

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет мистецтв  
Кафедра декоративно-прикладного мистецтва та дизайну

«Допущено до захисту»  
В.о. завідувача кафедри  
\_\_\_\_\_ Ємельова А.П.  
(підпис)

Реєстраційний № \_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**КОМПЛЕКСНИЙ ПРОЄКТ ТЕМАТИЧНОЇ АУДИТОРІЇ**

Кваліфікаційний проєкт  
студентки 4 курсу  
групи Д-17  
ступеня вищої освіти «бакалавр»  
спеціальності 022 «Дизайн»  
**Щетиніної Аліни Русланівни**

Керівник:  
кандидат педагогічних наук,  
доцент Марченко А.А.

Оцінка:  
Національна шкала \_\_\_\_\_  
Шкала ECTS \_\_\_\_\_ Кількість балів \_\_\_\_\_  
Голова ЕК \_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище, ініціали)

## ПЛАН

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНОЇ АУДИТОРІЇ	
1.1. Теоретичні основи дизайн-проєктування тематичного інтер'єру .....	6
1.2. Особливості функціонування композиційних принципів у проєктуванні інформаційного елемента.....	7
1.3. Роль ритму, форми, кольору та орнаментики в комплексному вирішенні проєкту тематичної аудиторії.....	11
Висновки до розділу 1 .....	15
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОМПЛЕКСНОГО ПРОЄКТУ ТЕМАТИЧНОЇ АУДИТОРІЇ	
2.1. Постановка проєктного завдання та етапи його реалізації в комплексному проєкті тематичної аудиторії № 401.....	17
2.2. Матеріали та технології практичного виготовлення комплексного проєкту та економічне обґрунтування .....	19
Висновки до розділу 2 .....	21
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	27
ДОДАТКИ	
Додаток А .....	29
Додаток Б .....	31
Додаток В .....	34
Додаток Г .....	40

## ВСТУП

З початком XXI сторіччя суспільство може спостерігати підвищену увагу до ефективності інформаційних об'єктів в дизайні інтер'єру та графічному дизайні в цілому, зокрема розробці проєктів учбових приміщень. Подібні дизайн-проєкти «викрикують», ведуть комунікацію зі споглядачем, закликають до вирішення соціальних проблем та дій.

Першочерговим фактором при проєктування інформаційного об'єкту в навчальну аудиторію має бути зручність та доступність розташування, зрозуміла конструкція та естетичний загальний вид, а саме використання читабельних шрифтів, стримана колірна гама, зрозумілий виклад інформації.

Інформаційні об'єкти здійснюють свою основну функцію, це передача інформації споглядачеві коротко та в доступній формі. Втім, візуальна частина повідомлення створюється засобами мистецтва - фотографією, типографікою, малюнком, графічним дизайном. Відповідно, твори зовнішньої реклами можна оцінювати мистецтвознавчими критеріями, тобто з точки зору художньої виразності. Звідси виникає потреба не просто в ілюструванні доступного повідомлення, а в створенні привабливого образу. Якщо образ інформаційного об'єкта не буде прийнятий споглядачем, то відповідно всі зусилля вжиті дизайнером для втілення проєкту виявляться марними. Не дивлячись на те, що так званий «реklamний» образ створюється засобами образотворчого мистецтва, він відрізняється від художнього образу. «Художній образ завжди пов'язаний з реальністю і Автором, в той час як рекламний абстрагується від реальності, а його автор виступає як анонімна персона. Таким чином, художній і рекламний образи мають принципово різну природу походження» [ 14, с. 7-8].

Основною метою створення інформаційних об'єктів є не тільки привабливість, але й доступність та запам'ятовуваність для цього потрібні не лише художні навички, але й вивчення та застосування психологічних,

семіотичних, архітектурних знань. «Робота над інформаційним сюжетом передбачає вміння виділити і відобразити важливі особливості об'єкта, заклавши в зображення не тільки графічний і вербальний, а й логічний зміст» [ 9, с. 114].

**Актуальність:** Розробка інформаційних елементів в інтер'єрі на сьогодні відіграє значну роль формуванні загальної естетики оточуючого простору, зокрема учбових приміщень. У свою чергу, це зобов'язує художників і дизайнерів при проектуванні інформаційних об'єктів застосовувати великий пакет знань та вміння грамотно скористатися ними. Саме це дозволить створювати естетично урівноважений простір для роботи та навчання.

**Об'єкт кваліфікаційного проєкту** - дизайн інтер'єру, як вид мистецтва.

**Предмет кваліфікаційного проєкту** - проектування інформаційного елементу тематичної аудиторії №401 та етапи його реалізації.

**Мета кваліфікаційного проєкту** - розробити технологію створення інформаційного елементу тематичної аудиторії №401.

Відповідно до мети визначено завдання дослідження:

1. На основі аналізу джерел і літератури з теми дослідження виявити основні завдання інформаційних об'єктів учбового простору.
2. Дослідити основні аспекти проектування елементу тематичної аудиторії №401.
3. Визначити значення дизайн-графічного оформлення в об'єктах комплексного проєкту тематичної аудиторії №401.
4. Проаналізувати сучасні методи розміщення об'єктів.

**Методи дослідження.** У процесі дослідження використано комплекс взаємопов'язаних методів дослідження – загальнонауковий (аналіз, синтез, узагальнення, порівняння та систематизація), метод теоретичного рівня (логічне дослідження зібраних фактів, вироблення понять, думок та висновків щодо художньо-графічного оформлення).

**Структура** кваліфікаційної роботи складається зі вступу, двох теоретичних розділів, висновків до розділів, загальних висновків та списку використаної літератури, який налічує 22 джерела. Загальний обсяг кваліфікаційного проєкту становить 40 сторінок.

## **РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНОЇ АУДИТОРІЇ**

### **1.1. Теоретичні основи дизайн-проектування тематичного інтер'єру**

У сучасній літературі під «дизайном» розуміють як стиль так і проєкт, проєктування, та власне дизайн як професійну діяльність, яка знаходиться нарівні з архітектурою та інженерним проєктуванням. Але не зважаючи на загальну подібність спеціалізацій, не варто забувати, що інженеру важлива технічна складова будівлі, тоді як архітекторів на меті стоїть створення привабливого зовнішнього вигляду його твору. Дизайнер же проєктує картину в цілому [2, с. 151-155].

