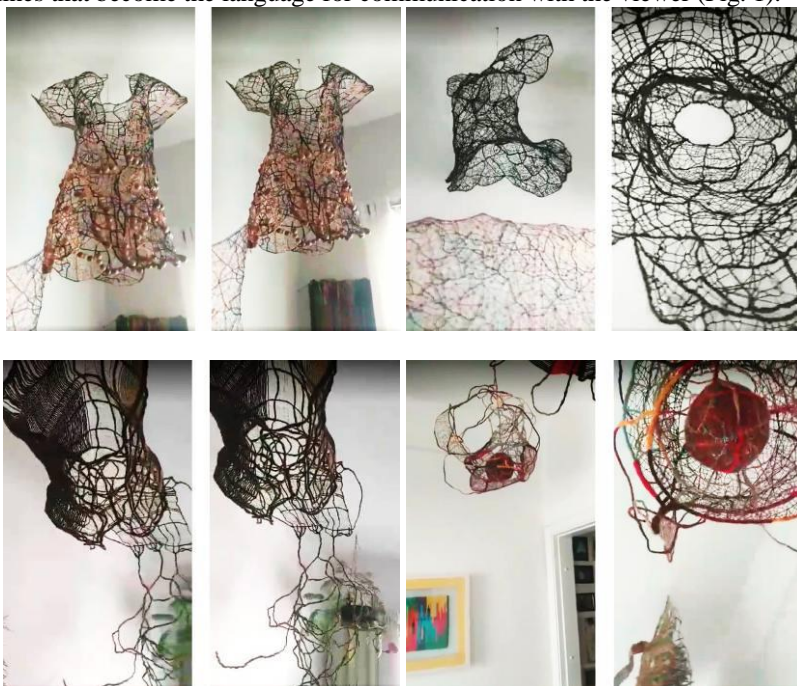


Fig 1. Creative works of Alexandre Berts

The artist, in his works, relies on the linear, spider weaving technique. The main features in works are drawings of the weaving structure and the graphic of the winding lines of the surface (Fig. 2).



Fig 2. Bionic forms in graphic lines of artistic textiles Alexandre Berts

The natural environment is the strongest inspiration for most artists. By manipulating the graphics of lines, combining them into a drawing, it is possible to convey and personify various symbols in a work of art, in particular the ideas of life and freedom as the fundamental structures of being.

These natural forms carry a great message to the glorification of nature as the basic element of being. Therefore, in his work, the author of this article chooses restrained, natural colors. Only red color in the works embodies the meaning of unity, well-being and life affirmation. In practice, the author works with complex linear structures in an impulse to create unique images that are reflected in various works of textile nature.

Analysis of the patterns of existence and mechanisms of functioning of symbols in artistic creation helps to identify their specificity in comparison with symbols in other spheres of social life. First of all, a distinctive feature of the symbolism of artistic creativity is a close connection with aesthetic ideals, with the detection and expression of problems, conflicts in the life of a person and society. Art symbols are associated with artistic imagery and creative activity. They are more subjective in terms of their emergence from an artistic image, connected with the personality of the author, his creative decision. That is why the artist's disclosure of the author's visions of the image to the public is important. That was the main purpose of this publication.

Chaman Siju
India

INDIAN ORNAMENTS IN PRINTING FABRICS

Each folkcraft reflects the traditions of a particular region and culture. India can be proud of the unique treasures of folkcrafts, great diversity and richness of culture. Among all the achievements of science and art, weaving and spinning of fabrics occupy a special place. In a broad sense, the concept of "weaving" covers the whole set of technological processes for the production of fabrics (weaving production). As well as the production of fabrics for household use. Regardless of the time and the generally accepted laws of taste and fashion, the ancient professionals of their craft remain in demand. One of these professionals is a textile artist who imitates the family tradition of using the ancient technology of finishing natural fabrics, that is Irfan Khatri. In parallel, Irfan is engaged in the creation and production of ornaments that have national motifs. There are also plants and geometric ornaments in his creative work. The printing

technology is very complicated and time-consuming, as it is performed on the effect and seamy sides of the fabric. Only natural dyes and various teak matrix boards are used for dyeing and printing of fabrics. From the point of view of composition, all ornamental compositions are symmetrical, balanced, contrasting (due to the used lines and forms, color scale).

Following the traditions of his folk in spinning, this business became a family affair, working in tandem with his brother, the art of the Khatri family is known not only in various parts of India, but also in many other countries. By creating fabrics with unique ornaments, which appear as a result of collaboration with other masters and designers, real authentic works of art are created, as elements of clothing (scarves and saris) and decor (wall panels and tapestries).

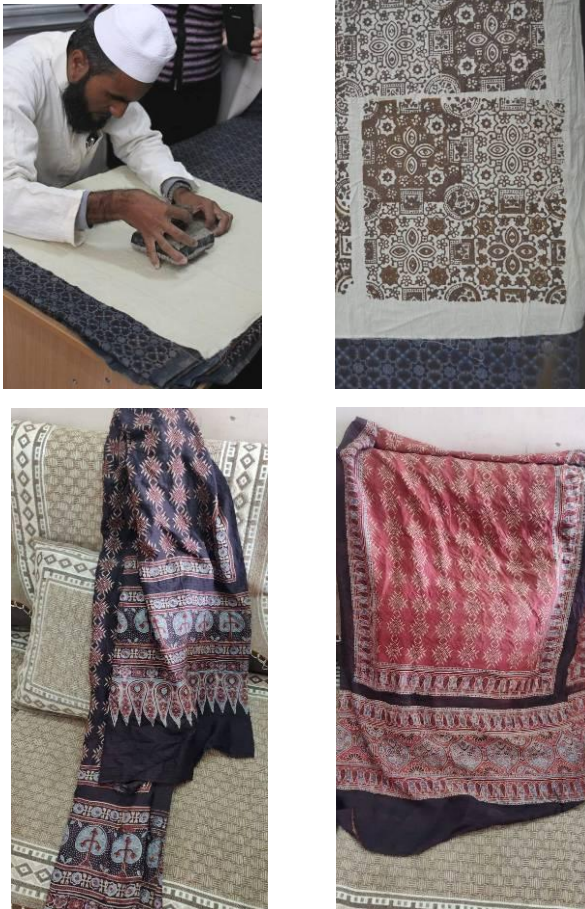


Fig 1. Traditional works of Chaman Siju

Creating folk, author's works of art they always have a certain meaning, thanks to technology, especially if it has been preserved since the times of ancient ancestors and now is acquiring a magical meaning.

Chiaki Dosho

Artist

Kawasaki-shi, Kanagawa-ken, Japan

ARTISTIC TEXTILES AS A MEANS OF COMMUNICATION AND EXPRESSION OF THE AUTHOR'S WORLDVIEW POSITIONS

Today, the appeal of modern artists in their work to the symbolic nature of the artistic image is quite common and we can say that it has become one of the trends in the art of textiles. The relevance of this direction in creativity is confirmed by the growing interest in the investment of hidden meaning in the artistic image of the work. This allows us to expand its spiritual and aesthetic, sometimes ambiguous, interpretations, which open to the viewer in addition to the obvious ones, some "secret" symbolic readings. In a sense, we are now seeing the formation of a new independent direction in the art and design of textiles that can reflect the problems of human existence in artistic images and structures.

For example, in my works you can also observe an artistic and philosophical context, the theme of life and death, the passage of time, etc. This is due not so much to the desire to imitate current trends, but to the need to reveal the viewer's inner experiences and worldview positions of the artist. Modern society, in my opinion, lives in times of great difficulties and incredible events, so through creativity I want to convey to people the hope for peace and a bright future. Textile art, like works of art of other genres, is a powerful means of communication, allows you to convey thoughts and feelings, so it has a significant potential for healing society when faced with major life problems.

In one of the works in the "Garrett" series, which is shown in figure 1, the ambiguity of the world of reality and fiction is expressed. The inspiration was a lot of relics found in the attic of an old mansion. The material is the cloth, the OHP sheet and the shrinking sheet. The three parts on the left are inkjet printed on a transparent OHP sheet. Then I burn it with a candle. The white appliqué in the center has a shrinking seat and organ dy to give a different appearance. I expressed the ambiguity of the world of reality and fantasy.



Fig. 1. Works from the series "Garret". Chiaki Dosho

In addition to the "Garret" series, I have several series of original techniques, such as "Cherry Blossom" and "Light & Dark" (Fig. 2). This work is a series of "The Crossing Times" that combines techniques of "Cherry Blossom" and "Light & Dark". Life in my image is a large sea. Part of the sea broke down and fell like a waterfall. That water is the time of my life. Water hits many rocks. The unevenness of the rock is a lot of encounters and happenings in life. Many encounters and happenings change my life little by little. I expressed that change on the work. As for the basic form of this work, one part is H200cmxW20cm. This part will be completed in about 110 pieces. Currently there are still about 80. This work was exhibited at The Kanazawa 21st Century Museum of Contemporary Art, and Sakata City Museum of Art in Japan in 2019. This material is an old Japanese kimono. Most of them are made of silk.

In "The Crossing Times / Anthurium", which grew out of "The Crossing Times" (Fig.3) the image of water flowing down from a waterfall and slowly flowing further into the forest is transmitted. The flow becomes slower and slower. Water is sometimes buried in the stagnation like an anthurium raft. In such serial works, as if frame by frame, the viewer can watch a kind of film in which the artist, as a Director or writer, reveals the storyline of a certain story.



Fig. 2. Works from the series "Cherry Blossom" and "Light & Dark" made in the author's technique Chiaki Dosho



Fig. 3. Work "The Crossing Times / Anthurium". Chiaki Dosho

The last of these works was made using a combination of two materials. The cloth on the surface is silk of old Japanese kimono. The backing is cotton used for the core of old Japanese bands. This work uses the quilling technique. It allows the necessary rigidity to be drained off.

In his work, the author of this article uses simple techniques that are available to anyone, but due to the attachment of a philosophical context and a conceptual idea, they get the necessary artistic imagery and symbolism for a work of art. In this way, artistic textiles communicate with the audience and make it possible to convey the author's worldview in the material.

Irfan Khatri
India

CUSTOMER-ORIENTED TEXTILES

In the past, customers came to the craft store, they sat and felt relaxed, there was pleasant communication and knowledge exchange. As a result of such communication, a purchase could be made. But today there is only a purchase. Everyone is in such a mad rush. And in truth, in the 21st century everything happens in turmoil, very quickly and mainly for the purpose of monetization. Nevertheless, there is always a place for creativity, especially if it is not a mass production of clothing or fabric, but, for example, author's manual work, performed according to the methods of ancient generations. Naturally, different countries have different traditions, rules, mentality, but everyone is united by the atmosphere of art. Masters create collaborations, unusual performances, exhibitions, etc., combining their techniques, their vision and experience.

One of these representatives is the master of textile production from India - Chaman Siju. He is engaged in the creation of fabrics according to the techniques of his ancestors. Authentic presentation, special processes, it is important and, at the same time, difficult, due to the frantic pace of invention of new machines, to preserve and convey those "old" methods. From the memoirs of the author: "In 1995-96, a couple from Baroda came to our house and bought several cotton curtains. A month later, they wrote us a letter saying that the curtains were shrunk and they were not happy with the end result. My father read a letter and called a meeting with us, 4 brothers, and asked why this happened. We started making excuses: "This is cotton. It will shrink a little after 2-3 washes" etc. Father became very serious. He asked us to weave new curtains of greater width and length to take into account shrinkage. We have stated that it will cost an additional Rs 2,000 and 3 more weeks of work. Hearing this, the father said, "I don't care even if it costs Rs 4,000. Our house works because of the money the clients pay. To have happiness in your home, make your customers happy. "Finally, we made curtains with additional dimensions and sent them to a couple in Baroda. A month later, we received another letter from them: "Thank you!! We feel so happy. " I think our father's generation could think and do these things because they were so in love with their job. Immediately after birth, we are wrapped into fabric woven at home. Then the mother does tana (wrapping) and bobbins with the baby in her lap. As we grow up, shuttles and bobbins become our toys. Shuttles used to be our car or truck, and we used bobbins to make strange sounds. Later, after school, we helped my father with weaving. With so many weaving items in our daily life, by the time we get to standards 5-6 we will be able to make our own small looms and reeds and play a game called a loom where children choose the best loom and better fabric. "Due to the fact that Chaman spent all his childhood and adolescence in his father's workshops, he had the opportunity for many years to observe, remember, and practice this craft - the creation of different types of textiles.

Throughout his life, Siju has been engaged in various projects, travels around countries to exchange experience, in order to link some techniques, different people into one work in the form of textile samples. "My new project is to create an environment where people can experience the craft in its entirety, sit and relax, interact with the craft and its processes, exchange ideas and information, while I will demonstrate textiles," says the author. First of all, he thinks about the consumer, how to present his high-quality, author's product as a work of art, giving not only material but also spiritual content. This is of great importance in the modern world.



Fig. 1. Dhabda handwoven scarf

Vankar Rajan Bhimji

master weaver

Dhabda design of handwoven

India

DHABDA DESIGN OF HANDWOVEN GOODS

I'm a 4th-generation textile weaver artisan who was born into a traditional weaving family living in the Sarli village located in the Kutch region of India. My family and I have been creating intricately handwoven textiles for six generations. I learned our traditional weaving techniques by watching my father and grandfather in my family's workshop when I was a child and began exhibiting with my father when I was nine years old.



Fig. 1. Working process

I use the traditional shapes and geometric patterns that are symbolic and significant in the culture of my community. Frequently used motifs of my textiles include Chaumukh and Dhunglo which represent mountains, dhulki and landhar which embody a snake slithering, as well as Sachivaat which means true way of life, its geometric patterns inspired by nature motifs.

I think people like the color first, then design, and then the story behind the design. So, colors are very important. In Indian culture each color represents its own significance. Popular colors used in my weaving, which is traditional and typical to the place I live in is black, red, green, orange, blue, brown, and white. All colors are presented below in my upcoming Dhabda blanket, shawl & throw.



Fig. 2. Dhabda handwoven scarf

This Dhabda is handwoven on our traditional Kutchi four paddles pit loom. This design is called "Dhabda". Dhabda is traditional product used as blanket, shawl or throw. Dhabda's specialty is that it is woven in that design and motifs in Multi colors. In this Dhabda design traditional motifs are featured such as biscuit, dhunglo (represent Mountain), Wankiya, Landhar (represent Snake slithering), Chaad, Dori, Saachi-vaat (which means True Way of Life) and of course finished with the beautifully handmade tassels. Then, it is hand stitched by macchi-Kandho (Fish-Bone) stitching technique by my Mother.

This Dhabda and colorful combination is typically known and identity Kutch Region.

Abdulrahim Anwar Khatri
Kutch, Gujarat, India

AJRAKH BLOCK PRINTING

I am a 10th generation traditional block printer. My ancestors started printing for local community called Patels. They printed skirts and drapes (sadhla) for women and head scarves for men.

The word ‘Ajrakh’ means the blue sky in Arabic. It is also called ‘Ajrakh’ because of its printing process which requires around a week to 10 days. Every day the fabric has to be kept for next process – so in our local language we say Ajrakh. It is believed to be a 5-thousand-year old craft. Natural dyes and materials are used for the printing and dyeing. Each fabric has to go through a process of around 10 to 15 steps before the final product is made. It is printed on one side as well as both sides.



Fig. 1. Stages of dyeing and resist printing using natural dyes and mordants

Traditional Ajrakh involves various stages of dyeing and resist printing using natural dyes and mordants. Grey fabric is unwashed. Fabric is first washed and de-sized to remove starch and other impurities. Then it is dipped in a solution of myrobalan (harde) and dried. Outline of design is first printed on the fabric with a resist paste made of lime and gum Arabic. Inside design is printed with a paste (made out of solution of water and rusted iron, jaggery kept for 10 days and tamarind seeds powder is added to the solution and boiled to make the paste.). This creates a black colour. A third design is printed for red colour with a paste made of multani clay, alum, gum Arabic and sorghum (a millet) flour and kept to dry. Printed with resist paste to retain white area. Then the fabric is dyed in indigo and dried. The fabric is dipped in indigo dye again. It is kept to dry for the day and is washed the next day. Then the fabric is boiled in a solution of fire flame flowers (dhavdi) and madder or alizarine in a copper or steel vessel. When the fabric is totally soaked in boiled water, it is taken out and the colours of madder, white and black come out clearly. Resist print to cover white area. The indigo colour can also be turned into green by spraying or dyeing in pomegranate solution and once dried, spraying turmeric on the entire fabric. To print the same design on both sides, the same process is repeated on the other side of fabric to create a double sided Ajrakh. This way a magic fabric is created over a period of 8 to 10 days.



Fig. 2. Scarf printed using natural dyes and mordants

I was interested in creating new designs. My father supported me for this. I was selected for the National Award 2004 in Block printing craft by the Government of India. I was invited for many exhibitions in India and overseas later for the quality of my creations. I took our craft to big cities in

India. I was selected for participation in fairs in Germany, Egypt, Russia, USA, Mexico, Bahrain, UK, Japan, Nepal, China, Sultan of Oman, Uzbekistan, in the following years. I was selected for the International Folk Art Market in Santa Fe, USA in 2011. And I Was selected for the selvedge World Fair UK London 2020. Many design students and researchers come to my unit now to learn about the Ajrakh Craft. I have trained many young people in our craft. Today I am happy that I am able to involve around 40 people in craft and help them get a good livelihood.



Fig. 3. Ajrakh block print ready products

Today I am specialising in ajrakh block printing, making contemporary designs in our traditional crafts and selling to craft stores, boutiques, working with designers, participating in national and international exhibitions with my products.

Артеменко М.П.

*Кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ КОСТЮМА ЯК ЕКСПОНАТУ В МУЗЕЙНІЙ ТА ВИСТАВКОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

В останній час все більше дослідників звертають увагу на позитивний взаємозв'язок моди, костюма та туризму, зокрема в закордонній науковій літературі, де його виділяють в окремий напрямок - модний туризм. Під ним розуміють процес здійснення подорожей з метою придбання одягу та аксесуарів, а також відвідування заходів та закладів пов'язаних з модною індустрією. Тому розгляд костюма як експонату в музейній та виставковій діяльності, яка є основною для рекреаційних культурно-пізнавальних заходів сфери туризму, сьогодні є задачею актуальною.

Наприклад, дослідники Ye M., Yim E. в своїй роботі [1] вивчають музей моди та костюма як елемент модного туризму, який значно стимулює туристичні потоки на відвідування певного міста. Зазначені автори використовують словосполучення "модні виставки" в поєднанні з терміном "блокбастер", прирівнюючи їх масову популярність та резонанс в суспільстві, а також вказують, що виставки на тему моди стимулюють інтерес ЗМІ та публіки до освоєння широкої туристичної бази міста.

Вказане дослідження, а також ряд наукових робіт з історії становлення музею костюма, зокрема таких авторів як Ю.Б. Демиденко [2], Н. Ефимова [3], В. Стил [4] та інших, дозволив виявити, що костюм пройшов три стадії становлення як експонат в музейній та виставковій діяльності для рекреаційно-туристичної сфери, а також три етапи як формоутворюючий елемент закладів для своєї демонстрації та презентації, які сьогодні стають ключовими точками в туристичних маршрутах. Візуалізація ретроспективного взаємозв'язку зазначених особливостей становлення костюма як експонату в музейній та виставковій діяльності зображена на рисунку 1.



Рис. 1. Візуалізація особливостей становлення костюма як експонату в музейній та виставковій діяльності

Отже, з кінця XIX століття костюм як експонат з'являється в музеях мистецтв, проте представляє інтерес та колекціонується лише в контексті зразків текстилю та декоративно-ужиткового мистецтва. Роль самого костюма як повноцінного експонату в ті часи недооцінена.

Поступово постає зацікавленість дослідників та публіки в історичному та етнографічному костюмі, що відображається й на формуванні виставок та виводить костюм як експонат на наступний рівень розвитку. Така ситуація триває загалом до 60-х років XX століття, хоча окремі куратори музеїв дещо раніше вже починають формувати експозиції сучасного костюма з колекцій всесвітньовідомих дизайнерів-модельєрів або видатних знаменитих особистостей. З цього часу починається бум на модні виставки, костюм стає експонатом, на основі якого формуються спеціалізовані музеї. В результаті активно з'являються музеї моди та костюма спочатку в провідних столицях моди, а в подальшому і в інших містах, де високо розвинута модна індустрія. В цьому аспекті можна згадати, наприклад, такі музеї як Museum at the Fashion Institute of Technology в Нью-Йорку (1969), Musée de la mode les arts décoratifs в Парижі (1977), The Kyoto Costume Institute у Токіо (1978) та інші.

У 80-х роках XX століття змінюються концептуальні підходи в демонстрації та презентації костюма як музейного та виставкового експонату, куратори все частіше відходять від класичних схем у формуванні виставок, схильються у бік збільшення видовищності та перформативності заходів, намагаючись залучити до музеїв більш широку аудиторію. Також з цього часу починають з'являтися брендові музеї костюма при великих будинках мод - Musée Christian Dior de Granville у Франції (1988), Museo Salvatore Ferragamo в Італії (1995), House the musée Yves Saint Laurent у Франції та Мореко (2002), Gucci в Італії (2011), Cristóbal Balenciaga Museo в Іспанії (2011).

В наукових колах часто можна зустріти критику подібного загравання з відвідувачем та неприйняття деяких видів сучасного костюма як експонату високого мистецького рівня, проте з точки зору сфери туризму та рекреації виставки костюма мають значний потенціал. Зокрема, це пояснюється популярністю всього, що пов'язане з модною індустрією, віддзеркаленням якої є костюм, підвищеним рівнем атрактивності та видовищності сучасних модних виставок на відміну від виставок класичного музею, а також зростаючої нестандартності концепцій в їх презентації, що в свою чергу привертає увагу багатьох відвідувачів та туристів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ye M., Yim E. "패션투어리즘에서의 패션박물관의 역할." 패션비즈니스, vol. 23, no. 2, 한국패션비즈니스학회, May 2019, pp. 34–47, doi:10.12940/JFB.2019.23.2.34.
2. Демиденко Ю. Б. Костюм в музее // Теория моды: одежда, тело, культура. М., 2009. No 11. С. 179-188.
3. Ефимова Н. Мода в музее: история и стратегии репрезентации // Теория моды: одежда, тело, культура. М., 2016. No 38. С. 285-301.
4. Стил В. Музейное качество: мода на выставке // Теория моды: одежда, тело, культура. М., 2012. №24. С. 209-234.

Сліпчишин Л.В.

*Доктор педагогічних наук, старший дослідник,
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова,
м. Київ*

ДО ПИТАННЯ РОЛІ МУЗЕЇВ У РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ДОСВІДУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

У світовій практиці сформувались дві тенденції щодо діяльності музею: *інституційна*, у контексті якої музей виконує науково - дослідну, освітню (просвітницьку) і соціокультурну функції; *феноменологічну*, відповідно до якої музей розглядається як інформаційна, інформаційно-комунікативна складова мегасистеми культури, в якій збереження і передача інформації здійснюється через культуру. Аналіз особливостей функціонування музеїв в ретроспективі показує, що не можна віддавати перевагу одній з тенденцій, потрібно шукати механізми їх взаємного доповнення. Для цього необхідно, з одного боку, принаймні, проаналізувати музейну базу України,

ступінь її відкритості для суспільства і проблеми, які перешкоджають роботі; з другого боку, виявити сучасні світові тенденції функціонування музеїв і просторів довкола них з урахуванням швидкого входження в інформаційну добу, глобалізації світового культурного простору, активізації локальних територій в пошуках ідентичності.

Було проаналізовано базу музеїв в Україні, здійснено розподіл музеїв за областями, визначено кількість музеїв мистецького та етнографічного спрямування. В Україні станом на 10.05.2018 р. музеїв, які знаходяться на обліку в Міністерстві культури, нараховувалось 2540, лівову частку з них становлять історичні та краєзнавчі музеї, незначну – етнографічні. Багато музеїв є народними і завдячують своєму існуванню активній позиції або громад, або колективів підприємств і закладів. Розподіл музеїв по деяких областях: Київська – 159, Львівська – 157, Полтавська – 148, Сумська – 136, Вінницька – 79, Закарпатська – 57, Херсонська – 42. Для порівняння наведемо кількість мистецьких та етнографічних музеїв (за статутом) в трьох областях: Вінницька – 7/2, Закарпатська – 9/5, Херсонська – 2. Треба зазначити, що значні мистецькі фонди знаходяться в деяких краєзнавчих та історичних музеях [1].

