

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.

Реєстраційний № _____

« ____ » _____ 20 ____ р.

« ____ » _____ 20 ____ р.

РОЗРОБКА ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ
КАБІНЕТІВ ГОЛОВНОГО КОРПУСУ

Кваліфікаційний проєкт студентки

групи Д-18
(шифр групи)

ступінь вищої освіти бакалавр
(бакалавр, спеціаліст, магістр)

спеціальності 022 Дизайн
(шифр і назва спеціальності)

Дробишевої Карини Сергіївни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник старший викладач _____

Школяр Андрій Вікторович
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали)

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS _____ Кількість балів _____

Голова ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Дробишева Карина Сергіївна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.



ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТУВАННЯ КАБІНЕТІВ НАВЧАЛЬНИХ УСТАНОВ.....	6
1.1 Загальні принципи та вимоги до проєктування та оформлення кабінетів.....	6
1.2 Аналіз типології композиційно-просторової організації оформлення кабінетів.....	9
1.3 Завдання поліграфічні продукції для графічного оформлення кабінетів.....	13
Висновки до розділу 1.....	15
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТУВАННЯ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ КАБІНЕТІВ ГОЛОВНОГО КОРПУСУ КДПУ.....	17
2.1 Композиційні особливості розробки дизайн-проєкту графічного оформлення кабінетів головного корпусу.....	17
2.2 Обґрунтування кольорового рішення дизайн-проєкту графічного оформлення кабінетів головного корпусу.....	21
2.3 Особливості проєктування плакатів для кабінетів головного корпусу.....	25
Висновки до розділу 2	28
ВИСНОВКИ	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	33
ДОДАТКИ	36
Додаток А	36
Додаток Б	37
Додаток В	38
Додаток Г	39
Додаток Д	40

ВСТУП

Актуальність теми. Практична значимість дослідження методів проектування графічного оформлення приміщень загального користування полягає в практичному застосуванні основ теорії та методики проектування сучасних приміщень суспільного користування. Впровадження сучасного підходу до графічного оформлення та дизайну поліграфічної оформлювальної продукції позитивно вплине на естетичну та виховальну функцію таких приміщень у вищих навчальних закладах.

Проектна діяльність в царині оформлення громадських приміщень в останні роки стрімко розвивається. Однак питання художнього оформлення середовища приміщень у вищих навчальних закладах в Україні досліджено опосередковано, зокрема, здебільшого не розглядається як необхідна складова розробки інтер'єру, хоча психологами вже доведена пряма закономірність впливу середовища на психологічний стан людини.

Художнє оформлення предметного середовища спрямоване на збагачення інтер'єру приміщень з метою забезпечення зручності і естетичної взаємодії середовища з людьми відповідно до вимог споживачів.

За визначенням науковців (О. Левосюк) поняття «громадський інтер'єр» відрізняється надзвичайною ємністю, оскільки включає в себе широкий діапазон об'єктів дизайну: від інтер'єрів державних установ до інтер'єрів комерційної нерухомості.

Особливе завдання створення високохудожнього унікального засобу впливу на споживача стоїть перед дизайнером при оформленні інтер'єру суспільних інституцій. Такі заклади розраховані на одночасне перебування великої кількості людей, зазвичай мають загальне планування, що відкриває широкі можливості для проектування.

Мета дослідження полягає в узагальненні теоретичних засад та практичній розробці дизайн-проекту оформлення кабінетів головного корпусу

із використанням графічної продукції в оформленні кабінетів ВНЗ.

Відповідно до мети виокремлено такі **завдання дослідження**:

1. Дослідити принципи та вимоги до проєктування та оформлення кабінетів.
2. Проаналізувати типологію композиційно-просторової організації оформлення кабінетів.
3. Виокремити завдання поліграфічної продукції для графічного оформлення кабінетів
4. Розробити дизайн-проєкт графічного оформлення кабінетів головного корпусу КДПУ.

Об'єкт дослідження: дизайн-проєктування приміщень громадського користування.

Предмет дослідження: методичні засади та практичні умови дизайн-проєктування графічного оформлення кабінетів головного корпусу ВНЗ.

Задля реалізації мети та розв'язання поставлених завдань застосовувалися такі **методи дослідження**: метод порівняння, метод асоціацій, методи дизайнерського проєктування, виділення візуальних невідповідностей, метод пошуку варіантів вдосконалення дизайнерського рішення за рахунок пошуку і усунення візуальних протиріч між елементами графічного оформлення та принципами їх компоновання.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення кваліфікаційного проєкту полягає у можливості використання продукту практичної розробки в навчальному процесі студентів спеціальності 022 Дизайн.