На сьогодні, слово «дизайн» використовується практично скрізь. Зустрічаються поєднання слів: «дизайнерські меблі», «дизайнерський одяг». Дизайн присутній всюди - від зачісок та одягу, до сайтів та побутових речей.

Свій початок дизайн бере в ХІХ столітті, коли почали з'являтися предмети масового виробництва, технологій та науки. Дизайнери почали демонструвати всю красу своєї професії шляхом проєктів, планів, ідей та макетів. Демонстрували те, що професія не марна, а навпаки - необхідна суспільству. Але поступово дизайн все ж став тією необхідною професією та тим терміном, який позначає нововведення, інновації.

Щодо поняття дизайну інтер'єру, воно закріпилося декілька стереотипно серед суспільства. На думку більшості людей, дизайн - це правильне розташування меблів, освітлення та декору. У широкому ж розумінні, «дизайн - це вид проєктно-художньої діяльності, пов'язаний з розробкою предметного оточення людини, систем візуальної комунікації та інформації» [11, с. 277].

На сучасному етапі розвитку дизайну інтер'єру виникають та загострюються проблеми, пов'язані зі створенням інформаційних об'єктів для

навчальних просторів, що сприяють повноцінному розвитку навчального процесу у студентів.

Домінуючими тенденціями в сучасному дизайні, безумовно, є простота та чіткість ліній. Це основний підхід в проектуванні інтер'єру, для якого характерно невелика кількість деталей, функціональні меблі та аксесуари, просторе приміщення [3, с. 475-476].

Сучасні тенденції створювати інноваційний простір для навчання можна простежити на прикладі республіки Сінгапур. Навчальні заклади Сінгапуру цікаві тим, що є не просто місцями, де читають лекції та здають іспити, а й особливими освітніми місцями, що сприяють натхненню та творчості.

## **1.2. Особливості функціонування композиційних принципів у проектуванні інформаційного елемента тематичної аудиторії**

Привабливість та комфорт будь-якого простору, зокрема учбового, неможливе без застосування правил та умов його побудови – принципів композиції. Вони важливі як в графічному так і в дизайні інтер'єру. Термін композиція, у перекладі з латинської (*compositio*), означає- складання, зв'язування, з'єднання [5, с. 10]. У сучасній термінології української мови, композиція це – будова, структура, розташування та взаємний зв'язок складових частин художнього твору. Композиція є найбільш важливим елементом створення будь-якої художньої форми.

Кожна людина підсвідомо прагне до гармонії, до перебування в системно-упорядкованому просторі, яке буде підтримувати його емоційну рівновагу, стійкий стан.

Поняття композиції поширюється на всі види художньої діяльності, зокрема на інтер'єр та графічний дизайн, та розглядається як живий процес творчості, як реалізація конкретної проектної композиційної задачі.

Потрапляючи в приміщення, погляд повинен мимоволі прагнути до об'єкта, який виділяється з-поміж всього іншого незвичайним кольором, великим розміром, формою або рельєфом, саме це називають композиційним центром. За змістом можна здогадатися, що він, як правило, розташовується в середині кімнати, але це зовсім не принципово, допускається як пристінне так і кутове розташування (додаток А.1). Існують різні тлумачення поняття «центр композиції», проте в більшості випадків воно трактується як місце зосередження основних, найважливіших зв'язків між усіма елементами.

Як зазначає Є. В. Шорохов, «композиція» позначає «зіставлення, складання, з'єднання частин в єдине ціле в певному порядку, з'єднання, співвідношення сторін і поверхонь, які, разом узяті, складають (компонують) певну форму» [20, с. 102]. В даному визначенні підкреслюється також систематичний характер композиції, який проявляється, зокрема, в компоюванні форми в образотворчому мистецтві і дизайні.

Теорії та практичні аспекти композиції присвячені фундаментальні праці О. Л. Голубєвої, А. С. Котлярова, Р. В. Паранюшкіна, А. В. Степанова, В. Б. Устина, О. В. Чернишова, Є. В. Шорохова.

Вдале композиційне вирішення об'єктів інтер'єру передбачає гармонійне поєднання всіх предметів за допомогою підбору кольору, форми та фактури (Додаток А2). За допомогою цих прийомів загальний вид стає збалансованим та гармоніює з оточуючим середовищем.

Перше, і основне, що можна сказати про властивості композиції, це розбиття їх на постійні і змінні, в залежності від вимог до оформлення проекту [1, с. 8].

Важливим елементом композиції є форма. В публікації «К вопросу о форме», В. Кандинський проголошує тезу «Форма – це вираження внутрішнього складу» [8, с. 212]. Тим самим митець наголошує на центральній проблемі сучасного європейського мистецтва, зокрема дизайну – співвідношенні



форматного, предметного, духовного та естетичного. В розробці об'єкта тематичної аудиторії працюють всі ті ж принципи, співвідношення інформаційності та загальної естетики. Об'єкт проектування повинен вдало гармоніювати як з точки зору інформаційної, так і з естетичної сторін.

Образність форми, як властивість, покликана викликати у споживача асоціативні зіставлення, впливати на емоційно-сміслову сферу мислення. Образність форми організовується за допомогою художньо-образного мислення, асоціативності і семантики (для декодування візуальної інформації).

Підпорядкованість елементів створюється при виборі того чи іншого композиційного прийому за допомогою виділення центру композиції.

Єдність стилю включає в себе сукупність колористичного і тонального єдності, єдності форми, а також підпорядкованість елементів.

Масштабність забезпечує функціональність (відповідність призначенню) і ергономічність (якість трансляції, зручність сприйняття) будь-якого об'єкта композиції.

Пропорційність композиції виражається у візуальній гармонії та функціональній досконалості форми дизайн-об'єкта, будується виключно на розмірних співвідношеннях елементів [7, с. 112].

Однією зі змінних властивостей композиції є симетричність. Для неї характерна врівноваженість частин композиції не тільки за формою, але і по тону, кольору, масам, має протилежну властивість - асиметричність.

Контрастність має різку відмінність предметів за тими чи іншими властивостями, нюанси простежуються в незначних відмінностях, відтінках.

Ритмічність реалізується через періодичну повторюваність елементів, має під собою нескінченний рух та протилежну властивість - метричність.