Станом на квітень 2016 року в сфері управління МОН України перебувало 4200 музеїв [2], організованих при закладах дошкільної, позашкільної і професійно-технічної освіти, зокрема за областями: Харківська – 338, Сумська – 276, Хмельницька – 274, Дніпропетровська – 274, Київська – 272, Закарпатська – 205, Волинська – 176, Львівська – 121, Івано-Франківська – 101, Чернівецька – 76. За типами освітніх закладів із них: в закладах загальної середньої освіти – 3711 (88,4%), професійно-технічної освіти – 196 (4,76%); за профілями музеїв: краєзнавчі – 739 (17,8%), літературні 178 (4,2 %), мистецькі – 45 (1,7 %), етнографічні – 637 (16,2 %), технічні – 10 (0,24 %), галузеві – 34 (0,81 %).

Розглянемо музеї, які створені у складі установ, організацій, закладів освіти та приватні музеї Львівської області станом на 15.02.2020 року (за матеріалами відділу науково-методичної та пам'ятко-охоронної роботи Львівського історичного музею): загальна кількість музеїв 152, з яких 56 складають державну частину Музейного фонду України, 25 – народні. Вони поділені за 20 профілями, з яких 18 – етнографічні, 8 – мистецькі, 5 – історико-етнографічні, 2 – історико-мистецькі, 1 – художньо-меморіальний. У загальному в області фонд музеїв становить 394883 експонатів, з яких 362449 – оригінальні музейні експонати. 81 музей розташований в закладах освіти.

Серед мистецьких музеїв Львівщини варто назвати ті, які дають змогу досягнути глибини творчості, широту інтересів митців, а також засновників, зокрема це: Приватний музей лемківської різьби і писанок імені Богдана-Ігоря Антонича (165 експ. різьби і 350 писанок), Музей Львівської національної академії мистецтва (812 експ.), Художній музей М. Біласа (521 експ., з них автора – 169), Музей С. Караффи-Корбут (335 експ.), Музей історії художніх ремесел Яворівщини (316 ксп.). До цих музеїв можна додати низку музеїв і музеїв-заповідників, які входять як структурні підрозділи до основних мистецьких музеїв Львова, – Львівської національної галереї мистецтва та Львівського національного музею імені Андрея Шептицького.

Аналіз досвіду роботи музеїв Європи, США, Японії дав можливість виділити світові тенденції. 1. Перехід до освітньої діяльності усіх верств населення. Спільне для всіх: концепція освітньої діяльності, яка задається провідним музеєм. Інструменти – освітні програми, технології навчання. 2. Музей вписаний в кластер туристично-рекреаційної індустрії, що потребує організаційної перебудови (діючі і тимчасово недіючі корпуси для різного призначення, гнучкий графік роботи). Інструменти – різні пропозиції під запит. 3. Маркетингове управління музеєм. Інструменти – маркетингові заходи (реклама, магазин сувенірів, он-лайн магазин, креативний відпочинок, кафе, кіноіндустрія чи театр). Основна вимога – перейти від споглядальності до інтерактивну. 4. Дизайнерська культура в музеї. Інструменти – дизайнерські колекції постійні і для продажу, дизайн інтер'єрів, дизайн магазину сувенірів і маркетингові рішення. 5. Посилений комунікативний аспект (комплекс різних засобів: фільми, знахідки; фото, статті, книги, які можна використати в малому просторі). 6. Краєзнавчий аспект, який пов'язаний з міжкультурним елементом в музейній справі. 7. Оцифровування експонатів і залежно від фінансової стійкості можливість відкриття доступу до них. 8. Музейний магазин.

Таким чином, на основі викладеного вище можна дійти висновку, що в Україні завдяки демократичному розвитку музейної справи функціонує велика кількість різнопрофільних музеїв. У загальній кількості недостатньо є музеїв мистецького й етнографічного спрямування. Водночас є багато незареєстрованих музеїв, які теж проводять активну роботу з молоддю, населенням. Активізація музейного життя в Україні потребує використання сучасних інструментів, які вже апробовані в світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Музеї, заповідники, заклади музейного типу України, відкриті для відвідування. URL: < http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/-article?art_id=245062916&cat_id=244908588 (дата звернення: 20.07.2020)
2. Про підсумки проведення огляду музеїв при дошкільних, загальноосвітніх, позашкільних і професійно-технічних навчальних закладах, які перебувають у сфері управління Міністерства освіти і науки України: Наказ МОН України № 406 від 08.04.2016. URL: < <http://old.mon.gov.ua/files/normative/2016-05-06/5506/nmo-406.pdf> (дата звернення: 20.01.2017).

Зайцева В.С.

*Викладач кафедри дизайну,
Черкаський державний технологічний університет*

МИСТЕЦТВО СУЧАСНОЇ ФОТОГРАФІЇ

Мистецтво сучасної фотографії складається з творчих практик, пов'язаних зі створенням, редагуванням, трансформацією і поданням цифрових зображень як авторських творів. Головний інструмент фотографа – це не фотоапарат, а світло, а фотографія – це процес здобуття та збереження статичного зображення на чутливому до світла матеріалі (фотоплівці чи матриці) за допомогою фотокамери. Фотографією чи фотознімком називають кінцеве зображення, отримане в результаті фотографічного процесу (кадр продемонстрованої плівки, зображення в електронному або друкованому вигляді).

В 1729 році Йоганн Генріх Шульце (1687 – 1744), фізик, професор Галльського університету у Німеччині, довів, що світло робить срібну сіль темною, а кращих результатів в цьому напрямі досягли відомі французи Жозеф Нісефор Ньепс (1765 – 1833), засновник дагеротипії (спосіб безпосереднього отримання при фотографуванні позитивного зображення) і Луї-Жак Манде Дагер (1787 – 1851) та засновник калотипії (спосіб отримання негативного зображення на папері, просиченому світлочутливим розчином) – англієць Вільям Фокс Генрі Тальбот (1800 - 1877), яких прийнято вважати винахідниками фотографії. У 1851 року англієць З.Арчер покрити скло колодієм і позитиви почали друкувати на альбумінному папері, а ще за два десятиліття Річард Меддокс запропонував зйомку на сухих броможелатинових платівках. У 1873 р. Р.Фогель виготовив ортохроматичні платівки, а пізніше були сконструйовані об'єктив-анастигмати. Незабаром після винаходу кількох винахідниками методу фіксації зображення, камера-обскура стала конструктивним прообразом фотографічного апарата.

Фотографія не з самого початку сприймалася мистецтвом, як живопис і т.д., тому багато фотографів в минулому столітті намагалися втілити в фотографії художні якості. У роботах таких майстрів фотографії, як Інез ван Ламсверде, Патриція Піччиніно, Ненсі Берсон, Ентоні Азіз і Семмі Качор, цифровий образ постає як мінливий,

нестабільний, лякаючий. Інші, навпаки, вітають дематеріалізацію фотообразів, нові можливості для творчості художника (Дж. Уолл, А. Гурскі та ін.).

Дизайнери-графіки вже давно працюють з фотографією. В творчій практиці спостерігається як використання матеріалу створеного фахівцем, так і власноручна зйомка. Однак фотограф і дизайнер відтворюють реальність у різних візуальних системах. Фотограф має "фотографічний зір", він оперує завершеним кадром, відокремлено індивідуалізованим зображенням, яке розраховано на те, щоб розглядати його як самооцінний об'єкт. Для дизайнера ж знімок (якщо поставлене завдання не передбачає просту фотографічну вставку) уявляє собою один із багатоманітних засобів виразності, якими він володіє, і якщо це необхідно, він може адаптувати фотозображення до дизайнерського продукту.

В ХХІ столітті фотографія переживає багато вдосконалень. В наш час багато новацій стали штампами, але кожен штамп колись був вперше вигаданий. До цих штампів відносяться прийоми, як навмисне завалювання горизонту, фотографіка (псевдо-соляризація, виворотка, ізогелія, гіперконтрастність), об'єктиви (наприклад, "риб'яче око"), стандартні ефекти для цифрової фотографії. Одним з сучасних новацій є HDR (high dynamic range). Це нововведення визначається як "широкий динамічний діапазон" і пов'язане з особливостями знімків та фотодруку. Ґрунтується цей феномен на тому, що людське око здатне бачити значно більший діапазон яскравості, ніж здатний зафіксувати фотоапарат чи вивести будь-який сучасний друкуючий пристрій або монітор. Технології HDR мають безліч практичних застосувань, такі як отримання зображень натуральних висококонтрастних сцен, а також досягнення різноманітних художніх ефектів. Також різновидом сучасної фотографії є віртуальні панорами. Кут зору у такої панорами 360 градусів по горизонталі і 180 градусів по вертикалі. Можна уявити, що людина стоїть всередині сфери, де на її оболонці формується видиме зображення. Технології віртуальних панорам та тривимірних об'єктів знаходять своє застосування у рекламі та Web-дизайні. Практично всі засоби для виведення зображення представляють собою двовірні об'єкти (площину монітора, аркуш паперу), тому для виведення третього виміру використовують проекцію на площину і тут виникають кілька варіантів: еквідистантна проекція, кубічна, циліндрична, площинна, паніні, ортографічна.

Разом із панорамною фотографією існує об'єктна фотографія – 3D фотографія або VR object (від VR – віртуальна реальність і Object – об'єкт) – це об'єднана в один ролик секвенція (послідовність) кількох кадрів одного об'єкта, знятих або з різних ракурсів, або з одного, але зі зміщенням (поворотом) об'єкта. Тобто на противагу "панорамній"

центром "об'єктної" фотографії є не спостерігач, а предмет зйомки. Даний вид презентації відносно недавно став популярний. В основному VR-об'єкти можна побачити в Інтернет-магазинах.

Наступними кроками розвитку використання фотографії є тривимірне сканування. Об'єкт фотографується з різних сторін, під різними кутами і за допомогою обробки у спеціальному програмному забезпеченні отримується його тривимірна цифрова модель. В дослідженні проаналізовано основні та нові засоби та технології в фотографії, які використовуються дизайнерами як в Україні так і за кордоном, а саме: прийоми, як навмисне завалювання горизонту і т.д.; фотографіка (псевдо-соляризація, виворотка, ізогелія, гіперконтрастність); об'єктиви (наприклад, "риб'яче око"); ефекти цифрової фотографії; HDR; панорамна фотографія; 3D фотографія або VR object.

Марченко О.В.

Магістрант кафедри дизайну,

Херсонський національний технічний університет

Полетаєва Г.Н.

Кандидат технічних наук, професор кафедри дизайну,

Херсонський національний технічний університет

МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ДИЗАЙН ЗАСОБАМИ СУЧАСНОСТІ

Сучасний світ характерний нескінченним потоком інформації і стрімким розвитком технологій, де людина прагне йти в ногу з часом і бути в курсі подій. Це відображається в багатьох сферах життя, де естетична складова має особливий вплив на сприйняття і створення необхідної реакції користувача.

Мультимедійний дизайн найбільш поширений в сферах розваг, підприємництва та маркетингу. Даний напрямок адаптує готовий продукт широкому спектру сучасних інформаційних носіїв. З урахуванням популяризації використання мобільного трафіку, все частіше форматами трансляції відео-контенту стають різні інтернет-канали, освітні та соціальні портали.

Дизайнер, що спеціалізується в даній галузі, розробляє цифровий контент: його концепцію, дизайн, ергономічне використання інтерфейсу для інтерактивної роботи. За допомогою технічних засобів відбувається розкриття сенсу і глибини твору, надання динаміки і атмосфери. Інтерактивність і застосування звукових і відео ефектів дозволяє підтримувати зв'язок з користувачем, вступати в діалог, що

дуже важливо для сучасності.

Робота з матеріалом включає розташування: тексту, зображень та інших образів, відповідно конкретному призначенню. У друкованій продукції, текст перетворюється в графічне оформлення. Дотримуючись правил типографіки, поліпшується сприйняття переданої інформації і спрощується процес комунікації з аудиторією.

Комбінування контенту з технологіями, ілюструє мультимедійність цифрового середовища, прикладом якого є веб-сайт. Динамічні елементи виступають як частини оформлення і можуть бути представлені: текстом, зображеннями, відео, аудіо та ін. Створення зв'язку між веб-сайтом і користувачем, досягається за допомогою певного набору медіа і засобами візуалізації контенту.

Анімація стала використовуватися повсюдно, вона оживляє історію, дозволяє перейти на новий рівень розуміння і формує потрібне враження. Вона може бути в будь-якому вигляді – від зацикленних коротких відео, до анімування положення тексту або зображень. Швидко привертаючи увагу і опановуючи, є часто застосовуваним засобом.

Яскравими представниками мультимедійності, в сфері розваг, є продукти ігрової індустрії. Синтезуючи і комбінуючи контент, складна інформація стає привабливою і доступно візуалізованою. Мобільні ігри та додатки несуть найвищий ступінь інтерактивності та комунікації з користувачем.

Отже, можна сказати, що продукти мультимедійного дизайну досить тісно пов'язані з різними сферами людського життя. Вони несуть різні функції, але мають незмінно вагомий вплив на сприйняття інформації в потрібному ракурсі. Виробляючи оптимізацію і синтез контенту, мультимедійний дизайн, різного ступеня інтерактивності, – засіб для комунікації з користувачем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шустрова О. Й. Проектування мультимедійного АРТ-простору засобами сучасного дизайну. URL: <http://www.dslib.net/tech-estetika/proektirovanie-multimedijnogo-art-prostranstva-sredstvami-sovremennogo-dizajna.html>
2. Тарасов В. І. Мультиплікація в системі сучасних культурних комунікацій, 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multiplikatsiya-v-sisteme-sovremennyh-kulturnyh-kommunikatsii>
3. Смолін А. О., Сисоева Е. К. Застосування та перспективи технологій моушн-дизайну в культурному та просвітницькому середовищі, 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-i-perspektivy-tehnologiy-moushn-dizayna-v-kulturnoy-i-prosvetitel'skoy-srede>

4. Воронова А. В. Синтез живопису та екранного мистецтва в практиці реалізації спільного анімаційного проекту, 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sintez-zhivopisi-i-ekrannogo-iskusstva-v-praktike-realizatsii-sovmestnogo-animatsionnogo-proekta>
5. Юмашев Д. О. Анімація в системі засобів масової інформації: розвиток комунікативного потенціалу анімації, 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/animatsiya-v-sisteme-sredstv-massovoy-informatsii-razvitie-kommunikativnogo-potentsiala-animatsii>
6. Кочнева А. В. Анімаційний дизайн: соціокультурна специфіка, 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/animatsionnyy-dizayn-sotsiokulturnaya-spetsifika>

Матійко О.О.

Магістрант фізико-математичного факультету

Абрамова О.В.

Кандидат педагогічних наук, доцент,

*Центральноукраїнський державний педагогічний університет
імені Володимира Винниченка*

ЗАСТОСУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНОЇ ГРАФІКИ У ВИВЧЕННІ ОСНОВ ДИЗАЙНУ ФАХІВЦЯМИ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

Розробка ескізу майбутнього об'єкту проектування є ключовою складовою його конструкційного етапу, на якому проводиться опрацювання моделей-аналогів та створюється прототип власного виробу. Дуже важливо щоб власний виріб був оригінальним, бо в інакшому випадку робота перетворюється у відтворення і більше не несе художньої цінності. Паперові ескізи стають все менш актуальними і для цього є свої підстави. Розробка ескізів у комп'ютерних програмах має ряд переваг у порівнянні зі звичайним малюванням на папері. Звичайно, малюнок можна виконати від руки та відсканувати його. Такий прийом нерідко застосовують досвідчені дизайнери. Проте графічні програми дають набагато ширші можливості для роботи із зображенням. Широкий спектр інструментів дає змогу значно швидше виконувати операції, ніж при звичайному малюванні. Наприклад, можна підібрати будь-який колір і одразу побачити як він виглядає на об'єкті, що проектується, змінити форму, розмір та багато інших його параметрів. У даній статті, не будемо зупинятися на описі переваг застосування графічних редакторів, оскільки дане питання вже ставало предметом досліджень [1]. Будь-який графічний редактор – це лише інструмент для роботи із

зображеннями, який вимагає довгого та кропіткого процесу оволодіння ним та без умінь і навичок користування буде безкорисним. Саме тому, важливу роль у підготовці майбутніх вчителів технологій посідає опанування основ роботи із графічними редакторами. На даний момент існує велика кількість програм для роботи із зображеннями, засобів автоматичного проектування, програм для тривимірного моделювання. Найбільш поширені це: Paint, Adobe Photoshop, Gimp 2, Adobe Illustrator, CorelDRAW, Inkscape, Компас, САПР, QuarkXPress, 3D studio MAX.

Для застосування графічних редакторів на етапі художнього конструювання виробу недостатньо тільки вмінь роботи у цих програмах, а необхідно мати глибокі знання із основ дизайну та навички застосування цих знань у практичній діяльності. Майбутні фахівці технологічної та професійної освіти вивчають основні поняття основ дизайну: композиція; її види, категорії, засоби; методи складання композиції; колір тощо. Термін "композиція" є багатозначним. У художньому творі будь-якого виду й жанру, композиція це основний складовий елемент, що організовує і зв'язує всі його частини в єдине ціле [3, с. 7]. Уміння правильно побудувати композицію є однією із ключових компетентностей майбутнього дизайнера [2], незалежно від того, чи то ландшафтний дизайн, чи дизайн інтер'єру, чи графічний дизайн тощо. Фактично усі види дизайну поєднані наявністю композиції.

Наведемо приклад завдання для студентів із основ дизайну на побудову композиції із використанням редактора векторної графіки Inkscape. Запропоноване завдання являє собою компоновання геометричних фігур, які необхідно розмістити на форматі, досягнути цілісності, виразності, ясності сприйняття: урівноважити за розміром, розташуванням (направленістю), формою, кольором тощо, виділити композиційний центр (або центри), створити композицію із ахроматичних кольорів, здійснити уведення хроматичного кольору, на практиці перевірити принципи гармонійного поєднання кольорів тощо.

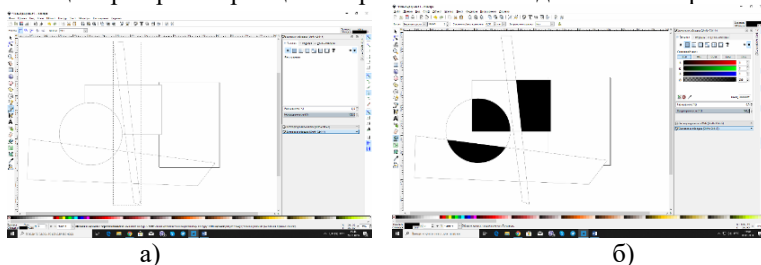


Рис. 1. Послідовність створення фрагменту орнаменту в програмі Inkscape: розмічання геометричних фігур (а), розділ фігур у місцях їх перетину з допомогою інструменту "Исключающее ИЛИ" (б)

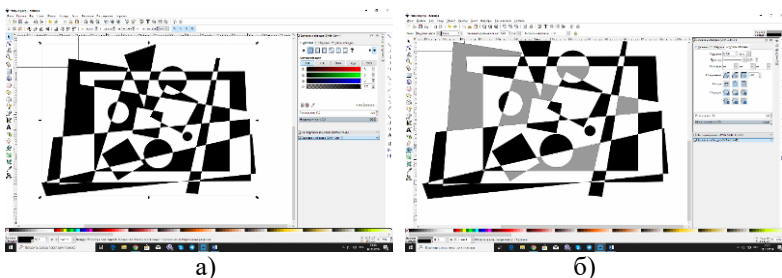


Рис 2. Створення композиції із фігур (а),
додавання до композиції нового кольору (б)

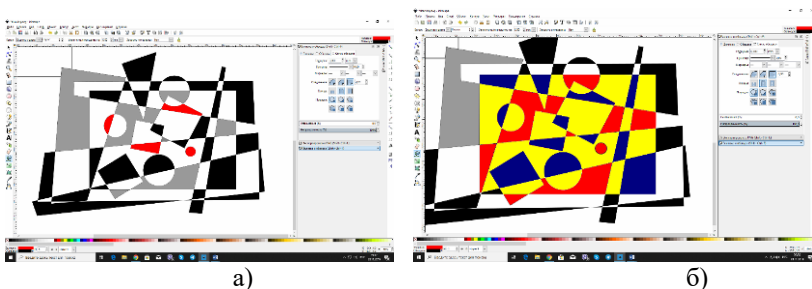


Рис 3. Заливка хроматичними кольорами: червоним (а),
синім, жовтим (б)

Виконуючи найпростіші завдання із застосуванням графічних редакторів, майбутні фахівці технологічної та професійної освіти вивчають види, засоби, закони композиції, принципи її побудови, на практиці опановують основи дизайну тощо. Використання комп'ютерних технологій у практичній діяльності, підвищує конкурентність фахівця в сучасних умовах комп'ютеризації усіх сфер життя.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мороз О., Абрамова О. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у проєктній діяльності. Наука та освіта в дослідженнях молодих учених, 2020. URL: <http://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/3606>.
2. Навчальна програма технології 10-11 класи (рівень стандарту) 2019 р. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalni-programi/navchalni-programi-dlya-10-11-klasiv>
3. Яремків М. Композиція: творчі основи зображення. Навчальний посібник. Тернопіль: Підручники і посібники, 2005. 112 с.

Музиченко В.М.
*Викладач-методист, завідувач відділення дизайну,
Черкаський державний бізнес-коледж*

"MOTION DESIGN" У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Сучасний графічний дизайн, як вид творчої діяльності, перестає бути статичним мистецтвом. Моушн-дизайн – графіка, що перебуває у русі – досить популярний напрямок дизайну. Завдяки стрімким змінам Інтернет-технологій анімаційна графіка почала активно використовуватися не тільки в телевізійній та кіноіндустрії, але і в рекламі, презентаціях, інтерфейсах, відео-інфографіці та інших цифрових проєктах. З кожним днем сфери застосування моушн-дизайну розширюються. Сьогодні це анімація логотипу і презентації, рухомі плакати і банери, веб-сайти і додатки, відеоігри. Враховуючі сучасні технології, цей перелік збільшується досить швидко.

Історія моушн-дизайну почалася в Америці трохи більше половини століття тому. Талановиті дизайнери Саул Басс, Моріс Біндер і Пабло Ферро придумали оригінальне рішення для оформлення титрів до культових фільмів. Титри могли донести до глядачів атмосферу фільму за допомогою дуже простої анімованої графіки, тексту і музики. Згодом цей метод і отримав назву "Motion Design".

Більш поглиблене визначення цієї галузі дизайну пропонують викладачі Харківської державної академії дизайну і мистецтв Михайло Опалев і Маріанна Мурашко: "Моушн-дизайн – самостійна галузь дизайну, спрямована на проєктування об'єктів брендінгу та арт-об'єктів за допомогою прийомів і технологій комп'ютерної анімації, звукового дизайну і можливостей інтерактивності, де візуальні ефекти, розроблені на рівні графіки, доповнюють сюжет новим сенсом" [1].

Для створення графічного дизайну в русі, а не хаотично рухомих предметів, необхідно володіти достатньою кількістю знань, навичок та художнього смаку. Анімацію графічних елементів можна створити використовуючи Adobe After Effects, Flash, Photoshop, але це все лише засоби створення якісного продукту, реалізації задумки, яких недостатньо для тримання "смачного" продукту.

Особливу увагу необхідно приділити основним складовим:

1. Колір. Розповсюджена помилка початківців – відсутність єдиної кольорової палітри в проєкті, через що виникає дисгармонія в кадрі. Необхідно розуміти і знати психологію кольору, різницю між теплою та холодною гамою кольорів, як впливають певні кольори на людину.

2.Композиція. Вся анімація будується на основах композиції. Вдала композиція забезпечує організацію всіх елементів анімації та їх правильний розподіл, що не тільки красиво виглядає зовні, але є ефективним з функціональної точки зору. Можна виділити наступні основні моменти: акцентуйте увагу на головному; керуйте поглядом глядача; дотримуйтесь масштабу і балансу між елементами; використовуйте доповнюючі елементи; пам'ятайте про контраст, симетрію, асиметрію; не забувайте про вертикалі і діагоналі; згадайте, що таке золотий перетин. Не зайвими будуть також знання перспективи.