Структура кваліфікаційного проєкту складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури (29) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 41 сторінок, з яких основного тексту – 31 сторінка.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТУВАННЯ КАБІNETІВ НАВЧАЛЬНИХ УСТАНОВ

1.1. Загальні принципи та вимоги до проєктування та оформлення кабінетів

Задля розробки успішного дизайн-проєкту графічного оформлення кабінетів головного корпусу КДПУ проаналізовано вимоги до проєктування приміщень загального користування.

Виокремлено провідні принципи проєктування та оформлення навчальних приміщень: принцип доцільності, функціональності, естетичності приміщення, відповідності технічним, експлуатаційним, економічним та екологічним вимогам. Зупинимося на аналізі визначених принципів докладніше.

Принцип доцільності стосується приміщень у цілому, їхніх структурних частин і окремих елементів, композиційних, об'ємно-планувальних і конструктивних рішень тощо. Під час архітектурно-будівельного проєктування керуються нормами і правилами, у яких зосереджені історичний досвід, сучасні науково-технічні досягнення і настанови технічної політики, що забезпечують раціональні, безпечні й економічні рішення. Доцільність у проєктуванні приміщень є загальним принципом, якому підпорядковуються інші принципи [8].

Принцип функціональності передбачає відповідність приміщень процесам, що протікають у них, тобто відповідність призначенню. Приміщення повинне забезпечувати відвідувачів комфортними умовами для здійснення дій, для яких призначене конкретне приміщення. До цих умов відносяться габарити приміщень, їхній склад, взаємне розташування і зв'язок, температура і вологість, природне та штучне освітлення, акустика, захист від шуму, інженерно-технічне, санітарно-технічне устаткування тощо [3].

Функціональність приміщення, таким чином, у першу чергу, уособлює технічні вимоги до приміщення.

Технічні вимоги включають, зокрема, інженерні: забезпечення розрахункової міцності, жорсткості і стійкості будівель, здатність безвідмовно виконувати інженерні та інші функції протягом заданого терміну їхньої служби. Одними з найважливіших технічних вимог є протипожежні, які являють собою норми, що регламентують об'ємно-планувальні і конструктивні рішення будівель у відношенні пожежної безпеки [6, с. 68].

Експлуатаційні вимоги стосуються будівель під час їх використання і обслуговування. Тому вони тісно пов'язані з іншими принципами та вимогами до проєктування приміщень. Ці вимоги визначаються складом, розмірами і взаємним розташуванням приміщень, їх внутрішнім оздобленням, інженерно-технічним устаткуванням і санітарно-технічним обладнанням, зручністю монтажу і демонтажу функціонального чи технологічного обладнання тощо [3, с. 37].

Економічні вимоги стосуються комплексу показників і характеризують будівлі по кошторисній вартості, трудовитратам, матеріаломісткості, термінам будівництва та ін. Проведенням техніко-економічного обґрунтування прийнятих рішень і порівнянням їх з аналогічними проєктами забезпечують вибір оптимального варіанта за певними критеріями. Це сприяє ефективності капітальних вкладень, зниженню кошторисної вартості, скороченню термінів будівництва, економії матеріалів [19]. Економічні вимоги до проєктування приміщень нерідко є вирішальними при затвердженні дизайн-проєкта приміщення.

Екологічні вимоги є важливими при проєктуванні приміщень. Сучасне проєктування та будівництво неможливе без проведення екологічної експертизи на предмет впливу на навколишнє середовище, людей. Екологічні

вимоги контролюють використання небезпечних матеріалів та розміщення приміщення у зоні дії небезпечних умов для життя і функціонування людини [3, с. 23].

Варто зауважити, що на відміну від екологічних вимог, що націлені на забезпечення фізичного здоров'я людини, естетичні вимоги до проектування та оформлення приміщення стосуються емоційної сфери, яка є не менш важливим фактором при проектуванні приміщення. Естетичний комфорт визначає позитивний емоційний настрій людини.

Зокрема, це забезпечується завдяки засобам і прийомам, за допомогою яких досягається об'єднання всіх елементів архітектури та інтер'єру у єдине для сприйняття ціле [12]. Естетичний комфорт інтер'єру залежить, у першу чергу, від гармонійності предметно-просторового оточення, від того, наскільки досягнута цілісність і погодженість його елементів.

Естетична організація середовища, або досягнення краси інтер'єру, включає безліч різноманітних завдань. Головні з них – це композиція простору, колірне вирішення та обробка поверхонь, дизайнерська форма облаштування, вирішення декоративних деталей, освітлення тощо [20, с. 36].