З колористичного, що виявляється в гармонії кольору, контрастує монохромність.

Фактурність характеризує зовнішню будову поверхні об'єкта, а текстуру за допомогою малюнка, що передає ознаки структури матеріалу.

Пластичність, або геометричність характеризують особливості об'ємно-просторової структури об'єкта [13].

Девід Лауер і Стівен Пентак розкривають співвідношення між змістом та формою простим питанням: «що буде представлено і як воно буде представлено?», виділяючи значимість мислення-обговорення дизайнера для визначення дизайн-концепції. Автори відзначають, що умовою успіху передачі дизайн-форми та закладеної ідеї є відсутність перешкод для її розуміння [22, с. 154].

Перш ніж приступити до розробки, обирається композиційний прийом, який формує загальну концепцію дизайн-проєкту. Основним напрямком в даному випадку є збереження композиційної рівноваги частин і цілого, в проєктованому просторі [12, с. 3].

Не менш важливим елементом, є дизайн-концепція проєкту - це образно-функціональна модель проєкту. Вона відображає на певному рівні узагальнення, ключові принципи та прийоми для подальшої реалізації об'єкта проєктування. Крім цього вона враховує комплекс вихідних факторів, що впливають на формування, як образу, так і функціонального сценарію. [3, с. 74] Дизайн-концепція визначає весь набір композиційних прийомів, що дозволяють забезпечити необхідний результат.

Проєкт, від латинського *proiectus* - задум, план. Проєктування процес створення прототипу, тобто прообразу передбачуваного або можливого об'єкта [10, с. 140].

При розробці елементу тематичної аудиторії використовувалась площинна композиція. З усіх видів композиції в графічному дизайні використовується саме площинна, тобто має дві координати. Незважаючи на це, смисловий простір

двомірного робочого листа цілком може бути тривимірним, в залежності від задумки дизайнера.

А. Гільдебрандт, будучи скульптором, представляв проблему простору об'ємно-пластично, тобто як організацію пластичного образу. Розрізняючи «форму буття» та «форму впливу», він вважав, що художник покликаний створювати образ не сприйняття, а уявлення, яке є результатом переробки зорового сприйняття в пластичний образ [6, с. 104].

Тобто, при проектуванні об'єктів дизайну необхідно грамотно вибрати графічно-виражальні засоби передачі інформації. Таким чином, зображення повинне відповідати розробленій дизайн-концепції, крім того ця концепція повинна бути виражена певними художніми засобами.

Щодо проєктованого об'єкта – він повинен бути розміщений в навчальній аудиторії тому стилістика повинна буди відповідна. Мінімально, лаконічно без зайвих відволікаючих факторів. Інформаційні об'єкти різних напрямків це засіб трансляції конкретної інформації у бік широкої аудиторії, всі нюанси і потреби якої важливо врахувати.

При розробці будь-якого дизайн-проєкту слід враховувати про властивості композиції які мають тісний взаємозв'язок. Таким чином, зміна одного з них тягне за собою зміну іншого, наприклад зміна пропорційності вплине на масштабність, а зміна ритмічності накладе свій відбиток на статичність, або динамічність композиції.

### **1.3. Роль ритму, форми, кольору та орнаментики в комплексному вирішенні проєкту тематичної аудиторії.**

Якщо в мистецтві здійснюється діалог між твором та глядачем, то в дизайні - між річчю та її споживачем. Якщо у творах мистецтва присутній, в широкому

сенсі, «автопортрет» автора, то продукт дизайну має «портрет» споживача, створений дизайнером. У діалозі між річчю та споживачем дизайнер виступає як організатор цього діалогу, і в цьому сенсі набагато менш вільний у своєму безпосередньому самовираженні, ніж художник. Але попри все засоби мистецтва все ще незамінні у дизайні. Серед них ритм, форма, колір та орнаментика (використання етнічних елементів)

В сучасному дизайні поняття ритму формулюється як: «Ритм - це чергування елементів в певній послідовності. Його можна поставити лініями, колірними плямами, грою світла й тіні»[18, с. 84].

Дослідник Я.Г. Чернихов вважав, що ритм - це більш складне поняття, яке не піддається простому аналізу, воно включає почуття рівноваги, що вимагає розвиненої творчої інтуїції. Він виділяє орнаментальні і симетричні композиції, в яких ритм заснований на повторі скомпонованого елемента («плями»), і асиметричні композиції, створення яких підпорядковується дещо «особливому» закону ритму. На думку Я.Г. Чернихова, цей закон побудови композиції до цих пір не знайдений, він заснований на рівновазі не тільки форм та величин, але й кольору, «барвистих вражень»: «Взагалі, «ритм» відноситься не тільки до лінії та форми, а й до забарвлення. Почуттям ми знаходимо ритм зображення, не знаючи законів та правил його побудови (інтуїтивно)» [18, с.30].

Щодо дизайн форми - головним його завданням вважається стати не тільки приналежністю виразної естетичної тканини мистецтва, але й передати самотутнє, авторське бачення світу, точніше, стати головним функціональним рішенням конкретної проблемної ситуації. На підставі художньо-проектного образу естетичної форми в дизайні переважає активність практичного вирішення соціального замовлення, яке усвідомлюється з позиції авторських ідеалів.[8, с.205]

Ефект легкості сприйняття ідеї, ясна образність, художня виразність та функціонально-комунікативна інформативність складають характерні риси естетичної виразності дизайн-форми.

Загальна привабливість форми, в своїй більшості, залежить від ліній, з яких вона створена. Різноманітні типи ліній передають не тільки зовнішню красу предмета, а й допомагають зрозуміти його сенс (Додаток Б.1). Гармонійне поєднання зовнішнього вигляду та внутрішнього сенсу роблять річ гармонійною. В філософському естетичному словнику зазначається: «Гармонія (від грецького *harmonia* – зв'язок, відповідність) - співзвуччя, згода, відповідна естетичним законам узгодженість частин в роздібленому цілому»[15, с.10].

Колір відіграє не менш значну роль в загальній композиції інформаційного об'єкта. Задля того щоб створити більш вдалий образ необхідно розуміти психологічні аспекти впливу графічних засобів на людину. Одним із таких засобів є колір, який здатний впливати на емоційний стан людини, він притягує і відштовхує, заспокоює і порушує, створює теплу або холодну атмосферу.