3.Типографіка. Текст є невід'ємною частиною передачі інформації, а літери являють собою складову художньої мови. Одним з головних навичок моушн-дизайнера є художнє оформлення тексту, надання йому виразності, емоційної складової. Шрифт структурує і стає режисером візуальної мови, а типографіка створює зв'язок, характер зображення. І форма шрифту, і набір потрібні для донесення інформації. Естетика та функціональні аспекти мають велике значення у процесі створення типографічних об'єктів [3].

В моушн-дизайні шрифтова типографічна композиція є засобом самовираження, що стає самостійною творчою формою. Завдяки великій кількості виразних засобів, прийомів і технологій, анімована типографіка – це чудове поле для художніх експериментів із формами, композицією і навіть матеріалами. Більшість таких експериментів впливає на свідомість глядача на абстрактному рівні та має потужний емоційний вплив.

Способи, які використовуються для створення привабливої, ефективною, динамічною типографіки, можуть бути наступними:

- поєднання типографіки і фотографії, поєднання ілюстрацій з анімацією;
- модифікації форми шрифту засобами технологій 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 [2].

Поняття моушн-дизайну дуже близьке до 2D та 3D анімації. Він намагається максимально спростити процес комунікації з глядачем з використанням мінімального набору інструментів. З його допомогою будь яке повідомлення, навіть якщо воно переповнене цифрами,

термінами і фактами, можна донести до глядача за декілька секунд. Як відомо, людина завжди звертає увагу на те, що рухається. Іншими словами, головна мета моушн-дизайну – привнести життя в графічний контент.

ЛІТЕРАТУРА

1. Опалев М. Л., Мурашко М. В., Определение моушндизайна и систематизация его объектов / М. Л. Опалев, М. В. Мурашко // Вісник Харківської Державної академії дизайну і мистецтв. – Х.: ХДАДМ, 2012.
2. Опалев М. Л., Саввіна К. С., Етапи розвитку анімованої типографіки в моушн-дизайні / Опалев М. Л., Саввіна К. С. // Вісник Харківської Державної академії дизайну і мистецтв. – Х.: ХДАДМ, 2014.
3. Haslam A., Baines P. Type and Typography / A. Haslam, P. Baines. // New York: Watson-Guptill, 2005. – 240 p.: 300 il.

Пантус Н.М.

*старший викладач кафедри дизайну,
Національний університет "Запорізька політехніка"*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ГРАФІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

У сучасному світі інтенсивно діють інтегративні тенденції глобалізації, які створюють умови для становлення соціокультурного синтезу. Феномен і альтернативи самовизначення людини зазнають докорінних змін, набувають статусу ключової філософської проблеми сучасності. Е. Еріксон зауважив, що в наш час дослідження ідентичності мають настільки принципове значення, наскільки раніше привертала до себе увагу проблематика несвідомого.

Термін ідентичність виражає ідею постійності, тотожності, спадкоємності індивіда і його самосвідомості. У соціальних науках розрізняються: соціальна (ототожнення себе з соціальною позицією, або статусом), культурна (ототожнення себе з культурною традицією), етнічна (ототожнення себе з певною етнічною групою), групова (ототожнення себе з тією чи іншою спільністю, або групою) ідентичність. Механізм ідентичності є необхідною умовою спадкоємності соціальної структури та культурної традиції.

Візуальна комунікація є важливим фактором сучасної культури, суспільної свідомості. Комунікативні процеси, що відбуваються між

людьми, між людиною і середовищем бурхливо розвиваються. В умовах розвитку інтегративних тенденцій глобалізації перед графічними дизайнерами постає завдання надати ідентичності комунікативному предметному середовищу, його елементам.

Графічна ідентичність створена у добу мультимедійного дизайну за допомогою інтернет технологій набуває нових експериментальних рис. Це можна вислідити на прикладі робіт багатьох відомих дизайнерів та дизайн-студій. В рамках глобальної кризи ідентичності Мігель Міранда і Селіна Ногерас, співзасновники пуерто-риканської дизайнерської студії Муіааа, розробили Soft Identity Makers, інтерактивну алгоритмічну установку, яка кидає виклик давній традиції монолітних національних систем ідентифікації і пропонує новий спосіб їх розробки. Коли антрополози обговорюють національну ідентичність, вони роблять це за допомогою маркерів, таких як мова, тотеми, ритуал, одяг, їжа і релігія. Муіааа застосувала аналогічний підхід до розробки 45 різних маркерів, які могли б використовуватися для вираження національної ідентичності. Але замість того, щоб створювати єдину візуальну ідентифікацію з використанням цих користувальницьких маркерів, Муіааа розробила процес, який дозволяє окремим людям створювати свої власні. Ідентичність Муіааа призначена для спілкування повсюдно.

ЛІТЕРАТУРА

1. Проектування в графічному дизайні: Підручн. для вузів / С.А. Васін, А.Ю. Талащук, Ю.В. Назаров, Л.А. Морозова, В.В. Сумароков; Під. Ред. С.А. Васіна. — М.: Машинобудування-1, 2006. — 320 с.
2. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие [Текст] О. Л. Гнатюк. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2012. — 256 с.

Чепелюк О.В.

*Доктор технічних наук, професор кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

Посвалюк Н.А.

*Магістрант кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

МУЛЬТИМЕДІЙНІ ЛЕКЦІЇ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Людина сьогодні живе в середовищі інформаційних технологій за умови постійного інформаційного споживання. Інформація повсюди і її настільки багато, що виникає питання якісного вибору контенту та

зменшення відволікань користувача на менш корисні подразники.

З кожним днем виростає кількість різноманітного відеоконтенту, що змінює потреби споживачів. Через високу конкурентоспроможність виникає необхідність додаткової онлайн освіти, а в період пандемії людство щільно зіткнулося з потребою онлайн ресурсів. Можливість працювати дистанційно показала один з основних плюсів для компаній - зменшення витрат на утримання працівників. Працівники, у свою чергу, можуть забезпечити собі роботу у вільному графіці у зручній домашній атмосфері. Але в період пандемії гостро постав і великий недолік активного переходу на режим онлайн - багато підприємств припинило роботу, тож важливо підтримувати баланс між даними системами комунікації.

Для молоді також тема дистанційного зв'язку є актуальною, адже на сьогоднішній день популярність блогінгу, ведення сторінок в соціальних мережах має активний ріст, а популярність інтернет платформ є мінливою. Традиційна форма навчання не втрачає своє актуальності, але поряд з нею набувають популярності тренінги, вебінари, майстер-класи, які дозволяють дати концентровано ту дозу знань, яка затребувана і може бути засвоєна.

Якщо в 2012 році серед населення України на першому місці популярності була соцмережа VKontakte – 50,24 %, Facebook – 23,83%, YouTube – 11,60% , Twitter – 5,44%, Pinterest – 2,45 %, то станом на 2018 рік ситуація суттєво змінилася: Facebook – 53,11%, Instagram – 16,79%, YouTube – 9,10%, Pinterest – 8,88 %, Twitter – 5,80%, VKontakte – 2,94%, а в 2019 році головним відкриттям став Tik –Tok – сервіс для створення і перегляду коротких відео та в 2020 році даний сервіс продовжує набирати оберти. Згідно з даною статистикою можна виділити основні платформи зв'язку з цільовою аудиторією – Tik–Tok, Facebook, Instagram, YouTube та систематизувати інформацію згідно формату кожної соціальної мережі.

Виникає питання: "Яким чином привернути інтерес глядача в інформаційному потоці великої інтенсивності та з допомогою яких інструментів систематизувати інформацію таким чином, аби вона краще сприймалась споживачем". Задля якісного засвоєння певного об'єму інформації викладачу або тренеру необхідно стабілізувати, відфільтрувати потрібну її кількість, розподілити в певній послідовності. В цьому можуть прийти на допомогу здобутки сучасних технологій, які дають можливість не тільки послідовно донести інформацію аудиторії в залі, а й дозволяють розширити потенціальних клієнтів в мережі Інтернет.

Сучасну людину приваблює динаміка та креативність рішень, тому в даному випадку розглядається відносно новий напрямок

моушн-дизайну – потужне та гнучке візуальне повідомлення; досліджується його застосування в навчальному процесі, а саме в мультимедійних лекціях.

Моушн-дизайн підходить для створення змістовних і при цьому коротких повідомлень, які швидше запам'ятовуються. У рекламі та інфографіці стислість і зрозумілість - ключові параметри через обмеження в часі. Моушн-графіка розкриває складні ідеї, концепції, систематизує дані в простій і зрозумілій формі. У короткому ролику міститься велика кількість інформації, і при цьому вона легко засвоюється глядачем. Також анімаційна графіка легко чіпляє та утримує увагу, а більшість користувачів вибирають відео, а не читання.

В процесі дослідження виділено ряд позитивних та негативних сторін мультимедійних лекцій:

- + мультимедійні лекції дозволяють глядачу переглядати лекцію в зручний для нього час та комфортних умовах;

- лектор не має зорового контакту з цільовою аудиторією, не має можливості встановити з нею потрібний рапорт, підлаштуватися під цінності та емоційний стан аудиторії;

- + лектор має можливість знімати лекцію в зручний час, коли відчуває свою налаштованість, має налаштований емоційний стан;

- + мультимедійна лекція записується та проводиться заздалегідь і це дає лектору має право на помилку, адже матеріал можна перезняти, відредагувати в програмах для монтажу;

- лектору важче зацікавити глядача на повний перегляд відеоролику;

- елементи моушн-дизайну в надмірній кількості можуть збивати глядача від основної інформаційної частини доповіді;

- + вставки графічних елементів можуть бути доречними для встановлення "якоря", підкреслення головних елементів інформації;

- + людині з візуальним типом мислення швидше запам'ятовується вигляд слів, ніж їх звуковий зміст;

- глядачу може не вистачити мотивації на перегляд відеоролику, тому лектору важливо зацікавити глядача з перших секунд ролику, розповісти яку користь дасть глядачу відеоматеріал в тому чи іншому випадку.

Безперечно, кожна форма навчання має свої позитивні та негативні сторони, але кожна з них має право на існування. Анімаційна графіка приваблива для глядача і є популярною, а її доречне використання в мультимедійних лекціях може покращити якість освітнього процесу. Тому тема даної роботи є актуальною.

*Пучко И.Г.,
Богданович О.Н.
Тренинговый центр "Логос"
г. Минск, Беларусь*

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ДИЗАЙНЕРА. АВТОРСКИЙ БРЕНД

Намного легче довериться бренду, зная кто за ним стоит. Авторский бренд дизайнера – это философия, которую он несет в мир через создание образов. Это способ трансляции его взглядов, с учетом возможности масштабирования команды, что вызывает необходимость корректировки бренда. При этом в общество транслируется новая модель.

Развитие авторского бренда начинается с позиционирования – с ответа на вопросы: "Почему вы?". Именно с ответа на этот вопрос начинается презентация дизайнера. Следует указать причины, по которым представителю целевой аудитории следует выдрать именно данного дизайнера, почему именно данные продукты следует выбрать.

Значимым фактором в позиционировании является яркость и наличие характерных отличительных черт, которые выделяют авторский бренд дизайнера среди других. На данных отличиях целесообразно строить рекламную компанию по реализации продукта и мотивировать потенциальных партнеров к сотрудничеству.

При этом следует разработать четкую стратегию и пошаговый план, что принесет выгоду авторскому бренду. Стратегия позиционирования помогает определить то место в сознании человека, которое продукты бренда будут занимать по отношению к другим.

На первом этапе следует составить рассказ о дизайнере объемом 100 слов. При этом следует выявить особенности личности дизайнера, интересные факты из его истории и подчеркнуть уникальные свойства продукта.

Эти 100 слов могут быть представлены при разработке рекламной компании, для позиционирования в социальных сетях, а также при составлении пресс-релизов и в публичных выступлениях дизайнера.

Авторский бренд – это не описание личности дизайнера, а создание образа, который вызовет отклик у представителей целевой аудитории. Это ассоциации, связанные с дизайнером и его продуктами. При этом на развитие бренда большое внимание оказывает репутация.

Задачи авторского бренда: сделать имя узнаваемым среди представителей целевой аудитории, повысить лояльность аудитории к

продуктам, позиционировать дизайнера, как эксперта в определенной области.

Авторский бренд делает имя узнаваемым, повышает ценность продукта, что является важным фактором продвижения дизайнерских продуктов. В качестве примера можно привести выдающуюся работу Казимира Малевича "Черный квадрат", которая стоит несколько миллионов долларов, а подобная работа неизвестного художника – 0 рублей.

При создании авторского бренда следует определить смыслы, которыми он будет наполнен, ассоциации, которые он будет вызывать и образ, который будет формироваться в итоге. Важно понимать, что в создании образа целесообразно показать различные грани творчества и личной жизни без заимствования того, чего нет. Авторский бренд должен совпадать с образом жизни дизайнера, его ценностями и верованиями.

Чтобы сформировать образ, следует четко определить целевую аудиторию и, как было указано выше, составить историю с упоминанием достижений и наград – это повысит уровень экспертности дизайнера. Известно, что подключение эмоций потребителя повышает качество его отклика на рекламу. Для этого следует рассказать о трудностях, с которыми дизайнер столкнулся в процессе становления. Это сблизит его с аудиторией. Выделение его основных качеств и описание эмоций, позволяет легче запомнить образ. Целесообразно рассказать о его миссии, чего он хочет добиться авторским брендингом – возможно создать новое направление в дизайне. Затем оформить образ, выбрать определённый стиль одежды, возможно цвета, оригинальную причёску, все, что позволит визуально наполнить образ и передать эмоционально - чувственную сферу. Одним из самых важных элементов позиционирования дизайнера является грамотно спроектированный фирменный знак.

После формирования образа следует этап начала рекламной компании: публикация в социальных сетях, создание личного сайта, выступления на мероприятиях, публикации в СМИ, ведение личного блога.

Следующий этап – это продвижение авторского бренда. Лучшее место в настоящее время для продвижения – социальные сети и личный блог. Продвижение в соцсетях позволяет быстро сформировать аудиторию, показать свой стиль и сформировать круг единомышленников.

Можно выбрать несколько соцсетей, можно сконцентрироваться на Instagram. При этом большое значение имеет оформление страницы с учетом законов композиции и цветоведения. В описании профиля следует привести элементы позиционирования: краткие и яркие

личностные особенности дизайнера и особенности представителей целевой аудитории. Необходимо указать, чем дизайнер может быть полезен своей аудитории. В ленте нужно разместить свои фото с текстовым описанием (авторском стиле изложения материала должен быть выдержан во всех постах), необходимо реагировать на активность пользователей в ленте.

Соблюдение условий, перечисленных выше, приведет к узнаваемости бренда станет целевой аудиторией.

Савісько Р.І.

*Викладач кафедри дизайну,
Черкаський державний технологічний університет*

ГОЛОГРАМНА РЕАЛЬНІСТЬ ТА НОВИЙ ШЛЯХ В СУЧАСНОМУ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ

Сучасний світ неможливо уявити без технологій. Буквально кілька років тому 3D технології були чимось новим і фантастичним, але вже сьогодні це можна сказати вчорашній день. Інша справа – голограми.

Голограма – це технологія проектування тривимірного об'ємного зображення, яка перетворює зображення в реальність [1].

Перші голограми з'явилися ще задовго до того як їх показали в науково-фантастичних фільмах, вперше голографічне зображення з'явилося майже 160 років тому. Наданий момент вони можуть бути у вигляді:

- Дзеркальної голограми

Ця технологія вже набагато більше схожа і нагадує голограму яку ми собі уявляємо. Тонке дзеркало розкручують до максимально можливої швидкості, а після з декількох точок проектують на нього картинку, перевага цієї технології в порівнянні з іншими в тому що зображення виходить дійсно об'ємним, його можна обійти і оглянути з усіх боків, але все це також ілюзія, адже ні доторкнутися до цього предмету і тим більше змусити його взаємодіяти із зовнішнім світом не можна [2].

- Проекція на світловідбиваючі речовини

Це зображення яке проектується на пар або бризки води

Такі псевдо голограми часто використовуються в розважальних центрах, концертах, показах мод і інших заходах. Так як цей спосіб тривимірного зображення є порівняно недорогим на відміну від інших, але по факту, це звичайна фото проекція. [2].

- Голографічне телебачення

Ідею подібної голограми було закрито практично відразу через свою дороговизну концепції. Незважаючи на те що розробки гала-тб ведуться і до цих пір, реального використання в побутових умовах ця технологія не знайшла. Такі гала екрани можна спостерігати хіба що в офісах компаній гігантів і великих дослідних центрах таких як BBC, NASA і інших. [3].

- Голографічна навігація та голо-панель управління в автомобілях

Голографічна навігація на сьогоднішній день виглядає вже не так вражаюче зате зручно. Але голографічну панель управління сьогодні ще складно уявити. Наприклад компанія BMW планує випустити автомобіль з таким дисплеєм до 2025 року. [4].

- Голопортация

Це ще один не менш цікавий тип псевдо голограм. Процес голографічної телепортації представила компанія Microsoft.

Процес передачі об'ємного зображення співрозмовника на відстані за допомогою його сканування в реальному часі та створення 3D моделі з натягнутими на неї текстурами. Можна спостерігати з усіх боків як би вони присутні всередині неї, а також зменшувати або збільшувати 3D модель. Але ця технологія більше відносяться до VR технології ніж до голограмам [5].

До цього часу голографічне зображення можна було тільки побачити. Якщо спробувати доторкнутися то рука пройде наскрізь через зображення. Тобто основна вада даних голограм це можливість сприймати її тактильно. Але світ навколо розвивається, а разом із ним розвиваються і технології.

Одні з перших голограм з тактильною можливістю були розроблені англійськими вченими Брістольського університету. Для передачі зусилля дотику вони використовували складні прилади що формували ультразвуковий візерунок в повітрі. [6]

Японські вчені з Сассекського університету створили першу в світі голограму яка в прямому сенсі можна безпечно помацати руками, а головне відчути її на дотик. Тактильний вплив формується завдяки використанню фемтосекундних лазерів.

Ефект безпечних на дотик голограм був досягнутий за рахунок скорочення тривалості імпульсів лазерного випромінювання і переходу з наносекунд на фемтосекунди. Голографічне зображення при цьому складається з крихітних об'ємних елементів – вокселей. Це світлові точки випромінюються плазмою яка створюється при іонізації повітря лазером [7]

Тактильні голограми можна використовувати досить широко. Вони могли б замінити потребу в створенні нових інтерфейсів, при

цьому відпадає необхідність створення нового товару який має матеріально-речову форму. В подальшому технологія безперечно буде вдосконалюватись і саме вона буде вимагати дотримання певних вимог при створенні нових дизайн-об'єктів як в реальному так і віртуальному (цифровому) вигляді.

ЛІТЕРАТУРА

1. Голографія : [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Голографія](https://ru.wikipedia.org/wiki/Голографія)
2. Призак Пеппера: https://ru.wikipedia.org/wiki/Призак_Пеппера
3. BBC experiments with 'Holographic': <https://www.bbc.co.uk/blogs/internet/entries/408fb9a1-0891-463e-93f2-0310718d60b6>
4. В BMW создали голографический дисплей: <https://www.bmwclub.ru/threads/v-bmw-sozdali-golograficheskij-displej.1110921/>
5. Голопортация : <https://habr.com/ru/post/392263/>
6. Англійці придумали тактильні голограми: <https://fmf.udpu.edu.ua/novyny-suchasnoi-nauky/659-anhliitsi-prydumaly-taktylni-holohramy>
7. Hologram-like device animates objects using ultrasound waves: <https://www.theguardian.com/technology/2019/nov/13/hologram-like-device-animates-objects-using-ultrasound-waves>

Фефелов А.О.
*Кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ UNREAL ENGINE ПРИ СТВОРЕННІ ЕЛЕКТРОННОЇ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ЗНАЇ

Застосування інформаційних технологій в освіті привело до появи широкого спектра різних дидактичних комп'ютерних програм. Серед них можна виділити: навчальні, контролюючі, програми для моделювання, програмні тренажери, гіпертекстові системи, тощо. В даному контексті електронні системи контролю знань (ЕСКЗ) викликають підвищений інтерес, тому що дозволяють ефективно оцінювати якість набутих навичок в умовах зростаючої ролі дистанційної форми навчання. Існуючі на сьогодні засоби розробки ЕСКЗ не дають повноцінної свободи як в плані візуального оформлення завдань, так і в плані вибудовування їх логіки. В роботі поставлена задача дослідження можливостей графічного движка Unreal Engine [1] в якості засобу проектування ЕСКЗ і розробки зразка ЕСКЗ по одній з комп'ютерних дисциплін.

На протязі багатьох років основною сферою застосування Unreal Engine була і є розробка комп'ютерних ігор. Проте останній випуск даного програмного продукту, а саме Unreal Engine 4, завдяки істотно поліпшеним можливостям графіки і взаємодії з користувачем, зробив його популярним далеко за межами ігрової індустрії [2]. Редактор Unreal Engine містить ряд вбудованих інструментів, які допомагають розробнику перевіряти і втілювати ідеї на високому рівні, не витрачаючи час на деталі реалізації. Зокрема, для створення інтерфейсу користувача в іграх застосовується інструмент Unreal Motion Graphics (UMG), що має можливість конструювання графічних форм на основі ієрархії віджетів. Цей інструмент використаний в даному дослідженні для проектування форм з питаннями (рис. 1).

UMG дозволяє компонувати і анімувати віджети багатьма способами, а, також, робити їх інтерактивними. Розробник може включати до складу віджетів власні графічні елементи. Логіка завдань може бути реалізована за допомогою системи візуального скриптингу, що не потребує залучення до роботи фахівців в області програмування. Оскільки Unreal Engine більшою мірою орієнтований на тривимірну графіку, завдання можна оснастити інтерактивними тривимірними елементами, які анімуються в реальному часі.



Рис. 1. Форма з питанням тесту, створена за допомогою UMG

Проведені дослідження показали, що інструментарій Unreal Engine 4 дає можливість створювати ЕСКЗ практично будь-якої складності. При цьому завдання ЕСКЗ можуть включати не просто питання, а цілі сценарії, оформлені якісною графікою і анімацією. За результатами досліджень створено ЕСКЗ з дисципліни "Комп'ютерна графіка" для студентів спеціальності "Дизайн".

ЛІТЕРАТУРА

1. Unreal Engine Review: Pros, Cons, and Suitability [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.newgenapps.com/blog/unreal-engine-review-pros-cons-suitability/>.
2. Their future is Epic: The evolution of a gaming giant [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.polygon.com/a/epic-4-0>.

Храмова-Баранова О.Л.

*Доктор історичних наук., професор кафедри дизайну,
Черкаський державний технологічний університет*

ЕСТЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТОВАРНОГО ЗНАКУ

Аналіз і вивчення товарного знаку підтверджує необхідність клеймування продукції виробником для отримання високої її якості і розробки дизайну естетичного і функціонального знаку, а також для формування законодавчої бази з цього питання. В період глобалізації економіки і постіндустріальних перетворень в країнах відбувається

загострення конкурентної боротьби і в цій боротьбі знаки для товарів і послуг набувають особливої економічної і естетичної цінності, оскільки як продукт графічного дизайну, товарний знак є результатом зміни тенденцій у візуальній культурі, відбиттям філософсько-естетичних уявлень, тому розгляд і ґрунтовний аналіз сприятиме становленню нових тенденцій в цій сфері.

Важливою характеристикою суспільства є провідна роль інформації і пріоритет теоретичного сектору економіки, зміна ритму життя в напрямку всеохоплюючої глобалізації, тому основними ресурсами суспільства стають знання і наука. На інформаційному етапі розвитку суспільства і культури товарних знаків виникає багато різних товарів, які відмінні один від одного, щонайменше зовні. При цьому життя людини набуває змінного характеру, і головне – може змінюватися швидко, саме тому, неоціненною є роль естетичного аспекту розвитку сучасних товарних знаків, які дозволяють швидко змінювати стиль життя, а не тільки його окремі атрибути.