Основні вимоги до оформлення кабінетів навчальних приміщень є різноманітними, при цьому необхідно зауважити, що усі вони знаходяться у тісному взаємозв'язку. Зміна одного з них спричиняє зміну інших. Тому під час архітектурно-будівельного проектування їх розглядають комплексно, з врахуванням усіх можливих складових. Перелічені вимоги стосуються будь-яких приміщень. Однак було б недоцільно пред'являти однакові вимоги до приміщень різного призначення, ігноруючи їх функціонально-технологічне направлення та національно-господарську значимість. Методологією проектування передбачається поділ будівель, за певними ознаками згідно з їх класифікацією [5, с. 39]. Відтак, у роботі далі розглядається проектування саме

приміщень суспільного використання, зокрема, навчальних приміщень ВНЗ.

1.2 Аналіз типології композиційно-просторової організації оформлення кабінетів

Композиційна організація інтер'єру означає таку побудову інтер'єру приміщення або його функціональних зон, при якому окремі елементи сприймаються в певній системі. Майстерність композиції полягає в умінні організувати окремі розрізнені предмети в єдине ціле. Така єдність при сприйнятті інтер'єру досягається продуманим розташуванням предметів з урахуванням їх форми, розмірів, кольору і фактури поверхні тощо [28, с. 74].

При організації просторових композицій в інтер'єрі слід пам'ятати про композиційні пропорції – співвідношення окремих розмірів архітектурних елементів, меблів, предметів оформлення та джерел світла. Можна говорити про пропорції приміщення в плані, акцентуючи увагу на співвідношення довжини до ширини. Горизонтальні форми, висота яких значно менше довжини і ширини, сприймаються як стійкі, статичні. Вертикальні – підкреслюють висоту приміщень. Пропорційне співвідношення вертикальних і горизонтальних елементів у приміщенні визначають гармонійність простору, характер рішення інтер'єру. Пропорції перебувають у нерозривному зв'язку з такими поняттями, як масштаб і масштабність [19].

Важливим засобом побудови композицій інтер'єру є масштабність. Задля того, щоб приміщення сприймалося просторіше, його можна доповнити значною кількістю дрібних деталей, які забезпечать враження великого приміщення. І навпаки, велику кімнату можна обладнати меблями з простими лаконічними формами, великими деталями, в обробці стін використовувати великі малюнки (таким чином, створений інтер'єр додасть кімнаті затишок, а приміщення буде здаватися значно менше натуральних розмірів) [19]. В

оформленні кабінетів ВНЗ, враховуючи їх великі розміри, актуальним є метод візуального зменшення простору приміщення.

Найважливішим фактором формування та сприйняття інтер'єру є колір. Разом із функціональним призначенням інтер'єру він має фізіологічний, психологічний і естетичний вплив на відвідувача.

На принципах кольоросприйняття в просторовій композиції приміщення великого значення набуває робота дизайнера, адже кольорове рішення відіграє важливу роль в композиційному ансамблі приміщення [9].

У громадських закладах кольорову палітру можна вирішувати за допомогою як контрастних співвідношень, так і нюансів кольорів. У разі співвідношення декількох кольорів в інтер'єрі повинен переважати якийсь один колір. На вибір кольору впливає також об'єм приміщень: у великих приміщеннях кольори можуть бути більш насиченими. Домінуючий колір в оздобленні приміщень зазвичай сприймається малонасиченим, а кольори окремих деталей повинні бути до нього контрастними. Одноколірність у рішенні інтер'єрів призводить до монотонності, а невмотивоване використання великої кількості кольорів створює враження хаосу [5, с. 5].

Відтак, просторова композиція інтер'єру впливає на колірне рішення, декоративне убрання, освітлення і озеленення, а також графічне оформлення. Саме тому доцільно здійснити аналіз основних видів просторових композицій.

Дослідження цього питання дало змогу виокремити три основні види просторових композицій: глибинно-просторову, об'ємно-просторову та фронтальну композиції. Проте варто зазначити, що на практиці усі три види композиції поєднуються в єдиному композиційно-просторовому вирішенні дизайну інтер'єру.

Оскільки завданнями дослідження визначено дизайн-проекування оформлення кабінетів головного корпусу графічними засобами, то зупинимося детально на аналізі фронтальної композиції в інтер'єрі.