Суріна М.О. в своїй книзі «Колір і символ в мистецтві, дизайні та архітектурі» приділяє велику увагу символам, які є найпопулярнішими в мистецтві різних культур. Колір, на думку автора, дозволяє найбільш глибоко розкрити зміст, а також призначення того чи іншого символу [16, с. 24].

Сучасний архітектор Глазичев В.Л. в енциклопедії «Архітектура» розглядає багаторічні дослідження природи архітектурної творчості на матеріалі всесвітньої історії зодчества. Автор упевнений, що колір здатний об'єднувати. Колір завжди впливає на настрій людини. Архітектори та дизайнери ніколи не використовують кольори випадковим чином. Колір служить для забезпечення необхідної атмосфери (Додаток Б.2). У цьому полягає його використання не в якості вказівного елемента [4, с.309].

Також цікава фізіологія кольору. За своєю природою колір є випромінюванням. У зв'язку з цим різні кольори та їх відтінки мають різну довжину хвилі. Коли око людини сприймає колір, в цю ж мить передається сигнал в мозок. Він починає активно передавати сигнали всій нервовій системі. Теплі кольори завжди мають велику довжину хвилі. Отже, якщо довжина хвилі більше, це означає, що потрібна витрата великої кількості енергії. А від цього, у

свою чергу, збільшується серцебиття та частота дихання. Наприклад, неправильне використання червоного кольору в інтер'єрі може викликати дратівливість і агресію у господаря. У холодних же кольорів довжина хвилі значно менше. Вони завжди розслаблюють організм та заспокоюють його. Саме тому в дизайні на найперших етапах проектування важливо підібрати кольори правильно.

Швейцарський вчений Макс Люшер довів вплив кольору на реакцію людини і його емоції. Крім того, Люшером був зроблений ще один важливий для рекламної індустрії висновок - колір не тільки викликає відповідну реакцію людини, в залежності від її емоційного стану, але й певним чином формує її емоції.

Колір - це один з ключових чинників, які беруть участь у формуванні образу об'єкта проектування. За допомогою кольору можна не тільки виділити об'єкт, але й виділити його, створити акцент на унікальному. Колір допомагає ефективно та легко «об'єднати» різні за складом об'єкти. Він завжди виявляється не тільки доречним, але й незамінним в будь-якій дизайнерській типології [12, с. 187].

Не менш важливим елементом композиції проєктованого об'єкта графічного дизайну є шрифт (Додаток Б.3). Шрифт - потужний інструмент реклами та маркетингу. Дослідження показують, що будь-який напис перш за все вважається графічним елементом, а вже потім носієм інформації [13]. Тобто, людина сприймає текст спочатку як зображення, а вже потім розуміє зміст написаного. І перше враження нерідко впливає на формування остаточної думки.

Від шрифту залежить читабельність та розуміння тексту. Шрифт може збалансувати дизайн або, навпаки, внести в нього дисгармонію. Тому при розробці інформаційного об'єкту в учбовий заклад шрифт має велике значення.

Одним із найбільш популярних засобів графічного дизайну сьогодення є використання етнічних елементів мистецтва, зокрема орнаменту.

Застосування орнаменту в сучасному дизайні із застосуванням цифрових технологій пояснюється його культурною та естетичною цінністю, яскравою виразністю, здатністю допомогти дизайнеру у вирішенні різноманітних творчих завдань, серед яких: об'єднання окремих елементів в цілісну композицію, акцентування плями, шрифту, заставки або кінцівки, стилістики змісту тексту та інше. За словами П. А. Флоренського, орнамент «не зображує окремі речі, а наділяє наочністю якісь світові формули буття» [17, с.134].

### **Висновки до першого розділу**

В першому розділі були розглянуті методологія дизайн-проектування інтер'єру навчально-методичної аудиторії, а саме: теоретичні основи дизайн-проектування, особливості функціонування композиційних принципів у проектуванні інформаційного елемента тематичної аудиторії та роль ритму, форми, кольору та орнаментики у комплексному вирішенні проекту.

Проаналізувавши джерела ми можемо зробити наступні висновки: краса та комфорт проектуючого простору неможливе без застосування правил та умов його побудови – принципів композиції. Загалом, в графічному дизайні найчастіше використовується фронтальна (площинна) композиція, тобто цей варіант композиції має дві координати, але незважаючи на це об'єкт проектування може бути тривимірним.

Створення естетичного й привабливого образу багато в чому залежить від багатьох факторів, зокрема від кольору, форми та ліній форми. Створюється синтез мистецтв, який передає не тільки зовнішню привабливість предмету, а й його ідейно-художню наповнюваність, функціональність. При цьому поєднанні формуючі принципи різних видів мистецтва взаємодіють один з одним, допомагаючи його образам стати більш конкретними та виразними.

Ефект легкості сприйняття ідеї, ясна образність, художня виразність і функціонально-комунікативна інформативність складають характерні риси естетичної виразності проєктованого об'єкта.



## РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОМПЛЕКСНОГО ПРОЄКТУ ТЕМАТИЧНОЇ АУДИТОРІЇ

### 2.1. Постановка проєктного завдання та етапи його реалізації в проєкті тематичної аудиторії № 401

Завдання включене до плану координаційної ради та виконане за замовленням ректора. Технічне завдання включає в себе розробку стенду в аудиторію методики викладання української мови, присутнє побажання від замовника щодо колірної гами, бажано жовто-синя, назви та етностилістики, а саме використання українських орнаментів.

Перш ніж почати роботу над практичною частиною кваліфікаційного проєкту були зроблені заміри аудиторії №401 та консультація з замовником.

Попередньо ознайомились з аналогами (референсами) (Додаток В.1). Слово - калька з англійського reference - перекладається як «довідка» або «рекомендація» [22, с.34]. Референсом називають вторинне зображення - зразок, до якого звертається дизайнер під час роботи. Це можуть бути будь-які зображення з інтернету, на яких є щось корисне. Референс розглядають, щоб уточнити свій малюнок: краще зрозуміти форму предметів, знайти цікаві ракурси. Іноді їх використовують, щоб вивчити художню техніку і зробити власну роботу в тій же стилістиці. Попередні ескізи були розроблені в векторному графічному редакторі Adobe Illustrator (Додаток В.2).