Товарний знак – це важливий ідентифікаційний компонент проектного середовища, який в сучасних умовах набуває нових рис. Як продукт графічного дизайну, товарний знак є також віддзеркаленням зміни тенденцій у візуальній сфері, відбиттям естетичних уявлень. Комплексний аналіз зображувальних аспектів товарного знаку повинен надати певний поштовх у сфері практичного застосування графічного дизайну, заповнити прогалини у теоретичному обґрунтуванні проблеми, а також відкрити перспективи для подальших наукових досліджень естетичних аспектів товарного знаку. У XX ст. у зв'язку з розвитком промисловості виникає дослідницький інтерес до становлення і перспектив товарного знаку. Перші дослідники, які аналізували процес створення товарного знаку були К. Веркман, А. Шестиміров, А. Павлінська, Ю. Сокольнікова, В. Победін та ін. Вважається, що саме Франція, США, Великобританія, Німеччина стали фундаторами для формування і становлення товарного знаку. Це питання широко досліджував К. Веркман, який дійшов висновку, що найбільш поширеними елементами товарних знаків є зірки, геометричні фігури тощо, які занурюють нас в філософсько-естетичні аспекти становлення тієї чи іншої культури. Серед українських дослідників варто зазначити праці О. Черневич, О. Побєдіна, А. Павлінської і В. Косіва. Наразі, в Україні відсутні дослідження українського товарного знаку, які б дали повний естетичний аналіз його розвитку, а також не повністю висвітленими залишаються особливості використання національних мотивів у графіці сучасного знаку.

Наприклад, С. Серов зазначав в своїх працях, що формування і розвиток знаку за сучасними естетичними уявленнями відбулося в

1960 – 1970-х роках, коли створювалися класичні варіанти знаків. Дослідник надав ґрунтовний аналіз взаємодії простору і товарного знаку в різні часи і стверджував, що простір є найважливішим поняттям, що характеризує естетику, стилістику і пластику знака. В працях О. Победіна, О.Черневич ґрунтовно аналізуються шрифтові знаки, особливості використання в них різних гарнітур, культурологічний і естетичний аспект цього питання. В Україні на сьогоднішній день існують поодинокі дослідження в даній галузі, на окрему увагу заслуговує робота В. Победіна "Знаки в графічному дизайні", в якій досліджуються авторські знаки. В праці надані критерії оцінки стилістичних, художніх якостей знаків, а також загальна їх класифікація, історія виникнення і розвитку. Питання національної моделі товарного знаку в графічному дизайні в Україні висвітлює у своєму дослідженні В. Косів. Особливу увагу, в контексті обраного питання, привертає каталог "Золоті торгові марки України", який публікується з 2001 р. за результатами Всеукраїнського конкурсу, основна мета якого – сприяння зміцненню позицій вітчизняних товарних знаків, здатних формувати імідж країни на міжнародній арені. Оцінка товарних знаків проходить і за економічними показниками, а саме: успішністю і рейтингом підприємства, передовими технологіями виробництва тощо. До критеріїв оцінки не входить оригінальність дизайнерського рішення, а сам каталог містить інформацію про підприємства, яка носить здебільшого рекламний і просвітницький характер. В 2002 р. вийшла стаття О. Гладун "Формування національної моделі товарного знаку", в якій авторка аналізує основні тенденції графічного виконання товарних знаків, а саме: домінанту літерних, словесних, зображувальних або комбінованих знаків в період з 1950-х р. в Україні. Після ґрунтовного аналізу, дослідник відзначає характерне для 1990-х р. знищення національних проявів в естетиці товарних знаків, орієнтацію тільки на європейський дизайн, також авторка характеризує період на межі століть як етап пошуків нової парадигми, стилістики, нового розуміння теми національної естетики в дизайні. Аналізом становлення і розвитку товарного знаку займалися В. Афонін і І. Гладкова, що знайшло своє висвітлення у навчальному посібнику "Товарні знаки". У посібнику розглядаються основні функції товарних знаків і їх класифікація. Наприклад, в магістерській роботі В. Піднебесної проводиться спроба дослідити принципи формоутворення сучасного товарного знаку в Україні і перспективи даного напрямку з урахуванням етичних аспектів національних традицій, що дасть змогу показати перспективи розвитку товарного знаку в Україні.

Отже, значення аналізу естетичних аспектів становлення і розвитку товарного знаку є вагомим для формування основних

принципів побудови знаку. З ХХ ст. з розвитком промисловості практично весь асортимент товарів надходить на ринок споживання з товарними знаками, які відрізняють товар від багатьох аналогічних і поєднуються в свідомості споживача з якістю товару та залучають увагу споживача до знаку з вищою естетичною якістю. Як результат – товарний знак виконує свої функції і стає головним елементом культурних візуальних комунікацій сьогодні.

Rainer Schamberger
Germany

BORDER BETWEEN DEMANDED CONTENT AND VIRAL ADVERTISING

The field of multimedia occupies a leading position in the transmission of information among people. With the help of video content, a certain brand can position itself on the side that will be interesting to its target audience, leave it indifferent or irritate. The reaction of the target audience is influenced by the professionalism of the company and the priorities of the audience. There is often a lot of advertising during and before a company releases a product. Today in the world there is a problem of oversaturation with viral advertising, so the topic is relevant.

This type of advertising is popular among marketers, but due to the lack of in-depth research, such advertising is very rarely popular among viewers. Today it is extremely difficult to influence a person to incline to a certain action. Modern man is well acquainted with the tools of marketers, is quite skeptical of the inventions of advertisers, has the ability to filter external stimuli that do not belong to the sphere of its interests. In a large flow of daily information, it is almost impossible to capture the viewer's attention.

Today, people spend a lot of time on the Internet, more than 53% of the world's population are active users, which has forced marketers to influence through social networks. But even this does not guarantee that a large percentage of the population will react to advertising, and the uncontrolled flow of advertising on the Internet is often even annoying. The attractiveness of viral content as a tool to influence the psyche of the consumer is obvious, but ignorance of the mechanisms underlying the distribution of advertising hinders its development and perception by consumers. American professor M. Kaplan offers the following formula of viral marketing: to provide the necessary information to the right people at the right time. With this move, viral video content may become in demand

for a while. But no less important is the amount of advertising. After all, no matter how good it is, if there are too many of it, it is boring.

Today it is desirable to develop methods to combat low-quality viral advertising, its quantity and create such content that will be in demand. When creating an ad, it is important to ask yourself what the viewer wants to see; carefully study the target audience through surveys. Associative advertising, which is not directly related to the product, has a good effect on perception. Advertising, which has its own "chip" and creative solution - is more likely to be remembered by the viewer, and when there is a need to choose a product in the first place, people are more likely to remember just such advertising.

It can be concluded that when creating a presentation "message" it is important not to cross the line between content that will be popular and viral advertising that will be annoying.

Barb Green
Australia

THE CHALLENGE OF DOODLING

"It's not the mountain we conquer but ourselves"
Edmund Hillary 1919-2008

There seems to be no end to the challenges we face in life. At their best they are a learning experience. At their worst, they are scars that act as unpleasant reminders of hard times. It is totally up to the individual whether challenges work for them or against them.

In early 2018 I challenged myself to complete a small quick pen drawing every day for 100 days. I called these drawings 'doodles'. Doodles are simple drawings that can have concrete representational meaning or that may just be composed of random and abstract lines and colours. They are thoughts put on paper. I believe doodles take an artist on a journey to an unknown destination where ego is not allowed entry.

In the beginning I wanted to see if I could free my mind and my hand of constraints that were plaguing me at the time. I wanted to loosen up and be more carefree in my artistic output. I decided to increase my personal challenge by making my doodles public and posted them to my Facebook page - BarbGreenArt. Early on, I looked to see how many people 'liked' my daily doodle on Facebook and always felt a level of disappointment. However, soon enough I reminded myself that getting 'likes' was not why I had given myself the challenge and I became less interested in that

outcome. A minor challenge to daily doodling was overcome!

I had intended to stop doing daily doodles after 100 days and get on with other artistic pursuits. However, I found myself enjoying the challenge of completing a doodle a day and was amused that there seemed to be no end to what my mind could help me put on paper. Today, 12 August 2020, I have posted more than 910 daily doodles without missing a day.

I haven't become a famous doodler through Facebook but I have gained the interest of more than 100 silent 'friends' who follow my Facebook page without interaction and I have nearly 900 friends from all around the world who are happy to glance at my daily artistic musings. In addition, I was invited to participate in a circle of artists from Switzerland, United Kingdom, Canada, Germany, and the United States who share their work, via mail, as Artist Trading Cards. These lovely people are my artist pen friends. At a time when travel is so restricted I am still travelling the world. I have also been invited to contribute to this conference proceedings emanating from the Ukraine. As a resident of one of the most isolated cities in the world, Perth Western Australia, I am happy that I now have contacts and friends in more populated parts of the world. I hope one day to meet some of them in person. All this has been an unexpected outcome to the challenge I set myself.

Most importantly in relation to my doodling challenge, I have achieved what I set out to do. I have loosened up my mind and hand, and my creativity is no longer constrained by wondering what other people think of my art. I also feel sure that creativity is not something that ends. I do not know when I will stop daily doodling. I will face that challenge when I come to it.

Peng Jun

*Wuhan Polytechnic University, Wuhan
People's Republic of China*

REFORM AND INNOVATION OF TALENTS TRAINING MODE FOR CHINESE-FOREIGN COOPERATION IN RUNNING SCHOOLS FOR ADVERTISING IN THE NEW ERA

Objectives: Under the background of economic globalization and media diversification, the talents training mode of Chinese-foreign cooperative advertising major is difficult to meet the needs of social market. As an important part of educational internationalization, Chinese-foreign cooperation in running schools introduces foreign high-quality educational resources and advanced educational concepts, and improves the quality of

higher education in advertising. This paper compares the similarities and differences between Chinese and foreign education, summarizes the experience to solve problems, and promotes the internationalization of higher education of Chinese-foreign cooperative advertising major to develop healthily and orderly. Thus, it adapts to the interdisciplinary, infiltration and integration research under the development trend of contemporary international education. Concerning the globalization research in the new era, this paper studies the international coordination and convergence of advertising talents training, and solves the adaptability and pertinence for the cooperation in running schools in advertising. It combines talents training, curriculum setting, teaching staff and teaching evaluation to explore the frontier issues to train advertising majors, and solve the difficulties of Chinese-foreign cooperation in running schools.

Methods:

1. Scientific design of the training path for international advertising talents. The pyramid-shaped international talents training path is a talents training path from knowledge to literacy to ability, and its ultimate goal is the output of international talents.

2. The international characteristics of advertising curriculum setting. The basic logic of curriculum optimization is to constantly improve students' international literacy and practical ability based on professional knowledge, and train their awareness of internationalization and innovation. Meanwhile, classroom teaching, extracurricular teaching and practice in the industry should be combined to train their independent learning habits.

3. The internationalization of teaching methods for advertising talents training. It is necessary to focus on students and train their life-long learning and self-education abilities, while teachers play a prompting and auxiliary role. The promotion of the studio system and the tutorial system can effectively monitor students' learning, and also enhance the teacher-student connection and interaction.

4. The quality control system for advertising talents training. It is necessary to focus on the training and guidance of quality culture, the introduction of high-quality educational resources, the international characteristics of training programs, and the quality monitoring of the teaching process. Besides, it also needs to strive for the strong support of parent schools and the creation of an international cultural atmosphere.

Results:

1. Constructing an international teaching curriculum system for advertising. Insisting on the basic principle of "being first of foundation, language and major", it reflects internationalization of vision, high quality of resources, informatization of education and elitism of talents in the cooperation. The setting of basic courses aims to lay a solid foundation for students to master professional knowledge and comprehensive skills.

However, professional courses are combined according to social needs, professional development and students' employment to set up different modules. These reflect the forward-looking and practicality of the curriculum, and realize the full penetration of innovative talents training concept.

2. Enhancing the innovative ability of practical teaching. Practical teaching is an important link in the training of innovative talents in advertising. It can fully play the advantages of preferential policies and flexible funds for Chinese-foreign cooperation programs, focus on introducing and learning advanced foreign practical teaching concepts, further improve the practical teaching system, and promote the applied talents training. Moreover, establishing multimedia teaching laboratory can create material conditions for training students' practical and innovative abilities. During practical teaching, the proportion and content of bilingual teaching should be flexibly arranged combined with professional characteristics and students' abilities. In this way, we can fully use and share laboratory resources, explore and try to use simulation teaching to enhance students' innovative awareness and ability.

3. Solving the innovation and reform of teaching methods for talents training. The first is to set up studios in different directions, like advertising creative studios, new media creative marketing, and digital imaging, based on teachers' academic background. These studios provide a good place for students to study after class, which can facilitate the instant communication between teachers and students. Studios can introduce real advertising projects for students to conduct practical training, which can quickly improve their professional ability in a short time. The second is to implement the tutorial system. Advertising tutors can be teachers within schools, or from other well-known universities and elites in this industry. Those with qualifications can guide students after class, which supplements industrial resources.

4. Improving the quality of advertising teachers. It can promote the progress and improvement of both teaching and scientific research for advertising teachers by inviting well-known foreign experts to give lectures, introducing foreign advanced courses and teaching materials, and jointly formulating syllabuses. Meanwhile, teachers can be sent to foreign schools for further study, so as to master foreign advanced teaching concepts and the most cutting-edge subject knowledge.

5. Establishing the quality evaluation system for advertising talents training. The first is the evaluation of school-running qualifications. The second is the evaluation of school-running conditions, including teaching sites, experimental equipment and teachers. The third is the evaluation of professional adaptability to ensure the introduction of high-quality educational resources. The fourth is the evaluation of teaching quality,

which evaluates not only teachers' teaching attitudes, methods, behaviors and effects, but also students' learning objectives, methods and effects.

Conclusions: In the new era of global economic integration, training high-quality international advertising talents is one of the important trends of Chinese-foreign cooperation in running schools in the future. Thus, it is necessary to take innovative education as a start, firmly advance the reform of advertising talents training mode, promote discipline construction and management system innovation, and constantly improve the quality of talents training in Chinese-foreign cooperation in running schools.

Acknowledgements: Chinese-foreign cooperation in running schools; advertising; talents training.

**АРХІТЕКТУРА ТА ДИЗАЙН ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО
СЕРЕДОВИЩА: МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ
ВЛАСТИВОСТЕЙ ОБ'ЄКТІВ ДИЗАЙНУ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ЇХ
ЕСТЕТИЧНІ, СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ, ЕРГОНОМІЧНІ,
ФУНКЦІОНАЛЬНО-ЕКСПЛУАТАЦІЙНІ, МАРКЕТИНГОВІ Й
ЕКОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

Абизов В.А.

*Доктор архітектури, професор,
Київський національний університет технологій та дизайну*

**ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО
АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА**

Потреба забезпечення екологічного балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі обумовлює необхідність студіювання засад формування та перспективних напрямів розвитку дизайну архітектурного середовища, спроба визначення яких і є предметом даного дослідження. Різноманітні аспекти вирішення цих проблем, спрямовані на відповідне формування та розвиток архітектурного середовища для наступних поколінь, знаходять відображення в багатьох дослідженнях і такому понятті як "сталий розвиток" [1-3].

Виходячи з аналізу сучасних чинників і умов формування об'єктів містобудування та дизайну [1] уявляється можливим сформулювати основні засади формування й розвитку архітектури та дизайну у відповідності до таких ієрархічних рівнів: соціально-економічний, містобудівний, екологічний, типологічний (об'єктний), технічний.

Соціально-економічний рівень: а) надання людині широкій свободи вибору повноцінного середовища та архітектурно-просторових форм проживання, адекватних життєвим потребам і рівнями доходів різних соціальних груп населення; б) забезпечення людини гідним житлом з необхідними санітарно-гігієнічними зручностями для соціально незахищених верств населення; в) створення умов життєдіяльності та відповідних принципів забудови, що виключають соціальну сегрегацію різних верств населення.

Містобудівна рівень: а) забезпечення комплексного сталого розвитку населених пунктів з урахуванням створення умов для поетапної екологічної регенерації виснажених індустрією територіальних ресурсів; б) створення гармонійного архітектурного

середовища з урахуванням збереження історико-культурної та природної спадщини, пріоритет пішохода перед будь-якими, в тому числі надсучасними засобами транспорту; в) забезпечення раціональної забудови житлових поселень, що враховує потреби різних соціальних груп населення з наближенням об'єктів обслуговування до споживача, ефективне використання форм та прийомів забудови, що відбиває не тільки матеріально-побутові, але й соціально-культурні та духовні потреби суспільства.

Екологічний рівень: а) всебічне зниження енергоспоживання, зокрема невідновлюваних видів енергії й застосування ефективних інженер-технічних, транспортних і архітектурно-будівельних систем; б) використання нанотехнологій та природних будівельних матеріалів і забезпеченням рециркуляції та утилізації відпрацьованих матеріалів; в) створення "екологічно чистого" мікроклімату житлових утворень згідно зі сталим розвитком містобудівних систем і забезпечення органічного вписування нових об'єктів будівництва в існуюче природне і архітектурне середовище.

Типологічний (об'єктний) рівень: а) створення різноманітних форм архітектурно-просторової і конструктивної організації будівель, що найбільш повно відповідають соціальним і економічним потребам різних верств населення з урахуванням національних традицій; б) широке застосування принципів і прийомів гнучкого планування, що забезпечують адаптацію та розвиток будівель у часі і просторі з забезпеченням раціональної відповідності необхідних резервів адаптації та пов'язаних з цим витрат; в) формування багатофункціональних структур житлових комплексів та утворень з включення в їх структуру інформаційних технологій та систем нового типу та максимальним наближенням до людини об'єктів обслуговування й дозвілля.

Технічний рівень: а) розвиток високоомеханізованого і автоматизованого будівництва, впровадження найбільш ефективних і довговічних нових і традиційних будівельних матеріалів і технологій, зокрема матеріалів повторного використання та наноматеріалів; б) удосконалення діючих і впровадження нових архітектурно-будівельних систем з використанням прогресивних технологій та інновацій та застосуванням комбінованих систем, що відповідають конкретним умов середовища і можливостям індустріальної бази з використанням місцевих матеріально-сировинних ресурсів та відходів промисловості; в) впровадження нових архітектурно-конструктивних, інженерно-технічних і регульованих біонічних форм освоєння важкодоступних поверхонь Землі, а також позаземних просторів шляхом використання нових способів і засобів, в тому числі невідомих сучасній фізиці.

Виявлення засад формування сучасного архітектурного середовища на основі умов сталого розвитку є важливим для всебічного розуміння феномену середовища та буде корисним як для теорії, так і для практики архітектури та дизайну. В цьому контексті перспективи розвитку дизайну середовища доцільно розглядати у відповідності до таких ієрархічних рівнів: соціально-економічний, містобудівний, екологічний, типологічний, технічний. Такий методологічний підхід дозволить систематизувати існуючі знання й концепції та допоможе створити цілісний погляд на створення та перспективи розвитку сучасного архітектурного середовища.

ЛІТЕРАТУРА

1. Vadym Abyzov. *Modern Conditions and the Impacts of the Creation of Architectural Environment*. Materials Science & Engineering – IOP (Volume 245) World Multidisciplinary Civil Engineering-Architecture-Urban Planning Symposium - WMCAUS 12–16 June 2017, Prague, Czech Republic Published online: 4 November, Bristol, 2017
2. Lucian Kamionka. *Projektowanie zrównowazone – próby okreslenia parameterów*. Projektowanie zrownowazone jako paradygmat kształtowania przestrzeni w XXI wieku. Monografia, Architektura 3, Politechnika Świętokrzyska, Kielce, 2016
3. Butlin, John. *Our common future*. By World commission on environment and development. (London, Oxford University Press, 1987, pp.383 £5.95.). Journal of International Development (en) 1 (2).

Гальчинська О.С.

Аспірант,

Київський національний університет технологій та дизайну

Пашикевич К.Л.

Доктор технічних наук, професор,

Київський національний університет технологій та дизайну

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ЕКОДИЗАЙНУ ПРИ ПРОЕКТУВАННІ ОБ'ЄКТІВ ПРЕДМЕТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Метою дослідження є вивчення принципів створення предметів утилітарного призначення на прикладі авторського проекту "Еко-кошик". Для досягнення поставленої мети визначені та вирішені такі завдання: досліджені прототипи кошиків та еко торбин; створено промисловий зразок еко-кошика. Визначено та проаналізовано основні різновиди сумок в еко стилі.

Екологічні проблеми планети в XXI ст., які виникли внаслідок надмірного споживання товарів та послуг ставлять перед дизайнерами нові завдання для їх вирішення [1], а саме: зменшення засмічення планети одноразовим пакуванням, використання екологічних матеріалів, застосування вторинної сировини, розробка пакування багаторазового використання, створення зручних та естетичних аналогів пластиковим пакуванням та інші [3]. Оскільки основним джерелом сміття є одноразове пакування, дизайнери активно працюють над вирішенням проблеми, розробляючи багаторазові еко-торбинки, пакети з натуральних матеріалів, тару і контейнери для споживацьких покупок, мотивуючи споживачів зменшувати використання одноразової упаковки і відповідально ставитися до навколишнього середовища [2].

Успішно втілюють еко тенденції для створення аксесуарів: Puma, Hugo Boss, Edun, HFS Collective, Altiir та інші. Екосумки створюють бренди: BossTon, Matt & Nat, Freitag, Raw Flaw, Figlimon, Tkachuk Cork Style, Ecotorba, Некульок та багато інших. Досліджені існуючі прототипи багаторазових кошиків і торбин (табл. 1).

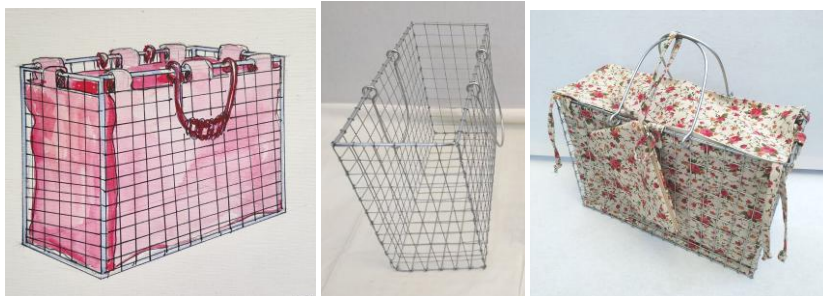
Таблиця 1.

Різновиди сумок в еко стилі

Назва	Зображення	Спосіб та особливості застосування
Еко торбинка		Утилітарне, застосовується в якості альтернативи пакету, для споживацьких покупок, зберігання, транспортування речей. Створена з текстилю – може бути різних розмірів, зручна в транспортуванні.
Кошик металевий		Утилітарне, застосовується в магазинах для зручності покупок, в якості обладнання торговельних мереж, та транспортування речей і продуктів. Вандалостійкий, можливий до використання протягом довготривалого часу.

Кошик плетений		Утилітарне, застосовуються в побуті, в присадибному господарстві, як садово-городній інвентар, для зберігання та транспортування речей і продуктів.
Пакет паперовий		Утилітарне, застосовується в якості альтернативи пластиковому пакету, для споживацьких закупівель. Створений з вторинної сировини – може бути різних розмірів, також можливість нанесення різноманітних зображень.
Авоська		Утилітарне, застосовується в якості альтернативи пакету, для споживацьких закупівель, зберігання, транспортування речей. Створена з текстилю – може бути різних розмірів, зручна у використанні.

В результаті проведених досліджень нами розроблено кошик, який має зручний ергономічний дизайн, форму паралелепіпеда, оснащений двома заокругленими ручками, виконаний з металеві сітки, та може бути додатково оснащений текстильним вкладишем. Індивідуальний характер еко-кошика полягає в його плоскій формі, близькій за аналогом до паперового пакету, для зручності в повсякденному використанні споживачем. Отже даний проект вплив ряд переваг, що мають прототипи: вандалостійкість та довговічність, за рахунок металу: легка вага; ергономічний дизайн – має вузьку сталу форму, кошик зручно тримати в руках довготривалий час; ручки, які обертаються навколо осі, що зручно під час транспортування; текстильний вкладиш для естетичності і анонімності змісту кошика. Кошик має широкий спектр використання: в якості садово-городнього інвентарю; для зберігання та транспортування речей і продуктів; Tote bag, або Shopper bag для споживацьких закупівель та інші. Нами було розроблено та втілено об'єкт ленд-арту "Споживач" 2019 р. М.Київ, де були впроваджені еко-кошки [4].