Фронтальні композиції в інтер'єрі – композиції, які створюються в одній

площинні. До цього виду відносяться живописні полотна, вітражі, гобелени, графічні зображення, світлини, плакати, монументальний живопис тощо. У площинній композиції глибина простору може бути передана перспективними скороченнями, світлотехнічними рішеннями, кольоровими плямами, але весь твір розглядається з одного боку, фронтально [13, с. 47]. Сукупність всіх елементів фронтальної композиції може утворювати гладку поверхню або створити рельєф (випукле зображення на площині).

При побудові фронтальної композиції слід враховувати ряд важливих умов, зокрема, конфігурація форм. Вона виражається в зіставленні різних за геометричним видом і розташуванням елементів. Чим чіткіше це зіставлення, тим характер фронтальної композиції є виразнішим [5, с. 17].

З багатьох прикладів застосування фронтальної композиції в художньому оформленні закладів освіти слід виділити найуживаніші – це монументальний живопис та поліграфічна продукція (плакати, стенди тощо).

Відповідно до змісту і образного ладу твори монументального живопису розрізняють як такі, що володіють якостями монументальності і монументально-декоративні розписи, що лише декорують поверхню стін, перекриттів, фасадів та «розчиняються» в архітектурі. Залежно від своєї функції твори монументального живопису вирішуються в об'ємно-просторовому або поверхнево-декоративному контексті. Монументальний живопис набуває цілісність і завершеність лише у взаємодії з усіма складовими архітектурного ансамблю [8, с. 14].

Значення монументального живопису в інтер'єрі, в контексті просторової композиції споруди в цілому зводиться або до абстрактно-декоративного, коли тема твору не має відношення до стилістики, або до призначення простору, в якому знаходиться композиція, або, навпаки, до акцентування на образно-тематичному змісті інтер'єру.

Зупинимось більш детально на такому виді фронтальної композиції в художньому оформленні закладів освіти як плакат.

Плакат, як різновид графіки, це помітне, як правило, великоформатне зображення, що супроводжує коротким текстом, зроблене в агітаційних, рекламних, інформаційних або навчальних цілях. У сучасному дизайні плакат сприймається як «зведене в чітку візуальну формулу повідомлення, призначене сучасникові для висновків і конкретних дій» [10, с. 15]. Дана формула відображає певний рівень графічного дизайну та інформує про предмет комунікації.

До особливостей дизайн-проектування плакатів відносять наступне: плакат має бути видно на відстані, бути зрозумілим і добре сприйматися глядачем. У плакаті часто використовується художня метафора, різномасштабні фігури, зображення подій, що відбуваються в різний час і в різних місцях, контурне позначення предметів. Для тексту важливим є шрифт, розташування, колір. У плакатах використовується також фотографія в поєднанні з малюнком або з живописом [27, с. 33].

Отже, що плакат доповнює художній ансамбль інтер'єру приміщення і несе художнє, виховне та інформаційне навантаження. Сучасний плакат – це найчастіше поліграфічне виконання художнього оригіналу [11]. Основними вимогами до плакату є: можливість якісного сприйняття інформації та зображення з великої відстані, виокремлюватися серед інших засобів візуальної інформації, гармоніювати зі стилем інтер'єру та кольоровою гамою.

1.3 Завдання поліграфічної продукції для графічного оформлення кабінетів

Художнє оформлення покликане підкреслити індивідуальність і стиль приміщення. Виконуючи графічний дизайн, дизайнер прагне до гармонії внутрішнього простору, наслідуючи принципи краси і зручності. Оформлюючи приміщення, потрібно керуватися найголовнішим правилом – дизайн повинен бути виконаний в єдиному стилі. Змішання елементів різних стилів звичайно ж може бути присутнім, але тільки, якщо воно спрямоване на створення єдиного стилю [4, с. 42]. Ґрунтуючись на своїх уявленнях, можна зробити все можливе для того, щоб побачити запропоноване приміщення на кінцевому етапі оформлення.

Роль першого враження від кабінету має велике значення. По-перше, це показник професійного рівня закладу. По-друге, відображення внутрішньої культури колективу і показник його професіоналізму. Тому вкрай важливим є створення привабливого естетичного вигляду і позитивної атмосфери.

Правильна організація простору забезпечує комфортне перебування студентів та співробітників. Залежно від додаткового призначення кабінету (що може слугувати не лише місцем навчання, а й місцем зборів), проєктується дизайн, що передбачає використання візуальної комунікації, що дає уявлення про напрямки роботи закладу, суспільне життя колективу, організаційну та творчу роботу, національну історію та інші важливі аспекти [9].