Ескізним проєктом називають певний етап у проєктуванні кваліфікаційного проєкту, тобто стенду. Під час нього потрібно визначити його головні параметри. До них належать висота, ширина, а також загальні маси, їх способи розміщення в інтер'єрі. Також у рамках ескізного проєкту заведено формувати стилістику об'єкта та його об'ємно-просторове вирішення.

Найбільш вдалі варіанти ескізу були розміщені в інтер'єрі за допомогою растрового графічного редактора «Adobe Photoshop» (Додаток В.3).

Подібна візуалізація допомагає краще зрозуміти переваги та недоліки розробленої конструкції, подивитись на її розміщення в інтер'єрі.

Візуалізація - це представлення проекту дизайну в візуальних образах. Тобто крім креслень будуть зроблені зображення майбутнього інтер'єру і на них буде видно настрої інтер'єру, стиль, колірна гамма, що використовуються текстури. Тобто крім креслень будуть зроблені зображення майбутнього інтер'єру і на них буде видно настрої інтер'єру, стиль, колірна гамма, які використовуються текстури.

Після удосконалення ескізної частини проектного завдання та узгодження ескізу з замовником можна розпочинати роботу в матеріалі.

Для початку були створені геометричні форми за заданими розмірами (400 см на 120 см), з яких і почалась робота. Умовно, стенд був поділений на три зони: «методичні орієнтири», «вчителю Нової Української Школи», «на допомогу студенту». Оскільки стенд є досить об'ємним, було прийняте рішення поділити на три менші частини та використати графічні елементи в виді логотипу факультету та декоративних українських орнаментів.

За основу були взяті синьо-жовті кольори. Вони умовно були поділені на дві палітри, які були доповнені сумісними кольорами, також враховувалась тональність. Використовувалась колірна палітра СМУК в векторному графічному редакторі Adobe Illustrator.

Перша палітра містить три кольори- три тони: темно червоний (С-29, М-100, Y-88, К-16), жовтий (С-0, М-19, Y-71, К-0), світло-жовтий (С-2, М-0, Y-16, К-0).

Друга палітра налічує чотири кольори: темно-синій (С-100, М-87, Y-21, К-19), блакитний (С-55, М-19, Y-8, К-0), жовтий (С-0, М-19, Y-71, К-0), світло-жовтий (С-2, М-0, Y-16, К-0).

Не менш важливою складовою проектуючого об'єкта є шрифт. Існує безліч шрифтів зі своїми візуальними і функціональними особливостями. Оскільки, за

технічним завданням об'єктом проектування є учбовий стенд було прийняте рішення сконцентрувалася на шрифтах антиква. Ці варіанти шрифту із засічками більш вдало гармоніюють із загальною естетикою приміщення. В попередніх ескізах були використані шрифти «Aver», «Academia Libera», «Albertus medium». Всі обрані шрифти підтримують як латиницю так і кирилицю.

В затверженому (робочому) ескізі використовується шрифт «Albertus medium». Синьо-жовта палітра, яка налічує чотири кольори: темно-синій (С-100, М-87, Y-21, К-19), блакитний (С-55, М-19, Y-8, К-0), жовтий (С-0, М-19, Y-71, К-0), світло-жовтий (С-2, М-0, Y-16, К-0). Дизайн-форма розділена на три частини, зверху та знизу середнього планшета використовуються декоративні елементи в виді геометричного етнічного орнаменту (Додаток В.4).

## **2.2. Матеріали та технології практичного виготовлення комплексного проєкту та економічне обґрунтування**

Однією з найважливіших частин розробки інформаційного об'єкта в тематичну аудиторію є вибір матеріалу з якого буде виконаний стенд.

Розробка інформаційного об'єкта в навчальну аудиторію несе за собою необхідність якісних та стійких матеріалів, ідеальним варіантом для подібних проєктів став ПВХ-пластик. Це лідер серед матеріалів у сфері виробництва конструкцій для реклами.

Основними характеристиками ПВХ-пластику є його легкість у використанні та ручній обробці матеріалу, гнучкість, що дає змогу більш зручно працювати та використовувати більш овальні форми проєктованого об'єкта. Матеріал має достатньо малу вагу, але незважаючи на це достатньо жорсткий та має широкі можливості обробки звичайними інструментами: кріплення шурупами, болтами та цвяхами, легке нанесення друку та акрилової фарби. Легко склеюється та має високу вогнестійкість, що є обов'язковою умовою при проектуванні об'єктів інтер'єрів, зокрема учбового приміщення. Нетоксичний,

добре поглинає повітря при практичній відсутності водопоглинання. Оскільки матеріал має низьку вагу полегшуються транспортні операції, об'єкт проектування легко встановлюється та транспортується.

Полівінілхлорид (ПВХ) - це пластмаса білого кольору, яка, внаслідок обробки, стає найбільш вдалим варіантом для роботи з елементами зовнішньої та внутрішньої реклами, зокрема роботи зі стендами. Для роботи використовувався пластик розмірами 3 м на 4 м та товщиною 4 мм. Для склеювання використовувався клей «Cosmofen» із серії «Cosmofen plus». Це серія однокомпонентних клеїв, призначених для швидкого склеювання виробів із твердого ПВХ пластику методом дифузійного зварювання.

Попередньо, робота з матеріалом проходила наступним чином: на початку роботи, розміряли висоту та ширину обраних та затверджених розмірів на матеріалі. Далі розкрійка та склеювання окремих деталей – створення так званого основного планшету (Додаток Г.1). Після чого об'єкт шліфувався та обтягувався самоклеючою плівкою Oracal.

Графічні елементи та шрифти за допомогою широкоформатного друку друкуємо на самоклеючу плівку Oracal. Але перед наклеюванням самоклеючої плівки потрібно знову очистити стенди від зайвого пилу і жиру, поверхня повинна бути чистою і гладкою.

Друк на пластику давно вже став досить популярним. За рахунок спеціальних технологій роботи з різними видами плівок, які використовуються у професійній поліграфії, друк на ПВХ широко застосовується як найбільш вдалий та економічно обґрунтований вибір для роботи дизайнера. Головне завдання будь-якого дизайн-проекта, зокрема – стенда - подати вражаючу, яскраву, чітку картинку з якісною передачею кольору, щоб привернути увагу споглядача.