а б в
Рис. 1. Етапи дизайн-проектування "Еко-кошика":
а – ескіз в кольорі; б – металевий кошик;
в – кошик з текстильним вкладишем і аксесуаром

Висновки Встановлено, що екодизайн об'єктів предметного середовища ставить на меті не лише використання екологічних матеріалів, а і вирішення екологічних проблем шляхом зменшення використання одноразових пакувань. Проаналізовано варіації екологічних кошиків і торбинок, які слугували прототипами проекту "Еко-кошик". На прикладі проекту "Еко-кошик" показані способи реалізації напрямів екодизайну в дизайні об'єктів предметного середовища.

ЛІТЕРАТУРА

1. Berleant A., Carlson A. The aesthetics of Human Environments. Broadview press. 2007. 312 с.
2. Pashkevych K. L., Kolosnichenko O. V., Veklych A. M., Ovdiienko T. A. Current trends of the use of eco-materials in the design of light industry products. Art and design. 2019. №3. С. 20-27. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2019.3.2>
3. Vets T., Navolska L., Pashkevych K. Analysis of sustainability and environmental friendliness concepts in the modern fashion industry. Теорія і практика дизайну. № 11, 2017. С. 18-31.
4. Гальчинська О., Пашкевич К., Долідзе Н. Ресайклінг-арт як засіб створення сучасних об'єктів ленд-арту. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*. зб. тез доп. II міжнар. наук.-практ. конф., Том 2., 23 квіт. 2020 р. Київ, 2020. С. 278-282.

Грицаєнко Н.О.
Магістрант кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет
Білик А.А.

Кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет

ЛОФТ ЯК ІМАНЕНТНИЙ НАПРЯМ ХІПСТЕРСЬКОЇ СУБКУЛЬТУРИ

Стиль лофт зародився в Америці, коли ціни на площу значно піднялися. Отже, мешканці міст вимушені були облаштовувати горища і занедбані будівлі. Ці приміщення і стали притулком для художників, де вони відкривали галереї та студії. Головне для стилю лофт – це повітря, тобто відкритість і свобода простору, а ось чим конкретно буде наповнений цей простір – це питання є другорядним. Сьогодні стиль лофт – це ознака розкоші і свободи; це стиль богеми і багатих бізнесменів.

Лофту властиве грубе облицювання стін (під бетон, цеглу), відкрите планування, зонування тільки елементами покриття або меблями, високі стелі, великі вікна, відкриті вентиляційні системи тощо. Тут легко можна комбінувати старе і нове, втім залишити інтер'єр стильним.

Лофт передбачений для активних і творчих людей, для тих, хто любить виділитись серед інших. Власників приміщень у стилі лофт не бентежать високі стелі, великі вікна і великий відкритий простір. Навпаки є можливість влаштувати виставку або запросити багато друзів. А при виборі житлового будинку не є проблемою облаштувати навіть промислове приміщення.

Крім того, даний стиль підходить і для хіпстерської субкультури. Так як він дає можливість передати внутрішній стан, творчість.

Зовні хіпстера можна розпізнати по кольоровим татуюванням, брендовому одягу і взуттю (частіше кеди, сорочки і джинси), по наявності самокату, скейту, велосипеда або яскравого мопеду, таких гаджетів як телефон, навушники фірми iPhone.

До захоплень можна віднести колекціонування ретро речей, таких як окуляри, светри, фотоапарати та інше. Хіпстери слухають альтернативну музику, переглядають артхаусне кіно, виявляють інтерес до сучасного мистецтва. В їх музиці найчастіше йдеться про проблеми в школі, відносинах, ставленнях до навколишнього світу і

навіть про наркотики в житті молодих людей.

Хіпстерам відповідає гармонія і спокій, що притаманне і субкультурі хіпі 60-70 років. Але хіпі легко залишають міську метушню, йдучи від цивілізації, а хіпстери за своєю ідеологією більше воліють перебувати у міському середовищі. В середині себе хіпстери думають, що інші культури нудні, нещирі і безпосередньо залежать від чужої думки. А самі ж вважають себе саморозвиваючими особистостями, які ніяк не копіюють інших і мають власний світогляд (нестандартний і оригінальний). Хіпстери проявляють себе не через бунт і акції, а через зовнішність, розмови і захоплення.

Роботу такі люди намагаються обирати творчу, наприклад: дизайнер, художник, музикант, письменник, скульптор, режисер, хореограф, фотограф, сценарист та інші. А якщо вже не вдається знайти себе у творчості, то через свою ідеологію хіпстери зазвичай приходять працювати баристами, офіціантами в ресторані, продавцем в модному магазині одягу, книгарні чи кальянищиком у стильному клубі.

Хіпстер всіляко намагається передати свою ідеологію через одяг, що говорить про їх внутрішній світ. Крім того, будинок теж облаштовують відповідно. В інтер'єрах можна помітити поєднання старого і нового. Наприклад, використання ретро велосипеда на стіні або старий стілець після редизайну з абсолютно сучасними меблями і технікою, таких як комп'ютер Apple, робот-пилосос. У кімнаті можуть бути і скейти, скейтборди, лонгборди, самокати та інші речі з ряду захоплень.

Барбершоп – перукарня для чоловіків на сьогоднішні дуже популярні у світі. Брутальність і стиль – це перше, що спадає на думку. Найчастіше подібні інтер'єри виконані в стилі лофт, де також бачимо цегляні стіни, зістарені елементи меблів і обов'язково яскраве освітлення. Стіни можуть прикрашати графічні роботи і навіть чорно-білі фотографії. А серед відвідувачів найчастіше виступає субкультура хіпстерів. Яка дуже ретельно доглядає за своєю зовнішністю і відвідує подібні місця регулярно. Тут чоловіки-хіпстери і проявляють свою ідеологію через зовнішність. Роблячи відповідні зачіски, вуса, бороди і просто доглядають за шкірою. Це говорить про те, що дана субкультура має дуже естетичне сприйняття життя. До того ж після певних процедур хіпстери йдуть у музеї, кафе, на різні зустрічі, але точно не в спортзал або додому.

Для відпочинку та творчого розвитку хіпстери також можуть відвідувати арт-майданчики чи галереї. Тут при виборі простору зазвичай обираються покинуті інтер'єри чи дворики, такі як "Urban CAD" у місті Херсон, чи арт-завод "Механіка" у Харкові.

Арт-майданчики мають багато розважальних занять, що дає можливість збирати в одному місці абсолютно різних людей. Отже зустріч з хіпстерами може бути цілком можливою. Атмосфера подібних місць добре відображає хіпстерську культуру. А саме, проведення музичних концертів, зустріч з творчими людьми, можливість стати учасником проведення того чи іншого заходу. Крім того, тут хіпстери можуть знайти роботу, наприклад: барменом, кальянщиком, діджеєм, ведучим та інше.

Галерея є більш обмеженою для відвідувачів, та навіть попри малу кількість розваг хіпстери обожнюють це місце. Тут дана субкультура може творчо розвиватися, переглядаючи та обговорюючи роботи відомих чи міських митців. У галереях також використовується стиль лофт. Отже, можна впевнено говорити, що субкультура хіпстерів, так чи інакше стиль лофт є відображенням хіпстерської культури, візуально відбиває її ідеологію.

Сергієнко О.М.

Старший викладач кафедри дизайну

Данильченко Н.В.

Викладач кафедри дизайну,

Національний університет кораблебудування ім. С.О. Макарова,

м. Миколаїв

ПЛАВУЧІ БУДИНКИ ЯК СТИЛЬ ЖИТТЯ

У сучасному світі відбувається екологічне переосмислення. Людина, як продукт природи прагне жити в злагоді з нею. У суспільства з'явилося прагнення існувати в гармонії з природою, а не за рахунок неї. Гармонізація штучного і природного середовища є метою багатьох людей в зведенні свого житла. Отже перед суспільством встали ряд завдань по збереженні навколишнього середовища. Це в повній мірі стосується і житла на воді. Будинки на воді (хаусботи, плавучі будинки) можуть бути об'єктом, який відповідає таким вимогам. А їх використання у водному середовищі зобов'язує розглядати екологію, як стиль життя.

Це можуть бути спеціально спроектовані будинки або переобладнані баржі, дебаркадери. Будинки на воді можуть бути різної конструкції (на понтонах, на сваях, розраховані на проживанні різної кількості осіб, стаціонарні або плавучі. Різні призначення, як для житла, так і для відпочинку – постійне житло, плавдача, готель, ресторан – теж є перевагою для все більш широкого застосування будинків на воді.

При проектуванні конструкції такого будинку, а також при проектуванні безпосередньо дизайну його середовища, використовуються техніки і технології, що відповідають всім екологічним вимогам. Крім того, весь образ плавучого будинку гармонійно вписується в навколишнє середовище.

Зовнішній вигляд хаусбота, який в значній мірі визначає його конструкція, підкреслює єдність з природою, з районом використання, з його призначенням. Відповідно, проектування інтер'єру та створення внутрішнього простору є досить часто продовженням цілісного образу. Це стосується і будинків житла, і плавучих ресторанів та готелів. Серед останніх є досить цікаві проекти, особливо своєї формою, що може нагадувати острова та химерних морських тварин [1].

Хаусботи виготовляються з використанням натуральних матеріалів, тим самим не завдають шкоди водним ресурсам. Так для побудови каркасів використовується легкі (для мінімальної ваги) оцинковані сталеві конструкції, а для їх обшивки –фанера, дерево, які оброблені пожежостійкими і вологостійкими просоченнями, а також сучасні екологічні композитні матеріали. Для утеплення використовують екологічні матеріали на основі целюлози та рослинних волокон, таких як конопля, льон, овеча шерсть, пробка, торф'яні блоки, морські водорості.

Сучасні тенденції при проектуванні, безпосередньо, внутрішнього середовища, конструювання обладнання інтер'єрів хаусботів теж передбачають використання форм, конструкцій, матеріалів, що є екологічними і, буквально, продовженням природи. Навіть, в декоративному оформленні інтер'єрів можуть бути використані екологічно чисті, природні матеріали: мох, бамбук тощо.

Як, приклад – невеликий плавучий будинок-лабораторія Exbury Egg – сумісна робота студії PAD, групи SPUD и художника Стивена Тернера. Це екологічно чистий плавучий будинок, повністю виконаний з перероблених і поновлюваних продуктів, а зокрема з дерева, з використанням сонячних батарей, який має ще досить цікаву форму яйця [2].

Системи життєзабезпечення у плавучих будинках використовуються різні: від повністю підключення до берегових комунікацій до повної автономної експлуатації. Основне джерело електрики при плаванні-це сонячні батареї, акумуляторні батареї та дизельний генератор. Наприклад, побудований за технологією "пасивний будинок" в 2017 р. самохідний 20-метровий будинок на воді Heliboat 209 дуже теплий і економічний. Оснащений 4 системами опалення (електричної, тепловим насосом, дизельної, сонячним колектором) і має 3 системи енергопостачання, включаючи генератор і

сонячні батареї. Припливно-витяжна вентиляція з рекуперацією тепла і розрахованості корпусу на вмерзання в лід. [3]

Системи очищення заборотної води забезпечують незалежність від берегових комунікацій. Так, при недостатності запасів питної води, рівень очищення (до питної) дозволяє використовувати стічну, дощову, річну воду [4]. Сучасне обладнання плавучих будинків дозволяє зберігати побутові відходи більш компактно, мінімально займаючи корисну площу, а також спрощує процес вивезення сміття [5]. При цьому таке обладнання потребує додаткового простору. Це, з одного боку, накладає де-які обмеження на максимальне використання внутрішнього простору, з другого – дозволяє створити плавучий будинок автономним.

Пересуваючись по акваторії, пейзажі за вікном будуть змінюватися. Спостерігаючи красу природи людина буде відчувати себе її частиною. Формується екологічний світогляд, екологічна свідомість, що, в свою чергу, спонукає дотримуватися вимог охорони навколишнього середовища, не створювати ризик забруднення акваторії, зумовлюватиме застосування екологічно чистих матеріалів і технологій.

Переваги використання сучасних будинків на воді: комфортність, автономність, застосування екологічно чистих матеріалів і утилізаційних установок, які не забруднюють акваторію. Значну роль грає мобільність, можливість бути об'єктом тимчасової самоізоляції від техносфери, суєти зовнішнього світу, епідемій, для натхнення і творчого устремління людини. Відбувається переосмислення людиною ставлення до природи, що ставить перед собою завдання етичної відповідальності за природу і встановлення гармонії з нею, а відповідно підтримання екологічного балансу. Плавучі будинки-це нова якість і стиль життя, які створюються з турботою про природу..

ЛІТЕРАТУРА

1. Десять плавучих домов, которые дарят ощущение единства со стихией. *Идеи вашего дома*: веб-сайт. URL: <https://designerdreamhomes.ru/10-potryasayushchikh-plavuchikh-domov/> (дата звернення 17.06.2020).
2. Необычный плавающий дом Exbury Egg от студии PAD, группы SPUD и Stephen Turner. WE ARE ART: веб-сайт. URL: <http://www.weareart.ru/blog/neobychnyj-plavajucshij-dom-exbury-egg-ot-studii-pad-gruppy-spud-i-stephen-turner/> (дата звернення 04.06.2020)
3. 2017, Houseboat.ru Heliboat 209. *Журнал iBoat*: веб-сайт. URL: <https://itboat.com/market/offers/6978-houseboat-ru-heliboat-209> (дата

звернення 12.05.2020).

4. Вторичное использование сточных вод. *АВОК*: веб-сайт. URL: https://www.abok.ru/for_spec/articles.php?nid=3290 (дата звернення 14.05.2020).

5. В.М. Кропівний, О.В. Медведева, А.В. Кропівна. Утилізація та рекуперація відходів. Навчальний посібник для студентів денної і заочної форм навчання. Кропивницький: КОД, 2019. 243 с. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/9041/1/utit.pdf> (дата звернення 12.05.2020).

Романенко Н.Г.

*Доктор технічних наук, професор,
завідувачка кафедри дизайну,*

Черкаський державний технологічний університет

АКТУАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЧЕРКАСЬКОМУ РЕГІОНІ

Продовжуючи практику залучення студентів спеціальності "Дизайн" до естетизації предметно-просторового середовища, а також корегуючись приближенням в дизайн-освіті теорії до практики, професорсько-викладацький склад (ПВС) кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету (ЧДТУ) з метою подолання виникаючих проблем осучаснення простору мешкання громадян регіону, вносить корективи в навчальний процес підготовки дизайнерів [1].

Протягом 2019-2020 навчального року ПВС ЧДТУ активно презентував свою освітню діяльність на території Черкаського регіону. Під гаслом: "Вчись! Живи! Працюй на Черкащині!" науковці ЧДТУ відвідали 16 об'єднаних територіальних громад (ОТГ) і шкіл міста, проводячи, зазвичай, свої наукові пікніки або Дні ЧДТУ на територіях шкіл. Під час проведення заходу школярі від молодших до старших класів уважно розглядають розробки та винаходи науковців, цікавляться навчанням в університеті, спеціальностями та майбутніми професіями; захоплювалися сучасним обладнанням, ІТ- технологіями й робототехнікою, дизайн-проектами, охоче брали участь у майстер-класах, вікторинах та конкурсах. Результат таких зустрічей – укладанням партнерських договорів з громадами, школами. На наш погляд, такі договори повинні сприяти підвищенню творчих та науково-дослідницьких здібностей молоді з однієї сторони, розвитку економічного та культурологічного потенціалу громад – з другої, а

ефективна реалізація спільних проєктів спонукати молодь жити, вчитись і працювати в регіоні [2].

Адміністрації окремих закладів, шкіл, громад звернулися до ректора ЧДТУ Олега Григора з проханням залучати студентів спеціальності Дизайн до осучаснення освітнього простору шкіл: холів, спортивних залів, блоків харчування, спортивних комплексів, дитячих садочків, ландшафтного дизайну парків тощо. Ці прохання акцентувалися в договорах і розглядалися на кафедрі дизайну з метою залучення талановитих студентів, вносилися корективи в робочі програми дисципліни "Дизайн-проектування".

Незважаючи на умови карантину, більшість проєктів була виконана у весняному семестрі 2019-2020, розглянута після послаблення карантину на переглядах і оперативних засіданнях провідних фахівців кафедри. Зазвичай, невід'ємною частиною проектування предметно-просторового середовища була раціональність, а дизайнер, як соціально відповідальний активний суб'єкт суспільства, в своїй діяльності враховував оптимальність співвідношення витрат матеріалів, універсальність проєкту, можливість подальшої утилізації або повторного використання його складових.

В межах проєкту "Партнерська співпраця в дії" 24 червня поточного року відбулася онлайн-презентація дизайн проєктів, розроблених для Медведівської ОТГ (с. Медведівка, Чигиринський район, Черкаська область) дизайнерами Черкаського державного технологічного університету. У встановлений час за прямою трансляцією можна було стежити на офіційній сторінці ЧДТУ та газети Нова Доба, в Instagram та Facebook [2].

Упродовж онлайн-презентації студентки третього курсу Анастасія Мороз й Карина Шепель ознайомили сільську раду та всіх присутніх в залі з дизайн-проектами інтер'єрів реконструкції застарілої будівлі. Під керівництвом старших викладачів Григорія Депутата та Сергія Шилімова, спеціально для розвитку Медведівської об'єднаної територіальної громади та з перспективами подальшої співпраці, студенти розробили і доповіли (рис. 1) сільській раді с. Медведівка свої здобутки.

Окрім цього, старший викладач кафедри дизайну Григорій Депутат презентував додатково розроблений для громади, під його керівництвом, дизайн-проект дитячого садочку. Студентка заочної форми навчання Тетяна Чубар захистила його в поточному році. Відбулася також мультимедійна презентація проєкту ландшафтного дизайну парку у селі Медведівка, який розробив випускник магістратури спеціальності Дизайн 2019 року Сергій Нестеренко під керівництвом доцента Демесіє Меркурія Келкай.



Рис. 1. Презентація дизайн-проектів сільській раді с. Медведівка

Питання актуалізації дизайнерської діяльності студентів заслуговує на увагу і може бути корисним не тільки для осучаснення простору мешкання громадян регіону, але і для набуття практичної самодостатності студента як фахівця.

ЛІТЕРАТУРА

1. Романенко Н.Г. Освіта в дизайні та соціальні проблеми міста / Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції "Архітектура: естетика + екологія + економіка" 1 – 2 жовтня 2019 р., Полтава, 2019.- С.62-63. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/handle/ChSTU/981>;
2. Сайт Черкаського державного технологічного університету. URL: <https://chdtu.edu.ua/> (дані обліку: 02.10.2019 ... 13.02.2020, 24.02.2020, 04.09.2020, 12.03.2020, 24.04.2020).

Сандік О.П.

*Старший викладач кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

ЕТНО ДИЗАЙН У ФОРМУВАННІ ОБ'ЄКТІВ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

Сучасний розвиток суспільства та рост національної свідомості передбачає процес якісного оновлення її основних компонентів – відродження національної культури.

Етнічне відродження України пов'язане з активізацією зацікавленості широких мас у пізнанні власної історії, культури,

традицій, з підвищеним прагненням через культурномистецьку діяльність усвідомити свою самотність.

Етнодизайн – це трансформація елементів національної культури, зокрема декоративно-ужиткового мистецтва в сучасні об'єкти дизайну. Проектування об'єктів дизайну зеленого туризму на Півдні України на різних етапах пов'язане з вирішенням завдань формування просторового середовища, його естетично-художнього наповнення, а також узгодження предметно-просторового середовища зеленого туризму з історичними особливостями розвитку регіону та його культурою.

У попередніх дослідженнях визначено, що етнічний фактор відіграє значну роль у формуванні предметно-просторового середовища Південного регіону ХІХ-ХХ ст., та сучасних об'єктів дизайну зеленого туризму. Переселенці на Півдні України мали істотний вплив на розвиток предметно-просторового середовища, їм вдалося синтезувати загальноєвропейський досвід з українськими традиціями. Внаслідок етнічний фактор вплинув на технології будівництва, об'ємно-просторове рішення екстер'єру, організацію планувальної структури інтер'єру, колористичні рішення, меблювання і декор. Для зеленого туризму об'єктами дизайну є предметне наповнення та обладнання, які разом з об'ємно-просторовою основою утворюють цілісний об'єкт зеленого туризму.

Гармонізація предметно-просторового середовища повинна відбуватися через свідоме, обґрунтоване використання орнаментики, колористики, декору, символіки, поєднання натуральних, екологічних матеріалів із сучасними матеріалами й технологіями.

Проектування етно-об'єктів повинно бути спрямоване на отримання комплексного функціонального, композиційно-просторового та в кінцевому підсумку привабливого художньо-образного рішення. Сукупність просторових складових етнодизайнерського проектування та художньої виразності предметного наповнення обладнанням, декором, національною символікою дозволять досягти концептуальну цілісність і встановити єдність атмосфери середовища сучасних об'єктів архітектурного середовища. Проектування окремих об'єктів повинно відповідати естетичним вимогам, які будуть відображати певну традиційну стилістику середовища. Створення національної стилістичної виразності середовищних об'єктів відбувається також і за рахунок художньої трансформації в сучасних матеріалах, технологіях, композиційних засобах їх відображення та синтезу мистецтв.

Концепція українського етнодизайну повинна стати підґрунтям для відродження культури та духовних цінностей, самоідентифікації та бачення свого місця в глобальному культурно-мистецькому просторі.

Скляренко Н.В.
*Кандидат мистецтвознавства, доцент,
завідувач кафедри дизайну,
Луцький національний технічний університет*

СИМЕТРИЯ ПОДІБНОСТІ У ПРОЕКТУВАННІ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗАСОБАМИ СВІТЛА І ТІНІ

Динамічний та стрімкий розвиток суспільства, інтенсивний інформаційний потік, зміна світоглядних орієнтирів обґрунтували трансформацію традиційних систем візуальних комунікацій (СВК). Стаціонарна незмінна структура носіїв інформації створює опір необхідним змінам та викликам сучасності. Немоżliвість їх адаптації до динамічного зовнішнього середовища призводить до швидкого припинення існування або погіршення їх сприйняття.

Одним із напрямків підвищення динамічності СВК стало використання тіней як засобу образотворення та формотворення у проектуванні. Це породжує необхідність пошуків нових функціональних можливостей світла і тіні з метою створення ефективних динамічних СВК оптимальними засобами. Вони пов'язані із використанням симетрії подібності у проектуванні [3; 4].

На сьогодні немає публікацій, які б висвітлювали методику проектування динамічних візуальних комунікацій на основі симетрії подібності. Відбувається лише фіксація виникнення візуальних динамічних систем, відповідно аналіз їх носить описовий характер. Дотичними питаннями до цього дослідження є роботи у сфері соціальних комунікацій (В.Шевченко [2]), природничих наук (М. Гусейнов [1]), що переносить проблематику проектування візуальних комунікацій у сферу міждисциплінарних досліджень. Проте питання проектування динамічних СВК, створених засобами тіні, в художньо-проектній культурі дослідниками не піднімалося.

Метою роботи є визначення особливостей використання симетрії подібності у проектуванні динамічних СВК засобами світла і тіні.

Об'єктом дослідження є візуальні комунікації, що включають засоби навігації, рекламні та видовищні об'єкти, сформовані засобами світла і тіні. *Предметом дослідження* є особливості використання симетрії подібності у їх проектуванні.

Сьогодні дизайнери приділяють світловим і тінювим ефектам особливу увагу як "нематеріальним" засобам організації форми. Для СВК характерною рисою у проектуванні виступає *симетрія подібності*. Симетрія подібності представляє аналогію перенесення на

площині та повороти навколо осі, які пов'язані з одночасним масштабуванням подібних частин форми і відстаней між ними [1]. Симетрію розглядаємо як вид руху форми, особливості проектування якого визначаються видом симетрії.

У проектуванні СВК з використанням світла і тіні виділяємо два типи симетрії подібності: дзеркальна і поворотна.

Дзеркальна симетрія пов'язана із відображенням об'єкту, який під час відбиття переходить сам у себе. У такий спосіб будуються інформаційні повідомлення, що утворені лише половиною зображення. Друга половина за рахунок відбиття від дзеркальної поверхні добувається самостійно. Дзеркальна симетрія широко використовується у динамічній типографіці, що адаптується до руху сонячних променів [4].

На основі симетрії подібності формується динамічна СВК з активним людським компонентом. Людина стає реальним учасником комунікації, потрапляючи в підсвічену область, її тінь падає на рекламну конструкцію [3].