Засоби візуальної комунікації – це матеріальні об'єкти, призначені для передачі повідомлень у наочному вигляді. Засоби візуальної комунікації покликані сприяти підвищенню візуального комфорту в архітектурному середовищі, упорядкуванню та оптимізації людських потоків, зниженню перевантаження нервово-психічного та психологічного клімату

Засоби візуальної комунікації, зокрема плакати, забезпечують додатковий естетичний вплив комунікації, відтворюють найбільш суттєву та важливу інформацію у кабінетах, де у ній виникає необхідність [10].

Найбільш поширеною та уживаною поліграфічною продукцією для оформлення кабінетів, поряд зі стендами, є плакати (Додаток А). Плакати застосовуються для оформлення інтер'єрів та екстер'єрів громадських установ, а також для участі у виставкових заходах. Треба зауважити, що вони передають різну інформацію, а отже виступають засобом комунікації.

Плакати є одним з найбільш популярних засобів візуальної комунікації. У сучасному житті плакат є не лише універсальним носієм певної інформації. Використання інформаційних плакатів дозволяє оперативно розміщувати інформацію там, де вона буде найбільш актуальною, доступною та зручною для засвоєння. Окрім того, плакати забезпечують естетичний вигляд зображуваної інформації і сприяють гармонізації елементів оточуючого середовища. Таким чином, інформаційний плакат є важливим інструментом соціально-культурного розвитку сучасного суспільства [14, с. 117].

Сучасні плакати дають змогу розміщувати інформацію якісно, швидко, за потребою змінювати її та оптимально розміщувати інформаційну конструкцію в експозиційному середовищі. У проєктуванні сучасних інформаційних конструкцій перш за все враховується призначення, яке в свою чергу впливає на художньо-композиційне рішення, вибір матеріалів для виготовлення та інше. Графічні плакати, призначені для інформаційного забезпечення кабінетів навчальних установ, суттєво відрізняються від плакатів для промислових експозицій за характером розміщуваної інформації [16, с. 77].

Завданням плакатів для кабінетів головного корпусу є зручне та ефективно розміщення інформації щодо діяльності університету. Такі плакати зазвичай розміщують в кабінетах з метою забезпечити надання інформації для студентів з максимальною ефективністю. Інформація, розміщена на таких плакатах має здебільшого рекламний та ознайомчий характер, адже головною метою застосування плакатів є інформування студентів про діяльність університету, мотивування до навчання, забезпечення позитивного настрою

для засвоєння нових знань.

Важливо звернути увагу на те, що студентський вік – це період завершення формування морально-етичної сфери, становлення і стабілізації характеру й, що конче важливо, прийняття статусу та відповідальності дорослої людини відповідно до своєї статі, підвищується інтерес до моральних проблем (мети, способу життя, обов'язку тощо) [2].

Саме тому графічні зображення плакатів повинні забезпечувати розвиток мотивації, всієї системи ціннісних орієнтацій студентів, інтенсивне формування спеціальних здібностей у зв'язку з професіоналізацією, інтелектуальних та творчих можливостей.

Висновки до розділу 1

Задля розробки дизайн-проєкту графічного оформлення кабінетів головного корпусу КДПУ проаналізовано та виокремлено вимоги до проєктування приміщень загального користування. Відповідно, виокремлено такі принципи проєктування та оформлення навчальних приміщень: принцип доцільності, функціональності, естетичності приміщення, відповідності технічним, експлуатаційним, економічним та екологічним вимогам.

З'ясовано, що найважливішим фактором формування та сприйняття інтер'єру є колір. У навчальних закладах кольорову палітру можна вирішувати за допомогою як контрастних співвідношень, так і нюансів кольорів. Домінуючий колір в оздобленні приміщень зазвичай сприймається малонасиченим, а кольори окремих деталей повинні бути до нього контрастними. Одноколірність у рішенні інтер'єрів призводить до монотонності, а невмотивоване використання великої кількості кольорів створює враження хаосу.

Оскільки завданнями дослідження визначено дизайн-проєктування оформлення кабінетів головного корпусу графічними засобами, то здійснено аналіз фронтальної композиції в інтер'єрі. З'ясовано, що при побудові

фронтальної композиції слід враховувати ряд важливих умов, зокрема, конфігурація форм. Вона виражається в зіставленні різних за геометричним видом і розташуванням елементів. Чим чіткіше це зіставлення, тим характер фронтальної композиції є виразнішим.