Останнім етапом технічної роботи є встановлення нашої об'ємної конструкції в оформлений інтер'єр.

Важливим етапом роботи є економічне обґрунтування проєкту. Була досліджена цінова політика трьох магазинів, зокрема інтернет-магазин «Polymers» та місцеві магазини «Рекламіст» та «Plastics».

В інтернет-магазині ціна склала 1064 гривень за лист пвх-пластику розмірами 3 на 4 метри та товщиною 4 мм, клей «Cosmofen» - 115 гривень, доставка Новою Поштою складала 180 гривень, в сумі 1359 гривень.

Магазин «Рекламіст» пропонував пвх-пластик, клей тієї же торгової марки без доставки загальною сумою 1800 гривень, це найвища ціна із всіх досліджених торгових точок.

Сума товарів в магазині «Plastics» склала 1370 гривень враховуючи знижку, з яких 1220 пвх-пластик, клей «Cosmofen» - 100 гривень та сума доставки склала 60 гривень. Враховуючи більш зручну та швидку доставку була обрана саме ця торгова точка.

Щодо кольорової плівки Oracal, були досліджені дві торгові точки, а саме інтернет-магазин «Плівка-маркет» та місцевий «Рекламіст», оскільки цінова політика, враховуючи послуги та терміни доставки, виявилась однаковою. Було прийняте рішення закуповувати матеріал в «Рекламіст». Для роботи використовувались чотири кольори (021)-жовтий, (050)-темно-синій, (084)-синій, (010) –білий. Загальна вартість становила 1500 гривень.

### **Висновки до другого розділу**

В другому розділі була висвітлена практична частина кваліфікаційної роботи, а саме практична реалізація проєкту тематичної аудиторії, постановили проєктне завдання та розкрили етапи його реалізації, були описані матеріали, технологія роботи та економічне обґрунтування проєкту. Зважаючи на це ми можемо зробити наступні висновки.

Проаналізувавши літературу, можна зробити висновок, що інформаційний об'єкт, як візитна картка закладу, повинен за розмірами та формою відповідати загальній естетиці оточуючого середовища, в нашому випадку учбового закладу, зокрема аудиторія методики викладання української мови №401. З точки зору технічного виконання, об'єкт повинен бути бездоганний і відповідати конкурентним стандартам. На першому плані стоїть завдання інформаційності та доступності, орієнтовані на студента, далі загальна естетика – лаконічність, приваблива форма для споглядання.

Під час розробки ескізу кваліфікаційного проекту, були виконані наступні завдання:

1. Функціональність – дизайн простий, доповнює функціональність об'єкту.

2. Позитивне сприйняття – загальна естетика виробу викликає у свідомості споглядача, тобто студента, тільки позитивні емоції і залишає позитивне враження.

3. Стильність і тенденційність — зовнішній вигляд готового об'єкту для досягнення популярності відповідає сучасним стандартам і передбачає концептуальні тренди майбутнього.

4. Ергономіка і безпека — під час виготовлення стенду для зручності користувача враховували ергономіку і вимоги безпеки, які пред'являються до подібних виробів.

Щодо об'єкту проектування, стенд розмірами 400 на 120 см, виконаний зі щільного пластику ПВХ та обтягнутий кольоровою плівкою Oracal. Виконаний з трьох модульних конструкцій, в синьо-жовтій палітрі, шрифтом «Albertus medium та з додаванням декоративних елементів, а саме логотипу кафедри філології та геометричної орнаментики.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Темою моєї кваліфікаційної роботи став «Комплексний проєкт тематичної аудиторії». В процесі роботи над розробкою було використано комплекс взаємопов'язаних методів дослідження – загальнонауковий (аналіз, синтез, узагальнення, порівняння та систематизація), метод теоретичного рівня (логічне дослідження зібраних фактів, вироблення понять, думок та висновків щодо художньо-графічного оформлення).

Набули навички для подальшої роботи в сфері дизайну виконавши наступні завдання: на основі аналізу джерел і літератури з теми дослідження виявили основні завдання інформаційних об'єктів учбового простору, дослідили основні аспекти проєктування елемента тематичної аудиторії №401, визначили значення дизайн-графічного оформлення в об'єктах комплексного проєкту тематичної аудиторії №401, проаналізували сучасні методи розміщення об'єктів.

В першому розділі були розглянуті теоретичні аспекти роботи над розробкою, а саме особливості функціонування композиційних принципів у графічному дизайні та дизайні інтер'єра та роль ритму, форми, кольору та орнаментики в сучасному дизайні. На основі проаналізованих джерел можемо зробити наступні висновки.

Для будь-якої роботи, пов'язаної, так чи інакше, з графічним дизайном, ключову роль відіграє правильне і гармонійне розташування елементів, будь то сайт компанії або розробка інформаційного стенду. Якщо частини проєкту, навіть як завгодно естетичні, не складаються в загальну картину, такі роботи не сприймаються користувачем в повній мірі, не передають ідеї автора – для цього і застосовуються загальні принципи композиції.

Графічний дизайн виконує комунікативну функцію трансляції художнього образу від автора до глядача. Художній образ творів графічного дизайну

відображає також ширші соціокультурні поняття, має змінні властивості композиції.

Загалом, темі композиції присвячені значимі праці О. Л. Голубевої, А. С. Котлярова, Р. В. Паранюшкіна, А. В. Степанова, В. Б. Устина, О. В. Чернишова, Є. В. Шорохова. З яких ми можемо зробити висновок що ,загалом, в графічному дизайні, як і в моєму кваліфікаційному проєкті, використовується фронтальна (площинна) композиція, тобто використовуються дві координати задля зручного розміщення інформації та загальна композиція завжди розбивається на змінні.

Не менш важливими елементами композиції є грамотне застосування ритму, форми, кольору та орнаментики. Саме від цих факторів багато в чому залежить створення естетичного та привабливого образу, утворюється синтез мистецтва та дизайну, який передає не тільки зовнішню привабливість, а й його ідейно-художню наповнюваність. При цьому поєднанні формуючі принципи різних видів мистецтва взаємодіють один з одним, допомагаючи його образам стати більш конкретними та виразними.

Недостатня вивченість особливостей композиції та елементів композиції в розробці інформаційного стенду призводить до втрати уваги споглядача, що є основним завданням графічного дизайну та дизайну в цілому.