Проектним прийомом виступає *доповнення зображення*, що базується на додаванні інших елементів, які належать одній чи різним СВК. Сприйняття такої візуальної інформації стає динамічним та залежить від часу доби.

Асиметрія подібності як частковий випадок симетрії розкривається через співставлення зовнішньої подібності форми тіньютворюючого об'єкта і отриманої тіні. Цей прийом використовується у інсталяціях, в яких тіньютворюючий об'єкт представляє нагромадження різних предметів з різноманітних матеріалів. Тінь, яка утворюється повністю відрізняється від початкової форми.

Поворотна симетрія пов'язана із динамічними трансформаціями тіні, яка обертається навколо тіньютворюючого об'єкта (СВК, побудовані на основі залучення явищ природи як складових структури).

Створюючи композицію для отримання тіньового ефекту дизайнери та художники використовують концепції (множинності, багаторакурсності, парадоксальності та образності), сформовані на основі симетрії подібності.

Трансформація сутності тіні пов'язана із зміною та перетворенням істотних властивостей тіні. Тінь як елемент навігації набирає широкої популярності та відображається у формі символу (вивіска) та вказівника напрямку руху.

Головна ознака динамічної СВК з використанням світла і тіні – це варіативність, швидка адаптація до довкілля, подібно до живого організму, сформованого за принципом подібності. Симетрія

забезпечує структурування СВК та підвищує ефективність розробки. Дане дослідження є важливим в контексті подальшого використання світло-тіньових систем у проектуванні середовища та з метою формування альтернативних динамічних візуальних форм представлення інформації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гусейнов М.К. Естествознание.: Учебник и практикум для СПО. М., 2019. 442 с.
2. Шевченко В.Е. Принципы дизайна рекламы: Текст лекций з курсу "Основи технічної естетики та дизайну видання". К., 2011. 52 с.
3. Эта социальная реклама против жестокого обращения с детьми полностью меняет смысл, стоит вам только встать перед ней. URL: <https://4tololo.ru/content/7518> (дата звернення: 14.08.2020).
4. Stewart J. Innovative Installation Casts Shadows Like a Sundial to Create Moving Messages. URL: <https://mymodernmet.com/daku-sundials-innovative-graffiti/> (дата звернення: 14.08.2020).

Яковець І.О.

*Доктор мистецтвознавства, професор кафедри дизайну,
Черкаський державний технологічний університет*

Капітан Р.Б.

Кандидат технічних наук, доцент

ДО ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ПРОЄКТУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

В останні роки питання екології стрімко зростає, а саме створення екологічних закладів громадського харчування дуже швидко набирає популярності. Тому не дивно, що в будь-якому великому місті можна знайти не один, не два, а десятки ресторанів і кафе, що намагаються підтримати цю тенденцію. Рослини і квіти — тільки покращують атмосферу, сприяючи очищенню повітря, а правильно підібрані і здорові тривалий час радують відвідувачів і дарують гарний настрій. Екодизайн повинен відображати загальну концепцію екологічного способу життя, який культивується в даному закладі.

Грамотне оформлення вигляду в цілому закладів громадського харчування — вигідна інвестиція, що дозволяє повернути вкладення за рахунок зростання відвідуваності і збільшення часу, який клієнти проводять в даному закладі.

Дослідження, проведені американськими маркетологами, показали, що для харчування, дозвілля та проведення ділових зустрічей відвідувачі частіше обирають місця з елементами озеленення. Отже, якщо просто поставити квіти у ресторані, можна розраховувати на позитивний для бізнесу ефект. Хоча до питання озеленення закладів краще підійти серйозніше.

Важливою є і атмосфера самого закладу, цікаве дизайнерське рішення всього ресторанного комплексу. Продумане оформлення простору кафе буде свідчити, перш за все, про його статус. А якщо при оформленні інтер'єру і екстер'єру закладу використовувати озеленення ресторану, то це додасть пікантності і неповторності об'єкту в цілому. Озеленення закладів дозволить створити в них справжні тропіки для відвідувачів.

З огляду на сучасні погодні аномалії з високими температурами влітку, кафе з зеленими рослинами всередині і зовні дозволить відвідувачам відчути прохолоду і свіжість, яку можуть створити тільки зелені рослини. Тому вирішенню цього питання варто приділити максимум уваги, щоб заклад був конкурентоспроможним і привертав до себе відвідувачів.

Рослини в інтер'єрі сприяють створенню затишку і відчуттю комфорту. Як відомо, зелений колір сам по собі заспокоює і розслабляє. Вибираючи заклади громадського харчування, відвідувачі, власне, і розраховують приблизно на такий ефект і атмосферу, тому зупиняють свій вибір на місцях з елементами озеленення.

Зазначимо, що сучасна флористика і фітодизайн відкривають значні можливості для реалізації "зеленого" декору. Грамотно підібрані рослини, оригінальні кашпо й горщики, стильне оформлення букетів та квіткових композицій — все це може перетворити інтер'єр закладу, і, в тому числі, зробити його дійсно ексклюзивним.

В США та Європі основною тенденцією екодизайну стали стабілізовані рослини. Вони стали дуже популярними і їх використовують як у громадських місцях, так і в звичайних будинках. Зазвичай, це стабілізований мох, з якого виготовляють різноманітні композиції та картини. Таке озеленення виглядає незвичайно по-новому. Крім того, такі рослини не вимагають поливу і підрізування, є гіпоалергенними.

В Україні також зацікавилися цією тенденцією. Перевага саме стабілізованих рослин полягає у простоті догляду та широких можливостях використання. Дизайнери активно застосовують стабілізовані вироби у проєктах, які мають бути екологічними та цікавими з точки зору творчого рішення для закладів громадського харчування.

Головчанська Є.О.

*Асистент кафедри ергономіки і проектування одягу,
Київський національний університет технологій та дизайну*

Векліч А.М.

*Аспірант кафедри ергономіки і проектування одягу,
Київський національний університет технологій та дизайну*

ТЕНДЕНЦІЇ В ДИЗАЙНІ ЖІНОЧИХ БЛУЗОК ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Розвиток дизайну одягу на початку ХХІ ст. тісно пов'язаний із експериментами в галузі нових технологій (3D друк, цифровий одяг, створення високотехнологічних матеріалів з новими властивостями тощо) і нових напрямків споживання – усвідомленою модою (sustainable design). Дизайн жіночих блузок розвивається в межах загальних тенденцій розвитку моди. Жіночі блузки є одним із обов'язкових елементів сучасного гардеробу, тому метою даної роботи є аналіз світових тенденцій та їх реалізація в дизайні жіночих блузок. Для досягнення поставленої мети було проаналізовано сучасні напрямки дизайну одягу та асортимент блузок (844 моделі за період 2000-2020 рр. представлені у відкритих джерелах – каталогах виробників, колекцій дизайнерів).

Колекції одягу виготовленого із застосуванням технології 3D-друку [1-3], цифрового одягу [4-6], з високотехнологічних матеріалів [7 та інші] дизайнери пропонують вироби різного асортименту - пальто, плащі, жакети, светри і штани, але серед них відсутні блузки, що може бути пояснено певною консервативністю форм, силуету, стильових рішень і матеріалів для жіночих блузок, про що свідчать зокрема дослідження симетрії у формі блузок протягом у період 1890-2020 рр. [8].

В роботі [9] Чупріна Н.В до основних напрямків розвитку моди відносить ретроспективність, вінтаж, еко-вінтаж, використання художнього кітчу і еко-дизайн. Аналіз сучасного асортименту блузок жіночих дозволив зробити висновок про широке поширення ретроспективності в дизайні жіночих блузок з початку ХХІ ст. Про це свідчить використання в дизайні блузок форм, силуетів, декоративних елементів, притаманних певним періодам ХХ ст. та численні інтернет магазини, що пропонують одяг присвячений тематиці різних періодів моди. На он-лайн платформах Etsy, eBay можна придбати справжні

вінтажні блузки різних років. Такі вироби чудово репрезентують особливості тодішніх технологій, є часто унікальними, їх асортимент постійно змінюється і не повторюється, внаслідок чого мають обмежене поширення.

Ще одним актуальним трендом в дизайні є ековінтаж, що охоплює такі напрямки: перекроєний вінтажний одяг або одяг, створений із тканин попередніх десятиліть; одяг з еко-матеріалів; безвідхідний крій (zero waste); створення речей, що мають подовжений термін морального нестаріння; апсайклінг (upcycling); трешн (trashion, що використовується дизайнерами переважно для привернення уваги до екологічних проблем) тощо [10]. Створення одягу шляхом перекроювання старих виробів має позитивний вплив на навколишнє середовище (як і апсайклінг), проте має ряд недоліків - обмеження у площі матеріалу початкової речі або відрізу тканини, можливі складнощі з підбором матеріалу-компаньйону, в наслідок чого обмежується можливість їх промислового виготовлення. Натомість, такі торгові марки масмаркету як Mango, Zara та інші пропонують жіночі блузки, виготовлені з матеріалів з різним малюнком, створюючи враження, ніби виріб виготовлений за допомогою комбінування частин кількох різних виробів.

Основними рисами, що притаманні конструкціям одягу створеного за принципами напряму "zero waste" є прямий, вільний силует виробів, призначені одразу для кількох розмірів, розмір виробу визначається параметрами матеріалу. Сьогодні це характерно для блузок у етно-стилі, та блузок прямого і вільного силуетів великого ступеня об'ємності (овер-сайз). До блузок із подовженим терміном морального нестаріння можна віднести блузки у класичному стилі і етно-стилі. В процесі розвитку системи моди в другій половині XX ст., провідні дизайнери при створенні колекцій модного одягу різних класів – від haute couture та pret-a-porter de lux до mass-market і дифузних брендів усвідомлено беруть за основу еkleктизм. Безпосередньо в дизайні жіночих блузок еkleктизм застосовують рідко. Однак класичні і ретроспективні блузки часто використовуються при створенні модних образів із застосуванням еkleктики.

Таким чином, проаналізувавши сучасні тенденції в дизайні одягу та сучасний асортимент блузок жіночих, було зроблено висновок про те, що основними модними тенденціями є ретроспективність, виробництво одягу з еко-матеріалів (зокрема блузок в етно-стилі), безвідхідний крій (блузки в етно-стилі, мінімалістичному стилі тощо) та блузки з подовженим терміном морального нестаріння (блузки в класичному стилі).

ЛІТЕРАТУРА

1. Годвін Коді. Цифрова мода: 10 тисяч доларів за сукню, якої не існує. 16 листопада 2019. Сайт BBC. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-50444650>
2. Офіційний сайт модного дому Carlings URL: <https://digitalcollection.carlings.com/>
3. Офіційний сайт компанії Fabricant URL: <https://www.thefabricant.com/>
4. Офіційний сайт дизайнера Danit Peleg URL: <https://danitpeleg.com/>
5. Традиційний трикотаж и 3D-печать в создании одежды. URL: <https://3dprinter.ua/tradicionnyj-trikotazh-i-3d-pechat-v-sozdanii-odezhdy/>
6. Офіційний сайт компанії Kniterate. URL: <https://www.kniterate.com/>
7. Бондар Марія. Японський бренд створює одяг з вугілля: деталі та фото. 24 tv URL: https://24tv.ua/family/yaponskiy_brend_stvoryuye_odyag_z_vugillya_detali_ta_foto_n1276844?fbclid=IwAR0SK7sSHbvfcGZU9uTHY034QXBmCTk52CFJPdhyEQ25ThiBwjS3us0PQFU
8. Колосніченко М., Головчанська Є., Вершиніна К., Рябінова І. Застосування асиметрії в дизайні жіночих блузок. Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (23 квітня 2020 р.). Київ: КНУТД, 2020. Том 1. С. 271-274.
9. Чупріна Н.В. Система моди XX – початку XXI століття: проектні практики та чинники функціонування (європейський та український контексти) : дис. ... д-ра мистецтвознавства : 17.00.07 / КНУТД. Київ, 2019. 610с.
10. Pashkevich K.L., Karan K., Kolosnichenko O.V., Veklich A.M. Modern directions of eco-design in the fashion industry. Art&Design. №4. 2019. P.9-20.

Агаджанян І.С.

Магістрант кафедри дизайну,

Херсонський національний технічний університет

Артеменко М.П.

Кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну,

Херсонський національний технічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ПРИЙОМІВ ДЕКОНСТРУКЦІЇ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ СЕЗОНУ ВЕСНА - ЛІТО 2020

Сьогодні у зв'язку стрімким поширенням інформації людство стає більш прогресуючим та відкритим до експериментів, зокрема й зі своєю зовнішністю. При досліджуванні та спостереженні за різними тенденціями в модній індустрії, людина все одно в той або іншій мірі

прагне виглядати креативно та намагається бути не схожою на інших. Це обумовлюється тим, що традиційність в проектуванні виробів не достатньо підкреслює індивідуальність людини та виділяє її із натовпу. В такій ситуації, що склалася в сучасному суспільстві епохи постмодерну в цілому та в модній індустрії зокрема, доцільно застосувати художнє проектування ґрунтоване на нестандартному підході, одним із яких є використання в практиці дизайну прийомів деконструкції. При виготовленні одягу в такому випадку використовується значно більше різних прийомів формоутворення, що зазвичай дають можливість зробити оригінальну річ.

Зараз науковці, здебільшого аналізують напрям деконструктивізм доволі узагальнено і на сьогодні відсутні конкретні характеристики популярності того чи іншого його прийому в дизайні одягу, що зменшує можливості прогнозування. А це наразі є важливим, оскільки більшість сучасних дизайнерів виготовляють колекції в цьому стилі не тільки для творчої самореалізації власних ідей, а й для того щоб зробити з них продукт загальнодоступного застосування, який одночасно значною мірою руйнує стереотипи та підкреслює персональний стиль людини.

Основні прийоми та методи деконструкції в одязі, були закладені ще першими дизайнерами деконструктивістами і продовжують застосовуватися до тепер, до них можна віднести: досить вільне керування посадкою виробу на фігурі, використання на одязі дірок, потертості та розрізів в якості декору, приведення одягу до штучного старіння за рахунок деформації ґертя, змішання вже існуючих конструкцій та створення з них дещо нових форм проектування; змішання чоловічих та жіночих конструкцій одягу, використання різних фактур, застосування художніх та декоративних функцій в проектуванні різних моделей одягу [1]. Також до методів та прийомів деконструкції відносять, незавершеність виробу, використання нетрадиційних матеріалів, застосування в одязі трансформації, руйнування стандартних конструкцій, відмова в дизайні одягу від основних силуетів, моделювання з нестандартним способом, проектування виробу з використанням модульного методу, застосування асиметрії при виготовленні одягу та використання прийому інверсії тощо, про що зазначають автори роботи [2].

В рамках дослідження, з метою виявлення популярності того чи іншого прийому деконструкції в одязі, було розглянуто 82 колекції провідних дизайнерів, які презентувалися в рамках тижнів моди сезону весна-літо 2020 в 5 основних столицях моди – Парижі, Нью-Йорку, Мілані, Лондоні та Токіо. Серед них Рей Кавакубо, Alexander McQueen, Yohji Yamamoto, Noir Kei Ninomiya, Sacai, Issey Miyake, Nina Ricci, Christian Wijnants, Dris Van Noten, Marine Serre, Viktor &

Rolf, Marni Antonio Marras, Sergio Tacchini, No. 21, Colville, Dolce & Gabbanna, Gucci, Missoni, Stella Jean та інші. Виявлено 11 актуальних елементів та прийомів деконструкції для досліджуваного періоду, а також побудовано гістограму їх розподілення за частотою зустрічальності в колекціях одягу світових дизайнерів-модельєрів, яка наведена на рисунку 1.

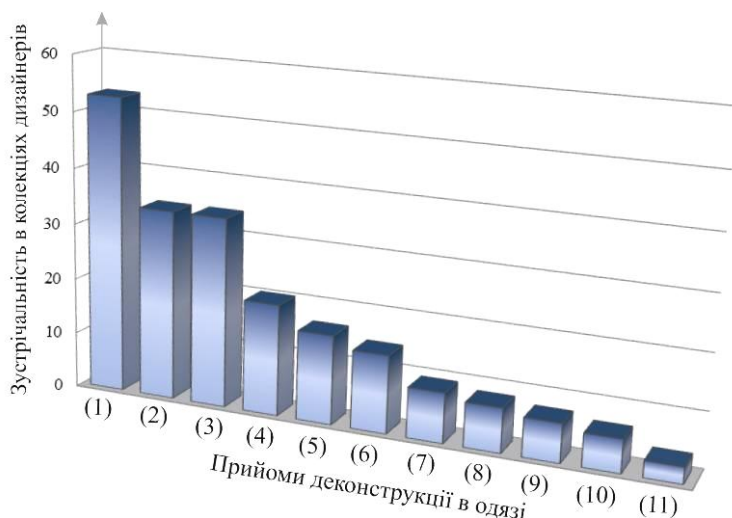


Рис.1. Гістограма розподілення популярності прийомів деконструкції в колекціях одягу світових дизайнерів у 2020 році:

- | | |
|--|---|
| (1) -змішання фактур та тканин | (7) -потертості, розрізи, дірки |
| (2) -асиметрія | (8) -поєднання чоловічого та жіночого крою |
| (3) -багатошаровість | (9) -зміщення кишень та ґудзиків |
| (4) -деформація фігури та силуету людини | (10) -використання нетрадиційних матеріалів |
| (5) -трансформація та гіперболізація | (11) -шиви та виточки назовні |
| (6) -необроблені краї | |

Результати дослідження показали, що серед найпопулярніших прийомів деконструкції в одязі в 2020 році є змішання фактур. Наступними є асиметрія та багатошаровість. Не так часто застосовують в цьому сезоні трансформацію, необроблені краї та деформацію силуету, і зовсім зрідка використовують такі прийоми як шиви та виточки назовні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ермилова Д.Ю. История домов моды: учебное пособие для вузов Москва: Юрайт, 2019. 443 с. URL: https://studme.org/299616/kulturologiya/dekonstruktivizm_dizayne_odezhdy
2. Герменевтика и деконструкция /Под ред. Штегмайера В., Франка Х., Маркова Б. В. СПб.: 1999. – 256с.

Німець А.Ю.

*Студент кафедри технології та конструювання швейних виробів,
Хмельницький національний університет*

Кулешова С.Г.

*Кандидат технічних наук, доцент кафедри технології та
конструювання швейних виробів
Хмельницький національний університет*

КОЛІР ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ СТАН СПОЖИВАЧА ТА ВИРІШЕННЯ ЗАВДАНЬ КОМПОЗИЦІЇ КОСТЮМА

Мета. Провести аналіз впливу властивостей кольору на відчуття споживача, його психоемоційне сприйняття та врахування цих особливостей при розробці нових авторських принтів для швейних виробів різного функціонального призначення.

Методика. У процесі виконання дослідження використано аналітичний метод для обробки науково-технічної інформації та на основі встановлених особливостей і залежностей виявлено взаємозв'язок між впливом властивостей кольору та психоемоційним сприйняттям його споживачами. Досліджено роль та ефективність використання властивостей кольору для вирішення основних завдань розробки авторських принтів для моделей одягу з використанням універсальних графічних редакторів і сублімаційного друку.

Наукова новизна. Сформульовано особливості використання властивостей кольору для формування певного психоемоційного настрою споживачів, що враховується при розробці ескізів нових моделей швейних виробів з принтами з використанням комп'ютерних технологій і сублімаційного друку.

Результати. Встановлено особливості впливу властивостей кольору на психоемоційне сприйняття його людиною. Сформовано типи споживачів та їх характеристики по стилю життя за методом VALS [1-3].

Показано цілеспрямоване використання властивостей кольору як ефективного засобу виділення форми та вирішення специфічних, конкретних завдань оздоблення швейних виробів принтами, а саме: визначення головних складових елементів принта, їх логічне поєднання за допомогою кольірних плям, підтримання рівноваги або її порушення. Запропонована науково обгрунтована технологія визначення рекомендованої кольірної гами моделі одягу шляхом комп'ютеризованого вимірювання. Запропоновані практичні рекомендації використання кольірної гами ("модні", "теплі"; "холодні" кольори) для створення та формування певного психоемоційного сприйняття споживачем нових розробок ескізів принтів для моделей одягу різного функціонального призначення та визначені практичні напрямки вирішення композиційних завдань дизайну принтів для сублимаційного друку, табл. 1 [4,5].

Таблиця 1.

Модні кольори для розробки принта

Модний колір: Pantone Spring/Summer 2020, New York Fashion Week		Координати кольору		
Зразок	Назва	R	G	B
	Flame Scarlet - палаючий червоний	236	55	55
	Saffron - шафран	255	254	172
	Classic Blue - класичний синій	0	0	229
	Biscay Green - біскайський зелений	107	225	58
	Chive - цибулевий	225	129	59
	Orange peel - апельсинова шкіра	237	88	14
	Sunlight - сонячний промінчик	255	244	17
	Coral pink - коралово-рожевий	255	58	128
	Grape compote - виноградний компот	144	92	141

Для формування бази даних цифрових координат кольорів використано графічні редактори Adobe Photoshop, Gimp, Xara. Колір представлено в цифровій формі, що дозволяє адаптувати його до особливостей зовнішності і вимог споживача (рис. 1).

Даний принт розроблено у яскравих кольорах. Споживачі, що обирають різні яскраві кольори в моделях одягу схильні відчувати зовсім різні емоції у короткий проміжок часу, але більшість емоцій – позитивні.

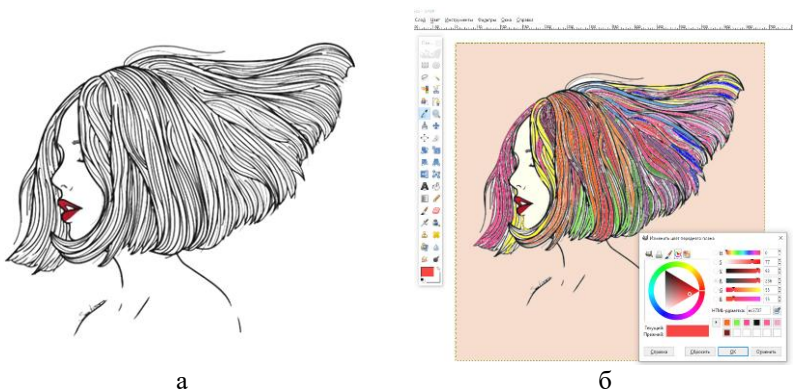


Рис. 1. Приклад розробки колірної гами принта:

- а) ахроматичний прототип;
б) розробка модного кольору Flame Scarlet у програмному продукті

Засвоєння і раціональне використання в практичній творчій діяльності дизайнерів основних закономірностей психоемоційного впливу властивостей кольорів на споживача є обов'язковим елементом при розробці нових моделей одягу та створенні композицій принтів певного емоційно-смыслового характеру для людей різного віку, статі, професій та темпераментів, що дозволить створювати нові ефектні моделі одягу різного функціонального призначення, які користуються попитом на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Для формування рекомендованої колірної гами і візуалізації принтів при адресному проектуванні одягу визначено комп'ютерні координати рекомендованих кольорів одягу, що в умовах підприємств вирішує задачі виробничої колористики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кулешова С. Г. Колір в художньому проектуванні одягу : навч. посіб. / С. Г. Кулешова; за ред. д.т.н., проф. А. Л. Славінської. – Хмельницький : ХНУ, 2016. – 395 с.
2. Яньшин П. В. Психосемантика цвета. – СПб.: Речь, 2006. – 368 с.
3. Малкова Т.М. Візуальна психодіагностика. – Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. – 132с., https://pidruchniki.com/15060913/meditsina/kolorova_diagnostika_tipiv_osobistosti_
4. Захаркевич О. В. Практикум з комп'ютерного проектування одягу: навч. посібник / О. В. Захаркевич, С. Г. Кулешова, О. М. Домбровська. – Хмельницький: ХНУ, 2016. – 311 с.
5. <https://novy.tv/ua/g-space/na-style/2020/05/12/moda-2020-trendovi-kolori-roku/>

Цимбал О.М.
Магістр дизайну і прогнозування моди
Білякович Л.М.
Кандидат технічних наук, професор,
Київський університет імені Бориса Грінченка

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ СУЧАСНИХ ПОТРЕБ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ПРИ ПРОЕКТУВАННІ ОДЯГУ ПОЗАВІКОВОГО СПОЖИВЧОГО FASHION-СЕГМЕНТУ

Сучасний одяг та сучасна мода довгі роки розвивалася за принципом стрімкої зміни асортименту з сезону в сезон, що врешті призвело до феномену "швидкої моди" (*fast fashion*). Розуміючи негативні наслідки цього явища свідома спільнота споживачів вимагає, а світові дизайнери розуміють необхідність нових поглядів та принципів проектування та переосмислення теорії сучасної моди.