Плакат виокремлено як один з видів фронтальної композиції в художньому оформленні інтер'єрів закладів освіти. До особливостей дизайн-проекування плакатів віднесено наступне: плакат має бути видно на відстані, бути зрозумілим і добре сприйматися глядачем. У плакаті часто використовується художня метафора, різномасштабні фігури, зображення подій, що відбуваються в різний час і в різних місцях, контурне позначення предметів. Для тексту важливим є шрифт, розташування, колір. У плакатах використовується також фотографія в поєднанні з малюнком та шрифтом.

Варто зауважити, що плакат має доповнювати інтер'єр приміщення і забезпечувати художнє, виховне та інформаційне навантаження. Відтак, завданням плакатів для кабінетів головного корпусу є зручне та ефективне розміщення інформації щодо діяльності університету. Такі плакати зазвичай розміщують в кабінетах з метою забезпечити надання інформації для студентів з максимальною ефективністю. Окрім того, плакати забезпечують естетичний вигляд зображуваної інформації і сприяють гармонізації елементів оточуючого середовища. Таким чином, інформаційний плакат є важливим інструментом соціально-культурного розвитку сучасного суспільства.

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТУВАННЯ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ КАБІNETІВ ГОЛОВНОГО КОРПУСУ КДПУ

2.1 Композиційні особливості розробки дизайн-проєкту графічного оформлення кабінетів головного корпусу

На основі дослідження композиційних особливостей розробки дизайн-проєкту графічного оформлення кабінетів головного корпусу обґрунтовано композиційні особливості розробки плакатів.

Варто зауважити, що композиція дизайн-проєкту – це продумана побудова зображення, що передбачає знаходження співвідношення окремих його частин, що утворюють в кінцевому підсумку єдине ціле - завершене і закінчене за лінійною, світловою та тональною постановою зображення [18].

Композиція завжди вибудовується навколо головного об'єкта або дії. Всі другорядні, допоміжні елементи шикуються таким чином, щоб у цілому забезпечити сприйняття людиною всієї потрібної інформації за мінімальний час. Ніщо не повинно перебивати або відволікати увагу, бути зайвим, необов'язковим, ускладнювати засвоєння візуального матеріалу [22]. При розробці композиційного рішення були дотримані принципи збалансованості, цілісності та забезпечення спрямованості погляду глядача (Додаток Б).

Перше правило композиції відноситься до знання елементів і принципів дизайну [26, с. 37–41]. Основними елементами, які було використано для створення практичної роботи є:

- колір – плакати мають яскраво виокремлені відтінки та насиченість;
- яскравість – світлий, темний елемент, що особливо важливо для монохромних зображень;
- лінія (використано пряму, товсту, тонку, жирну лінії);
- форма;
- фігури (постаті людей);
- простір - відстань між об'єктами.

Основні принципи дизайну плакатів [27]:

- баланс – це те, як елементи зорганізує один з одним, утворюючи стійкість (симетрія, ассиметрія);
- акцент – коли один елемент композиції домінує над іншими,
- гармонія – підходяще поєднання компонентів,
- динаміка – розташування елементів таким чином, щоб створювалося відчуття руху , а також створення траєкторії для погляду,
- ритм – повтор елементів для створення ефекту руху ,
- пропорція – те, як різні частини співвідносяться з іншими,
- цілісність – об'єднання елементів в одне ціле,
- різноманітність – завдяки йому композиція виходить цікавою і не монотонною.

Збалансованість композиції є важливим аспектом дизайн-проекування. Виокремлено основні чинники, що впливають на сприйняття плакату – це маса, перспектива, спрямованість погляду та інтерес. При збалансованому (врівноваженому) компонуванні вони розподіляються гармонійно, приємно для людського погляду. Однак грамотно обійтися з ними не так просто, так як всі фактори в залежності від ситуації можуть мати різну зоруву «вагу» [25].

Наприклад: маса + перспектива = спрямованість + інтерес; маса + спрямованість = перспектива + інтерес; маса + інтерес = перспектива + спрямованість. Однак, якщо один із факторів особливо сильний, то за рівнем впливу він може виявитися рівним сумі трьох інших. Наприклад: маса = перспектива + спрямованість + інтерес; інтерес = маса + перспектива + спрямованість тощо [28].

Так, великий предмет може врівноважити зображення невиразної перспективи. Цікавий маленький об'єкт врівноважить велику невиразну масу тощо. В плакатах передано врівноважену композицію всіх об'єктів, задля зручності сприйняття зображення, легкого сприйняття, забезпечення зацікавленості простотою, проте, водночас, щоб зображення зосталось у

пам'яті глядачаа. Важливими є врівноваження маси різними елементами. Оскільки, чим більше елемент, тим більше враження він справляє. Різні кольори і пропорції забезпечують різний вплив. Так, наприклад, чорний колір виглядає «важчим» сірого. Вертикальний прямокутник здається більш «легким», ніж квадрат того ж розміру. Синій квадрат сприймається «важче» жовтого.