Дизайнер є універсалом тому, що бачить загальну організацію форми в речах. Компонування, комбінаторика, перестановка деталей - головний метод дизайну. Його справа - визначення формальних властивостей промислово вироблених предметів, їх «приручення» з точки зору зручності користування, пропорційності людині (облік факторів економіки), досягнення раціонального і сучасного вигляду, відповідність обраної форми технології і матеріалами, орієнтація на певні культурні групи і типи споживачів. Предмет стає засобом комунікації для дизайнера; найістотніше це для графічного дизайну.

В другому розділі були розкриті основні практичні аспекти в розробці інформаційного стенду в тематичну аудиторію №401.



Спираючись на отримані теоретичні знання в області розробки інформаційного стенду була почата робота над розробкою, яка стала підсумком проаналізованих авторських джерел.

Попередньо зроблені заміри тематичної аудиторії та проведена уточнююча бесіда з замовником щодо форми, загального колориту та текстової частини стенду. Кожен етап роботи над авторським проєктним задумом був чітко навантажений, в якому дотримувались чітко сформульовані плани та виконувались конкретні покрокові дії.

Умовно, стенд був поділений на три зони: «методичні орієнтири», «вчителю Нової Української Школи», «на допомогу студенту». Ескізна частина проєкту виконана в двох палітрах синьо-жовтій та жовто-червоній, для декорування використовувались геометричні елементи та орнаментика. Використовувалась колірна палітра СМУК в векторному графічному редакторі Adobe Illustrator. Найбільш вдалі варіанти ескізу які були розміщені в інтер'єрі за допомогою растрового графічного редактора «Adobe Photoshop».

Затверджений (робочий ескіз) включає в себе синьо-жовту палітру, яка налічує чотири кольори: темно-синій (С-100, М-87, Y-21, К-19), блакитний (С-55, М-19, Y-8, К-0), жовтий (С-0, М-19, Y-71, К-0), світло-жовтий (С-2, М-0, Y-16, К-0). Шрифт антиква «Albertus medium», геометричні елементи в виді трикутників та геометричні етно-елементи – орнаменти на центральному планшеті.

Перед практичною реалізацією задуму була проведена робота над економічним обґрунтуванням проєкту. Була досліджена цінова політика трьох магазинів, зокрема інтернет-магазин «Polymers» та місцеві магазини «Рекламіст» та «Plastics». Найбільш економічно-обґрунтованим варіантом став магазин «Plastics».

На основі визначеної методики роботи над комплексним дизайн-проектом був виготовлений в матеріалі інформаційний стенд в тематичну аудиторію №401.

Тому зважаючи на все означене вище, можна зробити висновок, що в ході роботи дизайн-проекту виготовлення інформаційного стенду в тематичну аудиторію №401, ряд завдань виконано, мета дизайн-проекту на тему: «Комплексний проєкт тематичної аудиторії» була досягнута. Як підсумок отримані практичні результати.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Айрапетов Ш.А. О принципах архитектурной композиции И.В. Жолтовского. Москва : Эдиториал УРСС, 2004. 96 с.
2. Брянский И.Н., Дмуховский В.В. Научные исследования и разработки 2016. IX Международная научно-практическая конференция. Москва : «Олимп», 2016. 176 с.
3. Брянский И.Н. Развитие и влияние мультимедиа технологий и оборудования на образование. Нижневартовск : «Нижневартовский государственный университет», 2015. 476 с.
4. Глазычев В.Л. Архитектура. Энциклопедия. Москва : АСТ. Астрель, 2002. 668 с.
5. Голубева О.Л. Основы композиции. Москва : Изобразительное искусство, 2001. 120 с.
6. Гильдебранд А. Проблема формы в изобразительном искусстве. Москва : Изд-во МПИ, 1991. 137 с.
7. Жердев Е. В., Чепурова О. Б., Шлеюк С. Г., Мазурина Т. А. Формальная композиция. Творческий практикум по основам дизайна : учеб. пособие. Оренбург : Университет, 2014. 255 с.
8. Кандинский В.В. К вопросу о форме. Избранные труды по теории искусства. Москва : Гилея, 2001. Т.1. 390 с.
9. Кандинский В.В. О духовном о искусстве. Москва : Архимед, 1992. 108 с.
10. Костенко Т. В. Основи композиції та тримірного формоутворення: навчальнометодичний посібник. Харків : ХДАДМ, 2003. 256 с.

11. Лаврентьев А.Н. История дизайна. Учебное пособие. Москва : Гардарики, 2008. 320 с.
12. Люшер М. Магия цвета. / за ред. Мальбрук С.В. Москва : Сфера, 1996. 432 с.
13. Основы дизайнерского проектирования. Композиция, ее основные виды и категории. URL: <http://www.dizayne.ru/txt/3sozd0106.shtml> (дата звернення 10.04.2021)
14. Розенсон И.А. Основы теории дизайна: учебник для вузов, С.-Петербург : Питер, 2013. 256 с.
15. Семчук Л. Я. Основы композиції: навчально-методичні рекомендації до проведення теоретичних занять з курсу для студентів наряду підготовки 6.020200 – «Дизайн», ОКР «Бакалавр» у I семестрі. ІваноФранківськ, 2011. Ч. 1. 40 с.
16. Сурина М. О. Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре. Москва : Феникс, 2010. 152 с.
17. Флоренский П.А. Анализ пространственности и времени в художественно-изобразительных произведениях. Москва : Мысль, 2000. 446 с.
18. Черников Я. Г. Орнамент. Композиционно-классические построения. Москва : Сварог и К, 2007. 200 с.
19. Чернышев О.В. Формальная композиция. Минск : Харвест, 1999. 85 с.
20. Шорохов Е. В. Основы композиции. Москва : Просвещение, 1979. 303 с.
21. Шубников А.В. Симметрия (законы симметрии и их применение в науке, технике и прикладном искусстве). Москва : Ижевск, 2004. 117 с.
22. David Lawyer, Stephen Pentak. Design basics, seventh edition. Canada : 2007. 322 p.