Це проявляється зокрема в тому, що ще кілька років тому *sustainable fashion* (*етична мода, свідомо мода, соціально відповідальна*) не мала жодного шансу вийти на подіум. Однак сьогодні, все більше людей купують речі більш свідомо, починають ставити виробникам одягу незручні питання про те, де, з чого і як зроблений продукт, що врешті стає важливим чинником у прийнятті рішення про покупку. Тому етична мода є філософією найближчого майбутнього, яка хоч поки і знаходиться лише на етапі свого становлення, проте вже вимагає уваги з боку дослідників, теоретиків та практиків з дизайну одягу. Основними принципами етичної моди є використання етичних матеріалів, технологій та умов їх виробництва, логістики, тощо [1]. Базуючись на ці принципи, можна визначити основні напрямки змін у вимогах споживачів: зменшення кількості речей у гардеробі, за рахунок вдумливого відношення до споживання, відмова від виробів з неетичних матеріалів, підтримка своїх вітчизняних виробників.

Сьогодні маркетологи та стилісти для більшого розуміння цільової аудиторії пропонують використовувати не лише теорію поколінь, а й підхід, що ґрунтується на психологічних архетипах з досліджень класика психоаналізу К.Г. Юнга, яку в подальшому розвинули К.Пирсон і М.Марк [2, 3]. До одного психологічного архетипу можуть відноситись люди різних професій, соціальних статусів, гендерних ознак, расових та вікових відмінностей тощо. В цих "соціальних групах" часто сформовані свої характерні стереотипні уявлення про ідеали краси, моральні та етичні принципи. І, відповідно,

одяг схожий за стилем, кроєм та іншими ознаками може бути обраний різними людьми за статтю, віком тощо.

Враховуючи позиції sustainable fashion з одного боку та відомі архетипологічні принципи створення стилю споживача з іншого, в даній роботі пропонується новий підхід до проектування одягу, що включає виділення позавікового споживчого fashion-сегмент та ґрунтується на підсиленні родинних традицій і цінностей.

Яскравим прикладом прояву смаків позавікового споживчого сегменту є стара-нова традиція трендів "сукні з бабусиною скрині". До неї звертається як велика кількість світових дизайнерів при використанні силуетів, деталей і принтів минулих років, так і пересічних споживачів модної індустрії в повсякденному житті. Крім того, одним із старовинних прикмет у багатьох народів світу є те, що речі набирають силу талісманів і вдягаючи їх, можна відчувати підтримку близької людини. Найяскравішим прикладом цього є весільні сукні, обрядові речі, сімейні реліквії тощо. Це один з основних проявів об'єднання вікових смаків сім'ї.

Концепція розробки одягу для позавікового споживчого fashion-сегменту полягає в тому, що він говорить не про паспортний вік людини, а визначає вік душі людини, її внутрішні відчуття та переконання. Реалізація цього можлива в першу чергу через сім'ю, де створюються спільні інтереси через призму проведеного разом часу, виховання стилю, тощо. Для врахування особливостей проектування одягу для позавікового споживчого fashion-сегменту необхідно проведення глибокого аналізу теорії поколінь та можливостей об'єднання в одязі смаків 3-х, а то й 4-х вікових поколінь в сім'ї, а саме сьогодні це поколінь "X", "Y", "Z" та наступного покоління "Alpha". Зараз стереотипно вважається, що представники "X" далекі від прогресивних технологій: представники "Y" їх активно застосовують, а представники "Z" не уявляють, як можна без них жити і це стає причиною виникнення соціально-психологічних відмінностей між ними. Також, серед науковців є думка, що основні відмінності сучасних поколінь пов'язані із ступенем оволодіння інформаційно-комунікативними технологіями (ІКТ) – адаптація до умов інформаційного суспільства старших поколінь дозволяє стирати певні відмінності, що призводить до можливості нової типологізації суспільства за іншими позавіковими критеріями, зокрема в проектуванні одягу.

Необхідно відмітити, що все більше мода стає унісексом для віку. Сьогодні можна говорити про інші критерії розуміння ідеалів краси, які вже не нав'язані поколіннєвими віковими стереотипами та цінностями, а більше сформовані тією інформацією, з якою вступає в діалог окрема людина. Все це і проявляється в моді та одязі. Тобто

базові цінності людини не змінюються – змінюється контекст, де і як їх можна реалізовувати і найціннішим на гуманним є втілення цього через позавіковий одяг і сімейні цінності.

ЛІТЕРАТУРА

1. <https://woman-delice.com/etichnaya-moda-3-vazhnyh-printsipa-kotorye-nuzhno-znat/> Что такое sustainable fashion: 3 принципа этичного модного бренда
2. Заклицкая О. Архетипы и стиль. Секреты воплощения <https://oksana-zaklitskaya.ru/blog/stil/67/>
3. М. Марк, К. Пирсон. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. Санкт-Петербург: Питер, 2004, 336 с.

Якимчук О.В.

*Кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

Смелік А.С.

*Магістрант кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНО НЕЙТРАЛЬНИХ ОБРАЗІВ ЗАСОБАМИ КОСТЮМА

У наш час, як і тисячу років тому, жінки та чоловіки сприймалися як абсолютно різні істоти. Це твердження опиралось не тільки на різні фізіологічні данні, природну будову тіла але й на ментальне сприйняття світу. Століття за століттям у суспільстві формувалися певні гендерні стереотипи, що диктували поведінку жінок та чоловіків, формували їх мислення, погляди та створювали певне бачення образів жіночності та мужності. Гендерні стереотипи відображають загальні очікування стосовно членів певних соціальних груп. Однак, навіть якщо існують загальні принципи поведінки між цими групами, не всі особи обов'язково повинні дотримуватись їх. Створення гендерно нейтрального образу вимагає від дизайнера розуміння його концепції. Вдягаючи жінку в чоловіче вбрання, а чоловіка – в жіноче без детальної проробки образу, дизайнер може отримати гротескний контекст, оскільки стереотипний одяг має певні статеві маркери, що можуть порушити гармонійний баланс сприйняття образу.

В якості знакової системи, що акцентує увагу на мужності чи жіночності образів, виступає безпосередньо одяг. Люди часто використовують його як невербальний засіб комунікації, щоб донести опоненту певну інформацію про споживача. Не існує встановлених правил, які диктують що обов'язково повинні носити люди, оскільки кожен є індивідуальною особистістю. Кожним індивідом суб'єктивно приймається рішення щодо надання переваг яскраво вираженим фемінним/маскулінним образам або виходу в гендернонейтральну естетику, тобто – одягу, в якому немає жіночих чи чоловічих маркерів.

Гендерні маркери у універсальному одязі нівелюються в сторону полярного їм. На практиці це працює наступним чином.

Першою і основною гендерною відмінністю в будь-якому одязі є силует, оскільки апріорі він диктується антропоморфними особливостями споживача. Тому для пониження фемінного тону образу силует наближають до більш вільних форм, за якими не читається пластика жіночого тіла. Такий одяг стає більш зручним, дозволяє носію бути більш розкутим та спонукає до фізичних дій. Разом з одягом змінюється поведінка людини в гендерному аспекті. Наприклад, для чоловічого одягу характерна наявність великої кількості кишень, що робить більш громіздкою фігуру та порушує плавність силуетних ліній. Тому у жіночому одязі відмовляються від кишень, або зменшують їх кількість та розмір, що викликає складності експлуатації і призводить до користування сумочками.

Друга відмінність – це колір. Ще за часів первісного суспільства вміння розрізняти кольори достиглих плодів в процесі збиранництва визначало забезпеченість родини їжею. Жінка завжди була більш емоційною, ніж чоловік, тому у колористичних аспектах стереотипних образів це теж знайшло своє відображення. Для руху дизайнера у напрямку маскулінізації пошуки колористичного одягу ведуться у спокійних, переважно темних тонах, а для фемінізації образів додається більше хроматики та яскравості.

Щодо універсальності орнаментики в костюмах, то до гендерно нейтральної можна віднести геометричні, шрифтові, нейтральні рослинні, зоо- та антропоморфні, комбіновані мотиви.

При проектуванні гендерно нейтрального образу важливим є використання предметів одягу універсального призначення: толстовки, светри, майки, куртки, світшоти, джемperi, брюки, джинси, комбінезони, піджаки. Також можна виділити деякі аксесуари: зимові шарфи, шийні хустки, берети та шапки. Із сумок – портфелі, сумки для ноутбуків, рюкзаки, поясні сумки, сумки-месенджери та сумки-тоут.

Враховуючи стереотипне мислення споживача, можна зазначити, що більшість людей чоловічої статі негативно налаштовані на носіння прикрас на собі. Але є потреба уточнити що саме можна

віднести до прикрас, що викликають стереотипне навішування ярликів на образ. Ручні годинники, ланцюжки, браслети не мають маркерів статі але можуть вказувати на неї завдяки дизайну. Масивні ланцюжки та браслети, як стереотипно підкреслюють мужність чоловіків, а маленькі витончені прикраси гармонійно доповнюють легкий жіночний образ.

Зачіска та макіяж доповнюють формування гендерно нейтрального образу. Сучасна б'юті-індустрія збільшує випуск чоловічих косметичних засобів та засобів для догляду. Цей факт ілюструє бажання чоловіків приділяти увагу своїй зовнішності і формувати бажаний образ. Не слід нехтувати таким доповненням до образу як аромат. Сьогодні гендерно нейтральна мода диктує використання універсальних композицій, витіснивши важкі солодкі та квіткові запахи для театральних та вечірніх феєрій.

Більдер Н.Т.

*Доцент, старший викладач кафедри
соціально-гуманітарних дисциплін
Харківська державна академія дизайну і мистецтв*

"ПСИХОЛОГІЯ ТВОРЧОСТІ" — АПРОБАЦІЯ ВИБІРКОВИХ ДИСЦИПЛІН ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ХУДОЖНЬОЇ ОСВІТИ

На сьогодні одним з найважливіших напрямів діяльності сучасної вищої художньої школи є не тільки підготовка високопрофесійних митців, але й створення умов для формування особистісної зрілості, готовності молоді до самореалізації в професійній діяльності, а також здатності молодих фахівців ефективно діяти на арт-ринку, який в Україні перебуває на етапі розвитку.

Важливе завдання системи освіти — сприяти розвитку творчого мислення і виводити знання студентів за межі традиційних академічних дисциплін. На сьогодні, відповідно до Закону України "Про вищу освіту", студентам надано можливість самим обирати, які предмети їм цікаво послухати для загального розвитку.

Мета роботи: описати деякі особливості самоорганізації навчальної діяльності при вільному виборі студентами спецкурсу для необов'язкового вивчення у свій особистий час — для прогнозування мотивів усвідомленого вибору і апробації вибіркових навчальних дисциплін та створення умов для професійного самовизначення на просторі сучасного арт-ринку.

Процес самопізнання і самовдосконалення — це звичайна повсякденна діяльність, яка зовні не відрізняється від того, що ми робимо сьогодні і щодня, але само сприйняття цієї діяльності залежить від багатьох факторів, зокрема – рівня особистісної зрілості. Відомий вислів: "Якщо не можеш змінити ситуацію – зміни відношення до неї" якнайкраще описує ситуацію з "обов'язковими" та вибірковими дисциплінами. Отже, сприйняття навчальних дисциплін як "обов'язкових" або ні, залежить від людини, і в цьому є елемент гри.

Скористаємось пропозицією Голві: він вводить поняття двох взаємозв'язаних ігор, в які можуть грати студенти у своїй діяльності (Голві описав ігри співробітників Р-У сфери). Мета зовнішньої гри — здолати (зовнішнє) перешкоди до досягнення (зовнішньої) мети. Мета внутрішньої гри — зменшити втручання ззовні в розкриття

потенціалу: робота = результативність (робити) + навчання (зростати) + задоволення (цікаво) Працювати, вчитися — може означати отримувати задоволення, бути в самому кращому місці навчитися новому, виражати свої здібності і себе. Третя змінна - задоволення однаково важлива як і дві звичні. Все взаємозалежно і синергитично [2].

В осінньому семестрі 2019-2020 навчального року студентам усіх факультетів Харківської державної академії дизайну і мистецтв було запропоновано взяти участь у практичних заняттях факультативу – спецкурсу "Психологія творчості" (викладач – доцент ХДАДМ Більдер Н.Т).

Факультативний курс або факультативний предмет (фр. facultatif — от лат. facultas — "можливість") — необов'язковий навчальний курс, саме "необов'язковість" надає ілюзію свободи вибору, участі у своєрідній "грі", із якої виключено "зовнішнє" оцінювання навчальної діяльності.

Програма а спецкурсу висвітлює широке коло питань психології творчості, надзавдання курсу — здійснення зв'язків різних видів мистецтва на основі єдиних духовних коренів, як ланок "креатосфери" — сфери духовного розкриття особистості в художній і дизайнерській творчості. В рамках розробленої програми, ми поставили своїм завданням і метою спрямувати студентів до формування культури мислення. У програмі спецкурсу – розгляд сучасних уявлень про природу творчості, тренінги креативності та особистісного зростання. Курс побудовано з використанням методики, яка була розроблена Г. Альтшуллером для вирішення винахідницьких задач (ТРИЗ). Психологічною основою методики є розуміння творчого інтелекту як єдності і взаємодії емоційно-образного та логічного компонентів. Г. Альтшуллер показав, що креативність (здатність до творчості) має загальну основу незалежно від сфери діяльності і, напрацьована на одному матеріалі, може бути перенесена на інший матеріал [3].

Перший набір слухачів спецкурсу "Психологія творчості" відбувся в осінньому семестрі 2018-2019 навчального року [1].

Групу (20 осіб) слухачів 2019-2020 року було сформовано зі студентів 1-5 курсів факультетів "Дизайн" і "Дизайн середовища".

Спілкування під час роботи здійснювалось із застосуванням методів клієнт-центрованої (не директивної) терапії, принципи дії: безумовне (безоцінкове) прийняття, емпатія, конгруентність [4].

Слухакам спецкурсу перед кожним заняттям біло надано список текстів для самостійного вивчення, а також вправ для опрацювання навичок. Рівень зацікавленості і якість підготовки студентів до занять – за даними експрес-опитувань, особистих спостережень і співбесід зі слухачами був високим.

Наприкінці курсу абсолютна більшість студентів (98% опитуваних) позитивно оцінили результати, але були незадоволені коротким терміном навчання (20 академічних годин).

Аналіз творів (до і після закінчення курсу студенти у вільній формі описували свої очікування щодо змісту і ефективності участі в практичних заняттях спецкурсу) показав більш реалістичний підхід: на відміну від очікувань студентів першої групи, жоден із слухачів набору 2019-2020 року не чекав, що викладач несе відповідальність за підвищення рівня креативності студентів.

Факультатив можна розглядати як одну з форм неофіційної апробації дисципліни, запропонованої для вивчення студентам Академії.

На сьогодні у Харківській державній академії дизайну і мистецтв вибірково дисципліну "Психологія творчості" включено в освітню програму підготовки бакалаврів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Більдер Н. Т. Факультатив як зона автономної поведінки для формування навичок самоорганізації навчальної діяльності студентами мистецьких закладів вищої освіти. // Збірник статей. Режим доступу: <https://ksada.org/doc/confer-MM-nov-2019.pdf>
2. Голви Т. Работа как внутренняя игра. Раскрытие личного потенциала./Т. Говлви. Режим доступа: <https://kniga.biz.ua/book-rabota-kak-vnutrenniaia-igra-raskrytie-lichnogo-potentsiala-002284.html>
3. Меерович М., Шрагина Л. Технология творческого мышления. /М. Меерович, Л. Шрагина – Альпина Паблишер, 2015. – 495 с.
4. Роджерс Н.Творчество как усиление себя /Н. Роджерс. //Гуманистическая и трансперсональная психология : хрестоматия /Сост. К.В. Сельченков. – Минск: Харвест АСТ, 2000. – с. 296-305.

Прищенко С.В.
*Доктор мистецтвознавства,
доктор наук габіліт. у галузі дизайну,
професор, завідувач кафедри графічного дизайну,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, м. Київ*

ЦИФРОВА УНІВЕРСИТЕТСЬКА ДИДАКТИКА: ТЕМАТИЧНИЙ САЙТ ЯК ЕЛЕМЕНТ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ

Чи можлива дистанційна мистецька освіта в цифровий час? На нашу думку, для дизайн-освіти в Україні деякі елементи дистанційного навчання в ЗВО цілком реалістичні, наприклад, тематичні сайти. Про повний перехід до дистанційних навчальних курсів говорити ще зарано – для цього потрібна потужна навчально-методична база з фахових дисциплін, здатність викладачів створювати відеолекції, проводити скайп-конференції, вільно володіти комп'ютерними технологіями, а в студентів – висока мотивація та самоорганізація.

Актуальною вимогою оптимізації дизайн-освіти залишаються цифровізація та інтегративний підхід до змістового наповнення навчальних дисциплін. Розглянемо це на прикладі авторського освітнього сайту з колористики [1]. В умовах вимушеного дистанційного навчання через карантин у березні-квітні 2020 р. ще раз було підтверджено корисність даного типу WEB-ресурсу, особливо глосарія з дизайну та реклами у вільному доступі. На сайті студенти мали змогу ознайомитися з творами українського та зарубіжного мистецтва, з прикладами використання кольору у різновидах дизайну та в рекламі, семантикою кольору та національною колористикою в контексті візуальної культури і візуальних комунікацій. Обсяг навчально-методичного забезпечення на паперових носіях виявився нині вкрай недостатнім, оскільки фахові дисципліни для дизайнерів потребують величезного обсягу якісних матеріалів в кольорі, що мають високу вартість повнокольорового друку.

В умовах тотальної цифровізації освітня парадигма повинна бути іншою, оскільки для сучасних студентів нормою є віртуальність, візуальність, швидкість сприйняття інформації, кліповість та здатність швидко перемикати увагу. Перспективність запропонованого типу навчання безсумнівна – це забезпечення студентів електронними ресурсами, використання ними придбаних знань і навичок для роботи засобами сучасних комп'ютерних технологій, велика допомога при самостійній роботі. Розробляється принципово нове методичне середовище в процесі навчання дизайнерів усіх спеціалізацій, нова форма творчого розвитку і системно-логічного мислення [2].

Теоретичний розділ сайту "Академія кольору" на початковому етапі експерименту (констатувальному) містив стислий курс лекцій, а практичний – приклади виконання вправ студентами з кольорознавства. На аналітико-моделювальному етапі дослідження змістове наповнення сайту було поглиблено і суттєво розширено, додано ілюстративний розділ, глосарій, робочий зошит з комп'ютерної графіки тощо. Сайт не містить жодної комерційної реклами та існує за рахунок фінансування власниці сайту проф. С.Прищенко (2006 р. було зареєстровано авторське право в Державному департаменті інтелектуальної власності). За результатами проведених моніторингових досліджень на сьогоднішній день – це єдиний освітній сайт з колористики в Україні такого рівня. Він набуває дедалі більшої вагомості відповідно до "Положення про дистанційне навчання", затвердженого наказом МОН України №466 від 25.04.2013 р. (п.1.6. – розробка і впровадження WEB-ресурсів навчальних дисциплін/програм). Така методика викладання кольоро-знавства апробована авторкою протягом 14 років у мистецьких вишах України та забезпечує високу ефективність навчання.

Представлений на сайті глосарій є вагомим лексикографічним ресурсом сучасної дизайн-освіти, авторською редакцією визначень не лише з колористики, а й з основних понять різновидів мистецтва, дизайну і реклами. Словник фахових термінів є необхідним чинником освіти, містить англомовні визначення багатьох понять мистецтва, дизайну та реклами, які супроводжуються відповідним ілюстративним матеріалом. Термінологічний склад суттєво розширено тлумаченнями синергетичних можливостей кольору та семіотичних особливостей візуальної мови дизайну і рекламних комунікацій, основними рисами мистецьких стилів, а також низкою понять із суміжних галузей: естетики, психології, маркетингу, рекламної індустрії, поліграфічних і комп'ютерних технологій. У подальшому передбачено створення повноцінного ілюстрованого онлайн-глосарію з відомостями про художників, дизайнерів, рекламистів, художні музеї та структури, що займаються вивченням кольору, цікаві події та новітні дослідження кольору (з відповідними посиланнями).

В результаті проведеного аналізу тематичних сайтів і практичного застосування власних оцифрованих матеріалів для освітніх потреб з'ясовано, що зміни комунікативного простору та освітньої парадигми виявляють колосальні резерви для роботи в Інтернет, головними з яких, окрім проведення відеоконференцій, відеосемінарів та відеолекцій, є:

- відкриття вільного доступу до наочності в кольорі, опанування якою за допомогою традиційного навчання було складним і не завжди можливим;

- створення електронних навчальних баз даних для викладачів і студентів.

Зрозуміло, що тематичні WEB-ресурси не зможуть замінити повноцінного навчання у вищій школі, проте вони значно розширюють доступ до текстової й ілюстративної інформації студентам усіх форм навчання (денної, заочної, дистанційної) та зацікавленим проблемами певної галузі, слугують потужним наочним і навчально-методичним забезпеченням. Інноваційна авторська методика викладання теорії та практики кольору полягає в інтегративному підході до вивчення фахових проблем та використанні WEB-ресурсів у навчальному процесі. В рамках цифрової університетської дидактики успішно пройшов апробацію тематичний сайт з колористики для мистецьких вишів. В ідеалі, на базі даного сайту можливо і необхідно провести розбудову онлайн-платформи з дизайну, як це зроблено у Відкритому університеті Британії [3].

ЛІТЕРАТУРА

1. Прищенко С., Прищенко М. Глосарій // Авторський Інтернет-проект "Академія кольору". www.koloristika.in.ua/glossary.
2. Прищенко С. Інноваційна авторська методика викладання теорії та практики кольору // Особливості формування образотворчих знань і розвиток творчих здібностей учнів мист. закладів: матер. Всеукр. наук.-метод. семінару. Херсон: ФОП Савченко А., 2014. С. 24–33.
3. www.open.ac.uk/blogs/design/distance-and-online-design-education-a-not-so-quick-introduction.

Сорохан Г.О.

*Старший викладач кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

УПАКОВКА, ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ СТУДЕНТІВ

Вирішальний фактор успіху дизайнера в його професії - це креатив. В рамках системи вищої освіти при підготовці кваліфікованого фахівця в області графічного дизайну, ми ставимо за мету підготувати професіонала здатного працювати в умовах ринкової економіки і здатного створювати конкурентно здатну продукцію. Важливу роль в цьому процесі відіграє дисципліна "Упаковка та етикетка". Дизайн упаковки вивчається на стику відразу безліч

дисциплін - композиції, типографіки, кольорознавства, фотографії, основ проектної графіки, живопису і рисунка. Упаковка, один з найскладніших і багатогранних жанрів графічного дизайну.

У повсякденному житті упаковка оточує нас всюди. Упаковка на прилавку супермаркету - це обличчя товару. Щодня на світ з'являються сотні і тисячі нових товарів, кожен з яких має своє обличчя. Сучасні споживачі стають все більш вимогливими до дизайну упаковки. Вони бачили "все" або "майже все", тому хочуть щось особливе, "яке чіпляє".

У конкурентній візуальній середовищі важливо швидко і емко донести до покупця всі переваги і вигоди пропонованого товару, зробити його помітним, таким, що запам'ятовується і викликати бажання зробити покупку.

Оригінальна ідея в дизайні упаковки - це основа успішного дизайну.

Показувати її треба лаконічно, мінімумом необхідних символів, зрозумілих і знайомих споживачеві. Упаковка, побудована на основі цікавої історії, зможе позитивно вплинути на вибір покупця. В цьому випадку вдале графічне виконання буде сприйматися споживачем підсвідомо, пробуджуючи потрібні емоції та асоціації. Вдалу ідею можна посилити візуально: незвичним ракурсом, цікавою формою, кольором, оригінальним компонованням. Продукт без ідеї, образу, характеру не зможе стати по-справжньому улюбленим покупцями. Джонатан Сандс (Jonathan Sands), фахівець з графічного дизайну, стверджує, що: "при розробці упаковки найбільш важливо бути непередбачуваним". Головне - відходити від шаблонів. Якщо мова йде про молочну продукцію, то не обов'язково на упаковці повинні бути корова, свіже повітря і зелена трава.