Можна сказати, що збалансованість досягається не тільки за допомогою законів симетрії і пропорційності (лінії, відрізки, точки), але і законів смислового сприйняття (цікаво, монотонно). Тобто важливими є як форма, тобто розташування зорових елементів, так і їх інформативний зміст [29]. В одночасному врахуванні цих двох, здавалося б, настільки протилежних один від одного, факторів, полягала одна з труднощів у роботі над збалансованістю композиції.

Друга складність зумовлена тим, що збалансованість композиції звичайного художнього твору, що розглядається як певний стандарт, істотно відрізняється від збалансованості, необхідній плакату [9]. Оскільки, в першому випадку, зокрема, фотографіях, центр ваги зображення знаходиться в нижній половині. Всі лінії, рухи спрямовані вниз. Там же розташовуються самі візуально важкі елементи.

Відтак, важливим є аналіз спрямованості погляду глядача. Кожен об'єкт, зображений на плакаті справляє на людину своє власне враження. Без упорядкування впливу окремих візуальних елементів сприйняття інформації буде носити хаотичний характер, викликати у глядача роздратування, в кінцевому результаті, безумовно, знизить загальний ефект впливу зображення [22].

Очевидно, що всю масу роздроблених зорових вражень необхідно організувати в єдине ціле. Погляд людини повинен постійно спрямовуватися до певного змістового центру в плакаті, в якому зображується головний предмет або основна дія. В якості основного фону виступає сукупність

допоміжних візуальних елементів, що допомагає людині краще зрозуміти зображений предмет або дію, надає додаткову інформацію, своєю смисловою залежністю «підштовхує» погляд до головного, тобто, до зорового центру, щоб передати стан даного плакату і сприйняття кожного кольору та елемента.

Таким чином, погляд глядача у процесі сприйняття інформації і вибудовування загальної цілісної зорової картини здійснює рух по фоні, «відштовхуючись» від головного об'єкта, а потім до нього ж повертаючись. У плакатах привертають увагу, за логічним вибудованим «маршрутом», відповідні збудники інтересу: одна візуальна деталь вказує на другу, друга – на третю і таким чином в уявленні глядача виникає думка розглядати плакат більший проміжок часу [4, с. 43].

Щоб процес сприйняття не переривався, погляд не повинен зупинятися на якомусь з елементів. Новим збудником цікавості слід захоплювати його далі по «маршруту», наприкінці якого знаходиться головний об'єкт або дія.

Забезпечити необхідний напрям руху людського погляду можна за допомогою смислових і механічних факторів. У першому випадку визначальним буде перехід від негативного до позитивного, від неприємного до приємного. У другому – від нечіткого до чіткого, від ближнього до дальнього, зліва направо та зверху донизу [27].

Таким чином, при розробці та пошуку композиційних особливостей віднайдено якомога найвигідніший із варіантів (Додаток В). В практичній роботі представлено плакати, які композиційно однакові між собою, доповнюють один одного і не один із плакатів не «випадає» із загального сприйняття в цілому. Усі плакати утворюють гармонійне сприйняття дизайн-проекту.

Таким чином, на якісне композиційне рішення впливають ряд чинників. Найбільш важливими серед них є найоптимальніше рішення композиції, кольору, розміри та інформативна частина, зокрема, шрифт.

2.2 Обґрунтування кольорового рішення дизайн-проекту графічного оформлення кабінетів головного корпусу

Колір має провідну роль у дизайн-проектуванні графічного оформлення, оскільки допомагає розкрити образну сторону зображення та якнайбільш швидко та ефективно для запам'ятовування донести до глядача зміст плаката. Властивості кольору такі, що він здійснює вплив, перш за все на емоційний стан людини, супроводжує її враження у свідомість.

Загальновідомо, що зорові відчуття поділяють на дві групи: ахроматичні, хроматичні. Відтак, першу групу складають відчуття ахроматичних тонів (гр. *achromatos* – безколірний). Хроматичні тони відрізняються власними та невластими ознаками (гр. *chromatismos* – забарвлення, колір). Власні ознаки хроматичних тонів можна виміряти або визначити: кольоровий тон, світло, насичення, яскравість (інтенсивність), чистота [14, с. 117].