## ДОДАТКИ

### Додаток А.



Додаток А.1. Композиція в інтер'єрі



Додаток А.2. Композиція в навчальному інтер'єрі





## Додаток Б.



Додаток Б.1. Форма в інтер'єрі



Додаток Б.1. Форма в інтер'єрі



Додаток Б.1. Форма в інтер'єрі



Додаток Б.2. Колір в інтер'єрі





Додаток Б.2. Колір в інтер'єрі



Додаток Б.3. Шрифт в інтер'єрі

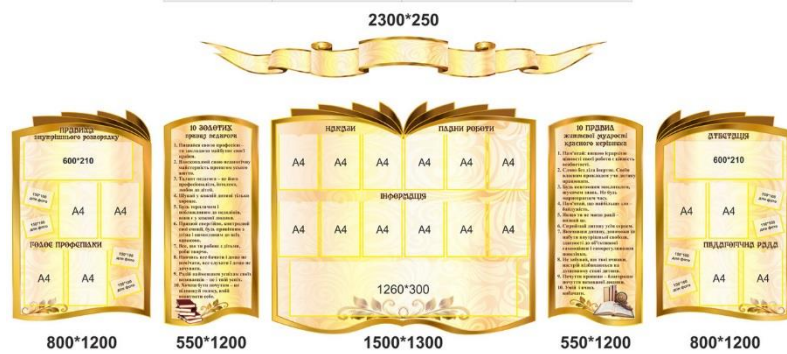
Додаток В



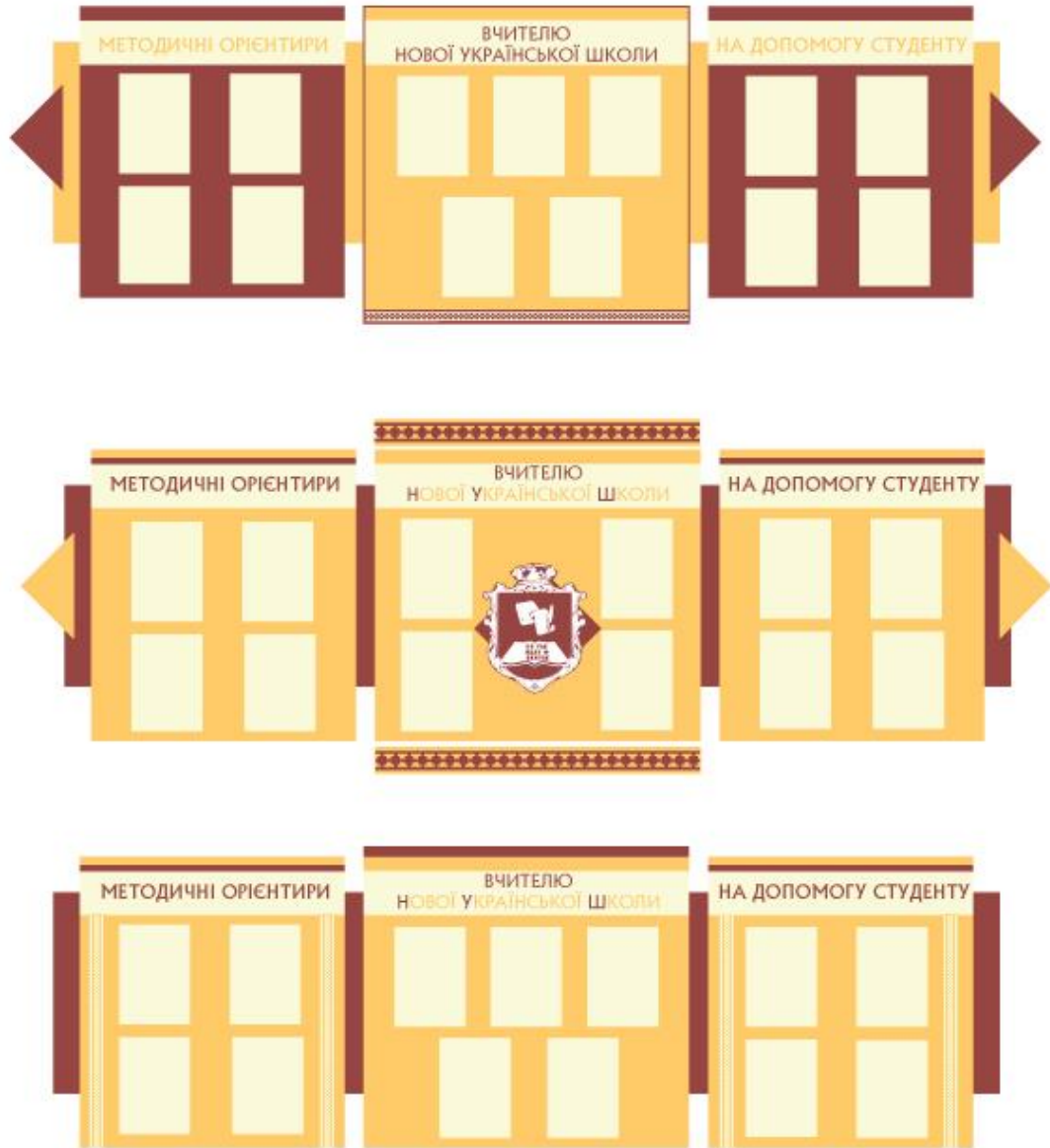
Додаток В.1. Референси






Додаток В.1. Референс



Додаток В.1 Референс



Albertus Medium  
 АБВГД абвгд  
 123456  
 !»№;:%:~\* ()

		
C- 29	C- 0	C- 2
M- 100	M- 19	M- 0
Y- 88	Y- 71	Y- 16
K- 16	K- 0	K- 0

Додаток В.2 Ескізи кваліфікаційного проєкту



Albertus Medium  
 АБВГД абвгд  
 123456  
 !»№;,%:~\* ( )

C- 29	C- 100	C- 55	C- 0	C- 2
M- 100	M- 87	M- 19	M- 19	M- 0
Y- 88	Y- 21	Y- 8	Y- 71	Y- 16
K- 16	K- 19	K- 0	K- 0	K- 0

Додаток В.2 Ескізи кваліфікаційного проєкту



Додаток В.2 Ескізи кваліфікаційного проєкту





Додаток В.3. Візуалізація в інтер'єрі



Додаток В.3 Візуалізація в інтер'єрі



Додаток В.4. Затверджений робочий ескіз

## Додаток Г



Додаток Г.1. Процес створення проєктного задуму



Додаток Г.1. Процес створення проєктного задуму