Завдання педагога полягає в тому, щоб, оглядаючись на минулі, вже існуючі в дизайні упаковки, шаблонні рішення, навчити студента творчому мисленню. Уміння творчо і креативно мислити - це вміння ламати стереотипи і мислити інакше. Педагогу, який виховує майбутнього графічного дизайнера важливо виробити у студента творчу свободу самовираження.

Орієнтування в педагогічній практиці на найбільш актуальні на світовому ринку тренди допомагає в розвитку креативного мислення студента. Ось приклад деяких трендів:

"Буйний креатив" - це заздалегідь прорахована, демонстративне порушення основних правил дизайну упаковки.

Тренд вільної художньої експресії в дизайні упаковки - "буйний креатив" націлений в основному на молоду аудиторію емоційних покупців, оригіналів, богему, бунтарів, людей мистецтва які прагнуть виділитися із загальної маси, відкидають традиції та заохочують

інновації. Цей тренд визнає креативність основною рушійною силою, яка відкриває свободу творчості, не порушуючи цілісності бренду.

Мінімалізм в дизайні упаковки. Найкраще унікальні дизайнерські рішення втілювати в простих доступних формах. Мінімалізм в дизайні упаковки - це втілення елегантною простоти, відмови від помпезних прикрас і акцент тільки на ключовий ідеї. Це простота розкоші. В даний час тренд стильного мінімалізму в дизайні упаковки, є одним з найбільш актуальних.

Імітація ручної роботи: індивідуальний підхід. Такий дизайн втілює якісь живі образи завдяки використанню авторських ілюстрацій виконаних в різних мальованих техніках: пастель, кольорові олівці, акварель, гуаш; імітації різних графічних технік: ліногравюри, офорту, малюнка та інше, мальованих шрифтів, нестандартної типографіки. При виборі такого підходу до дизайну упаковки, студенту, звичайно ж, стануть в нагоді знання, набуті на дисциплінах рисунок, живопис, основи проектною графіки. Упаковка продукції яка імітує "ручну роботу" переконує покупця, що цей товар унікальний і зроблений "тільки для нього".

Рівень професіоналізму майбутніх дизайнерів визначається вмінням видокремити сучасні, актуальні тренди в дизайні упаковки, і зрозуміти, як вони працюють. Саме вміння нестандартно мислити здатне допомогти майбутньому дизайнеру стати успішним.

Garry McDaniel

Professor

Franklin University, USA

COACHING TO ACCELERATE PROFESSIONAL DESIGN SKILLS

Three realities in the world of design education are indisputable: 1) the rate at which new knowledge is added is accelerating, 2) thanks to the internet and ease of travel, design skills are increasingly global in scope, and 3) design professionals who do not learn and innovate quickly are at a big disadvantage in their ability to innovate, create and grow. While the first two factors above - the pace of change and global scope - are realities we must live with, this article reflects our view that you can do something about the third factor. We believe every design professional can take simple, decisive action to ensure they are able to learn and *apply* what they are learning faster and more effectively. We have found that creating a culture in which *all* designers have the skills and encouragement to coach each other builds trust, enhances communication, innovation, creativity, and

significantly accelerates learning.

People learn all the time whether we are aware of it or not. For example, we learn from casual conversations in the classroom or office, in meetings, or over coffee with our colleagues. Sometimes learning is formal- like when you go to a class or training program. But *most* learning is informal, such as when we make a conscious decision to master a particular activity, skill or area of knowledge and we learn as the result of intentional effort. In fact, the Center for Creative Leadership estimates that 90% of learning occurs informally and only 10% through formal classroom or training events (Training Industry, 2018). Clearly, designers who are open to sharing their skills and knowledge and are also willing to be coached by others will learn and expand their skills, knowledge and professional network faster. Paradoxically, for many design professionals, 'learning' is primarily associated with attending a class or formal training program. As the research by the Center for Creative Leadership indicates, while formal forms of learning are important, professionals can learn faster and more effectively if they are also willing to learn from others and teach others their skills and knowledge all the time.

A coaching culture is one in which coaching is viewed as a key strategy to achieve personal and group development goals, higher performance, and faster learning. As a design professional, you can gain very positive advantages.

1. Coaching provides you with a fast and applied way of learning in your profession. Whether your focus is on technology, art, fabrics, or sculpture, building strong collegial relationships with others in your field and sharing tips is a superb way to learn and grow quickly.

2. We all are successful in many of our pursuits and of course, we all experience failures. Fortunately, we can learn from both successes and failures and also from those others have experienced. In the field of design, we are always trying new approaches and techniques. Sometimes they work and sometimes they don't. Sharing your successes and challenges with others and gaining from their insights dramatically enhances your understanding of what is possible in your area of interest.

3. Self-awareness is very important to continual growth and learning. When you coach someone else, you must pay close attention to their challenges and goals. When someone else coaches you, then you must be open minded enough to listen carefully and be willing to be pushed out of your comfort zone. This is exactly where you can expand your own awareness of yourself as you enhance your design skills.

4. Coaching also provides you with a constant opportunity to grow your own communication skills – with clients and other designers. Communication, as we all know, involved both listening and conveying a message to someone else. Effective coaches become experts at listening to

others without interrupting and seeing more deeply into the goals, dreams and ambitions of others. But listening is only one half of the communication equation. The other half is the ability to convey your message to others so that the message is clear and heard correctly.

5. A final benefit of coaching is that you will significantly expand your network of colleagues and be seen by others as someone they can trust. People who are effective communicators and who help others achieve their goals and to learn become ‘go-to’ individuals that others seek out. Great coaches are excited and glad when they see others succeeding instead of being jealous and spiteful.

Building a coaching culture requires leaders to spend a significant amount of time having coaching conversations — managers and leaders in organizations with strong coaching cultures spend, on average, 28% of their weekly time coaching. Those conversations are central to solving a key challenge.

Summary

The reality of the design profession is that the traditional reliance on classroom training as the primary method for advancing innovation, growth and learning on the job is limiting. Yes, classroom training and formal workshops are still important for helping designers gain basic theory and techniques but these are no longer the best source of learning. As discussed above, studies consistently show that much classroom learning is not transferred to enhanced growth and skill. Coaching however, is a very effective method of not only accelerating growth and skill, but also for building your professional network of innovation.

In this article, we recognize that many design professionals today rely heavily on formal training programs to help them learn. We also illustrate how developing basic coaching skills and embracing a culture where coaching each other will accelerate our individual and collective learning. By embracing the opportunity to develop your coaching skills, we are certain you will find that your growth will be faster, deeper, and more enjoyable.

Вискварка Я.М.

*Старший викладач кафедри дизайну,
Черкаський державний технологічний університет*

РЕКЛАМА У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ЛІДЕРА

Важливість створення індивідуального іміджу пов'язується з тим, що цільова аудиторія зазвичай не має особистих комунікаційних зв'язків з політиками, а тому реагує виключно на його візуальний образ, що проявляється у формі іміджевої інформації. Питанням реклами присвячували свої праці такі провідні науковці, як Бебик В.М., Держановська С. Л., Єремєєва І. А., Корнієнко В.О., Москаленко В. В., Полковенко Т., Ребкало В. А. та інші. Проте, на сьогодні дуже актуальним є з'ясування проблемних аспектів побудови політичного образу. Вдало сформувавши політичний імідж, політичний діяч отримує можливість досягнення політичної влади, перемоги на виборах, здійснення політичного впливу, підвищення власної або партійної конкурентоспроможності, полегшення доступу до ресурсів.

Технологія створення іміджу політичного лідера є довгим та складним процесом, що потребує немало зусиль. Різні моделі технології іміджу дозволяють виділити основні етапи його формування, до яких враховують такі особливості:

1. На першому етапі визначаються властивості, які відрізняють даного лідера від інших.
2. На другому етапі підкреслюються характеристики, які наближають політичного діяча "до народу" (активізується механізм ідентифікації та віднесення його до категорії "свій").
3. На третьому етапі наближають об'єкт іміджування до стереотипу "ідеального лідера".
4. На четвертому – розвивають здібності політика як оратора домагаючись узгодженості вербальної та невербальної інформації.
5. На п'ятому етапі – викликається інтерес засобів масової комунікації.
6. Далі складається програма зустрічей з електоратом.
7. Створюється контр-технологія з негативною інформацією, технології зміни негативних характеристик іміджу.

Наступна психологічна технологія – використання вербальних та лінгвістичних прийомів. Часто постає як сукупність технологій, які

впливають на підсвідомість, що програмують ставлення до політика:

- 1) Застосування номіналізацій (іменників, утворених від дієслова). Вони створюють ефект завершеності дії та програмують враження у виборців про досягнення результату;
- 2) Проекція інформації. У таких висловах закладений нічим не аргументований, але у той же час позитивний посил для формування позитивного ставлення до політика;
- 3) Використання невизначеності. Завдання даної технології – показати зацікавленість, розуміння. Такий вислів лише констатація факту про існування якоїсь проблеми. На таке сприйняття націлена буденна свідомість, що дозволяє використовувати ці методи;
- 4) Гіперболізація інформації щодо особистісних якостей. Ця технологія використовується для створення ореолу винятковості;
- 5) Застосування психологічних зв'язків. Дана технологія ґрунтується на сприйнятті буденної свідомості, коли окремі якості або поведінкові реакції безпосередньо зв'язуються з іншими. Так, емоційна нестриманість часто справляє враження мужності, а зайва демонстрація оптимізму часто сприймається як відсутність реалістичності;
- 6) Використання методів політичної міфологізації. Суть даної технології полягає у тому, що під конкретного кандидата підбирається певний міф – образ. Вплив міфів вельми великий, адже вони з дитинства формують у нас психологічні установки. Міфи можуть служити прикрасою образу кандидата, а можуть дискредитувати імідж.

Як вважає В. Бебик, іміджмейкери за умов останніх українських виборчих перегонів прагнуть побудувати такі іміджі: "людина з народу", "справжній лідер", "гарний сім'янин", "культурна людина". Питання про роль, створення та діяльність харизматичних лідерів в політиці, дослідження факторів формування політичного іміджу в регіоні є багатосторонньою теоретичною та практичною проблемою, що потребує наукового вивчення. Особливо важливу роль у створенні ефективного політичного іміджу відіграє побудова ідеального образу політичного лідера у постійно змінюваних суспільно-політичних умовах. Головним завданням для сучасного політичного лідера з претензією на харизматичність є конструювання власного цілісного іміджу, до якого входять набір уявлень про політичні погляди, особистісні якості, практичний політичний досвід, який міг би конкурувати на сучасному політико-психологічному просторі.

Звичайно, розробляючи цілісний імідж лідера має враховувати його майбутні функціональні обов'язки при створенні рекламного повідомлення, які слід довести електоратові. Тут виникає проблемна ситуація, яка проявляється у складності збереження ідентичних рис створення образу, який буде просуватися через засоби масової інформації. Проблемою у процесі формування політичного іміджу є також психологічний аспект. У цьому сенсі та враховуючи визнання

важливості прототипу для розробки іміджу, актуальними є проблеми використання міфу та стереотипів при формуванні політичного іміджу.

З огляду на усі розглянуті аспекти досліджуваного явища, можемо підсумувати, що оптимальним іміджем політика є комплекс елементів, на яких базується сутність політичного лідерства із сукупністю іміджеутворюючих рис, які є реальними у досягненні. Оптимальний імідж є гуманістичним, відзеркалюючим розвиток політичної культури, свідомості громадян, демократичних процесів у суспільстві, його духовних здобутків. Політичний імідж допомагає ідеалізувати образ політичної сили, надавши їй ознак доброчесності, антропоцентричності, сучасності та перспективності в чому сприяє вдала реклама.

Волкомор О.Б.

*Магістрант кафедри дизайну,
практикуючий дизайнер*

Артеменко М.П.

*Кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет*

ВИХІД НА РИНОК МОНОЇ ІНДУСТРІЇ ДИЗАЙНЕРА- ПОЧАТКІВЦЯ: ПРАКТИКА РОБИТИ З ІНДИВІДУАЛЬНИМ КЛІЄНТОМ

Історично склалося, що модна індустрія відграє важливу роль у забезпеченні людства товарами, що є одними з найбільш затребувані у повсякденному житті, відображає особливості культурного розвитку епохи, її естетичні ідеали, а також формує середовище для реалізації творчого потенціалу багатьох фахівців. Перелік творчих професій в галузі постійно поповнюється, як і зростає конкуренція серед її спеціалістів, зокрема дизайнерів одягу. Особливо складно доводиться дизайнерам-початківцям, яким необхідно набиратися досвіду, а також протистояти крупним корпораціям та брендам зі світовим ім'ям. Шлях до становлення в професії та успіху у кожного дизайнера свій, тому в теперішніх умовах обмін досвідом є вкрай актуальним.

Сьогодні людство функціонує у світі прогресивного розвитку інформаційних технологій, популяризації соціальних мереж і інтенет-торгівлі, що підштовхує дизайнера працювати в новому форматі та відкриває нові перспективи для просування своїх ідей та продуктів. На нашу думку, завоювати своїх клієнтів, свою цільову аудиторію, певне місце в індустрії моди цілком можливо і дизайнеру-початківцю при

наявності бажання і прагнення розвиватися.

Як показує власний досвід та дворічна практика на перших стадіях при відсутності фінансування та за мінімального бюджету початківцю необхідні навички як кравця, так і дизайнера, а також готовність працювати та постійно розширювати свої вміння. Авторка цієї статті почала свій шлях в професії дизайнера одягу самостійно з роботи з індивідуальними споживачами. Доводилось як розробляти індивідуальний дизайн, так і будувати викрійки, моделювати одяг, вносити зміни в готову модель, з'єднувати вже розкроєні з тканини деталі майбутнього виробу та власноруч виконувати інші стадії процесу виготовлення.

Найчастіше, про що зазначається в багатьох джерелах, першими лояльними клієнтами стають рідні, близькі та друзі, які поширяють інформацію про тебе своїм знайомим, рекламують твій продукт. Так сталося і в цьому випадку. Спочатку були лише проекти одягу для себе та своїх доньок. Це на початкових етапах становлення в професії дуже зручно в плані доступності моделей для примірки, можливості експериментувати з дизайном та моделюванням одягу, ознайомлення і вивчення нових видів матеріалів, їх властивостей, поведінки в процесі шиття та подальшої експлуатації. В результаті поволі визначився пріоритетний напрямок в роботі з матеріалом – трикотаж, зараз це переважно стрейчкулір і футер, часто з яскравим та оригінальним принтом.

Поступово клієнтська база розширилась. Найбільш ефективно в нашому випадку на це працює "сарафанне радіо", другим за значенням джерелом замовлення є соціальні мережі, зокрема Facebook та Instagram. Останні спрацьовують не так продуктивно, оскільки потенційний клієнт дивиться на роботи з екрану монітора. Йому потрібна довіра, яку можна отримати при більш тісному контакті та спілкуванні. Однак соцмеражі мають свої плюси. Сьогодні в переважній більшості нашими клієнтами є батьки, які замовляють одяг для своїх дітей з метою зробити подарунок або пошити речі певного призначення (шкільна форма, форма для занять спортом, тощо); люди, які мають нестандартні розміри фігури і яким важко підібрати одяг в мас-маркеті; а також клієнти, які хочуть ексклюзивну, дизайнерську річ. Стратегії роботи з клієнтом передусім йдуть одним з чотирьох шляхів, які зазначені на рис. 1.

В перших двох шляхах необхідні перш за все знання конструктора та технолога, у останніх двох – дизайнера-модельєра. І хоча в перших випадках творчі амбіції задовольняються не повної мірою, проте вони часто привертають нових клієнтів, які залишаються і надалі готові до більш сміливих експериментів з дизайном, оскільки вже знайомі з якістю продукції та обслуговування.



Рис.1. Базові стратегії роботи з індивідуальним клієнтом відповідно до його намірів

З часом з'явилися більш об'ємні та оптові замовлення, зокрема в карантинних умовах, коли стала потреба перенаправляти виробництво на виготовлення захисних масок. І тут допомогли навички аналізувати, вести переговори, пристосовуватися до реальних умов і планувати терміни виконання. На момент прийняття цього рішення вже з'явилися різні пропозиції на ринку і, щоб завоювати своїх клієнтів, необхідно було запропонувати щось оригінальне. Спрацювало бажання і вміння працювати з трикотажем, наявність невеликих залишків від пошиття попередніх виробів та відгуки перших клієнтів із зауваженнями і побажаннями. Замовлення надходили з різних джерел: знайомі, друзі, співробітники, підписники в соцмережах, сторонні люди, яких зацікавив асортимент. В нашому випадку, практика показала, що сторінка у Facebook дала більш продуктивний результат, ніж Instagram. На розвиток Instagram потрібен час і гроші. Навіть замовлена реклама не давала очікуваного результату. Для його просування необхідно бути активним 24/7, що важко в умовах суміщення декількох напрямків одночасно. Також, готові роботи краще представляти на моделі, а не в площині або на манекені. Так візуалізація і контакт з потенційним клієнтом давала результат в 8 випадків з 10. Таким чином, навіть в складних економічних умовах за рахунок швидкої реакції на ситуацію та мобільності виробництва вдалося отримати позитивну динаміку і за розміром клієнтської бази, і за базою надійних постачальників і за іншими показниками.

Матійко О.В.
*Завідувач кафедри дизайну,
Заслужений діяч мистецтв України, доцент,
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв,*
Матійко Н.О.
*Викладач кафедри менеджменту
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв*

МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ ПІДХІД ПРИ РОЗРОБЦІ КОНЦЕПЦІЇ В СФЕРІ ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТУ

В сучасному світі слова "дизайн" і "інновації" стають синонімами, оскільки саме кінцевий дизайн визначає сутність, послідовність та збалансованість процесів щодо створення нового продукту (послуги), що орієнтовані на максимальне задоволення визначених потреб або їх формування.

Для інновацій та якісних структурних трансформацій на всіх рівнях процесу створення нового продукту необхідністю стає принципово новий тип мислення, в основі якого лежить обов'язкова творча складова, а саме вміння синтезувати та створювати нове. Саме дизайн-мислення використовує можливості, наявні у кожної людини, але котрі не враховуються в стандартних методах стратегічного планування і маркетингових досліджень. Цей антропоцентричний механізм заснований на здатності людини до інтуїтивного відчуття, розпізнаванню причин поведінки, створення ідей однаково функціональних і емоційних.

Важливо враховувати, що нові знання, що функціонують в процесі дизайн-мислення, визначаються не одним науковим напрямком, а системою, або сукупністю наук. Тому, на етапі формування концептуальних основ, з використанням принципу дизайн-мислення потрібен комплексний підхід, що включає різні напрямки знань - філософське, творче, економічне, екологічне, технічне и т.п. Дослідження тривають і далі: йде вивчення попиту на випущений виріб, аналізуються його експлуатаційні якості з метою оперативного втручання та внесення відповідних коректив. Основи, які припускають взаємозв'язок двох і більше дисциплін із суміжними термінологіями, системою дослідження, а також, об'єктами цих досліджень називаються міждисциплінарними. Така сукупність сфер дослідження допомагає більш широко і досконально вивчити продукт

дослідження, виявити слабкі і сильні сторони об'єкта.

Слід підкреслити, що міждисциплінарний підхід успішний лише в разі чітко поставленої мети дослідження, продуманої ідеї. Розрізненість і надмірне різноманіття інформації, зайва варіативність сфер, порівнянних з центральною сферою проекту ускладнює сприйняття матеріалу.

Практика міждисциплінарності в системі розробки концепції дозволяє:

- використовувати знання про предмет дослідження, накопичені різними науками;
- збільшити широту наукового кругозору та глибину пізнання;
- виявити нові рубежі процесу пізнання, які з колишніх позицій невидимі і недоступні до дослідження[3].

Для того щоб міждисциплінарний характер роботи збільшував ефективність проекту в цілому, кожному члену команди важливо мати знання і досвід в двох вимірах: володіння спеціальними професійними навичками, потрібними в проектуванні конкретного продукту і володіння досвідом роботи на перетині кількох професійних сфер, таких як: графічний дизайн, ергономіка, маркетинг, менеджмент, комунікація, технологічні знання, екологічна безпека.

Разом з аналізом споживчих якостей виробів і маркетингом, в процесі дослідження усіх точок взаємодії продукту з покупцем від першого знайомства до процесу використання продукту, враховуючи міждисциплінарні зв'язки, фундаментальні методологічні основи, інтуїтивні дані, а також, новаторські переваги дизайн-мислення, дизайн-менеджер прописує загальну концепцію продукту або послуги.

Розробка концепції - це першочергове завдання, для отримання гармонійного, успішного результату. Дослідження існуючих підходів в розробці концепції дизайн-менеджменту показали, що методи дизайн-мислення, як сфери проектування інноваційних продуктів, використовується тільки як набір методологічних інструментів. Це говорить про відсутність загальної системи формування у виборі концептуальних основ, як системного мислення. Розробка системи формування концепції з урахуванням міждисциплінарних зв'язків в проекті дозволить підвищити ефективність використання сучасного підходу дизайн-мислення до проектування інноваційних продуктів.

При аналізі існуючих методологічних принципів, а також, ґрунтуючись на зарубіжному досвіді, були виділені основні етапи, що характеризують процес дизайн-мислення:

1. Аналіз проблеми.
2. Визначення фінального стану (кінцевий результат).
3. Визначення підходів, якими буде досягнута перемога.
4. Спонування працівників до дії (переконання, навчання).

5. Пошук натхнення та джерела ідей.
6. Прототипування потенційних рішень.
7. Виявлення технічних недоліків прототипу.
8. Огляд і аналіз роботи команди.
9. Вибір кращого рішення і його опрацювання.
10. Піар, реклама, маркетинг. Інформування потенційних споживачів про продукт (послугу).
11. Продаж продукту(послуги).
12. Аналіз результату та висновки

Результатом реалізації методологічних принципів, а також, міждисциплінарної взаємодії в процесі розробки концепції в команді відбувається:

- створення єдиної теоретичної концепції об'єкта;
- розробка цілісного образу продукту, з урахуванням специфіки предметного дослідження;
- виділення тієї сфери діяльності продукту, яка відображає вищі рівні розвитку об'єкта;
- послідовне та точне дотримання концептуальних рішень по етапах, що становить процес дизайн-мислення.

На основі викладеного матеріалу, можна зробити висновок, що орієнтованість методичних основ з урахуванням міждисциплінарних підходів, на можливість приймати рішення щодо встановлення позиції дизайн-менеджменту на різних етапах її втілення та послідовно деталізна розробка концепції бренду призводять до зростання ефективності та успішності кінцевого результату проекту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Давай по порядку: як влаштовано метод Design Thinking. Інтернет-журнал Platforma: веб-сайт. URL: <http://bydesign.platfor.ma/stages-of-dt> (дата звернення 29.05.2020).
2. Н.Митина. Дизайн інтер'єра. Глава 30 Что такое концепция? Інтернет-журнал ВикиЧтение веб-сайт. URL: <https://econ.wikireading.ru/77226> (дата звернення 29.05.2020)
3. Т.В. Крепс. Міждисциплінарний підхід в дослідженнях і викладанні: переваги та проблеми застосування. Науковий вісник Південного інституту менеджменту. 2019; (1):115-120. URL: <https://www.uimjournal.com/jour/article/view/350/343#> (дата звернення 04.06.2020).

Наукове видання

ЕКОЛОГІЯ МИСТЕЦТВА: ДИСКУРС РАКУРСІВ

Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції

9 – 11 вересня 2020 р.

Оригінал-макет підготовлено на кафедрі дизайну ХНТУ
Комп'ютерна верстка Семеняк Н.В.

Підписано до друку 07.09.2020 р.
Формат 60х84/16. Папір: офсетний.
Замовлення № 19/10-2020
Ум. друк. арк. 14.72. Наклад 100 примірників.

Надруковано у видавництві ПП "Резнік"
Свідоцтво про внесення до державного реєстру видавців,
виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції:
серія ДК №6155 від 24.04.2018 р.,
видає Управлінням Держкомтелерадіо
73008, м. Херсон, пров. 4-й Приміський, 6