Кольоровий тон – якість, визначаючи яку ми називаємо колір червоним, синім, тобто, порівнюємо з певними тонами спектру. Кольоровий тон поверхні визначається переважаючим відбиттям променів певної довжини світлової хвилі. Чистота – відсутність в тому чи іншому кольорі домішок інших кольорів або їх відтінків. Абсолютно чистими можуть бути тільки три основні кольори [7, с. 38].

Світлість кольору – безрозмірна величина, що використовується для кількісної оцінки різниці між зоровими враженнями, викликаними двома суміжними одноколірними поверхнями. Світлість характеризує ступінь відмінності кольорового тону від білого та чорного [11, с. 87].

Насиченість – це більша чи менша присутність кольору в певному тоні, ступінь відмінності кольорового тону від рівно світлого ахроматичного. Насиченість вимірюється числом порогів відмінності – найменших величин сили подразнювача (у даному випадку, стимулу – світла, що потрапило на сітківку ока), яка може бути зафіксована оком. Найбільш насичені – червоні,

помаранчеві, зелені, менш насичені – сині, жовті кольори. При додаванні білил насичення зменшується, при додаванні чорної послаблюється, але не так помітно. Якщо всі спектральні і пурпурові кольори, що розрізняються людським оком, розподілити ще за щаблями, їх світлість та насичення, то загальна кількість кольорів збільшиться [18, с. 67].

Варто зауважити, що інтенсивність – яскравість – активність визначається кількістю відбитої енергії від кольорової плями. Інтенсивність залежить від насичення та світлості кольорової плями. При однаковому насиченні кольорів більш інтенсивними будуть світлі тони, а при рівній світлості більш інтенсивними будуть більш насичені. Найінтенсивнішим є жовтий (кадмій жовтий світлий), найменш інтенсивним – чорний [27, с. 59].

Задля посилення впливу змісту зображення плаката на глядача було використано поєднання світлих та темних тонів.

За температурою кольори поділяються на теплі (жовтий, оранжевий, червоний) та холодні (синій, зелений, фіолетовий). За асоціацією з важкими об'єктами важкими кольорами будуть теплі, темні, менш насичені (малоколірні), коричневі, оливкові, чорні, темно-сірі. Легкими виглядають кольори холодні, світлі, слабонасичені, особливо сині, блакитні та світло-сірі [22]. Вагомість кольорових плям у більшості залежить від того, що вони зображують.

Відповідно, задля створення легкості зображення використовувалися холодні кольори, задля забезпечення легкості сприйняття змісту зображення плакатів.

Просторові властивості кольорів поділяють їх на виступаючі та відступаючі. Темні та теплі, насичені кольори будуть виступати, холодні та розбілені – відступати. Зелений колір займає ілюзорно проміжне місце: біля теплих він відступає, біля холодних – виступає. На світлому тлі виступатимуть темні об'єкти, на темному – світлі [25]. Просторові властивості кольорів

використовують для передачі плановості, повітряної перспективи у дизайні оформленні.

Відтак, для створення практичної роботи було обрано темні кольори, що виступають та активніше привертають увагу глядача до плакату, створюючи повітряну перспективу.

Властивість поверхні матеріалу, що залежить від характеру її обробки та світловідбиття і впливає на сприйняття кольору, називається фактурою (лат. *factura* - обробка, будова). Розрізняються три основні види фактур [25].

Матова поверхня – дрібнозерниста, шорохувата, розсіюючи світло у різних напрямках, однаково яскрава з усіх точок зору, а тому сприймається рівномірно освітленою, оскільки не відбиває дзеркально, але відбиває рефлексні кольорові промені інших поверхонь (цегла, штукатурка, ДСП, клеєва фарба, сукно тощо). Матові кольори однорідні та спокійні.

Блискуча поверхня зовсім гладка, відбиваючи світло в одному напрямку, тобто, з однієї точки зору, але темна з усіх інших. Віддзеркалює оточуючі предмети (облицювальне скло, дзеркала, поліровані поверхні). Чим більш насичена за кольоровим тоном поверхня, тим важче роздивитись фактуру. Колір, який сприймається у єднанні з фактурою предмету, називається поверхневим. Поверхневий – завжди колір ближнього плану, коли можна роздивитись фактуру. Найбільш виразні теплі мало- і середньо насичені кольори: червоний, помаранчевий, коричневий, жовтий.

Глянцева поверхня не відбиває оточуючих предметів, але має слабкі блики. Відповідно, з'ясовано, що серед існуючих поверхонь для створення плакатів доцільно використовувати саме глянцеву поверхню.

У повсякденному житті людина розглядає колір як властивість матеріалів (сніг – білий, трава – зелена), розрізняючи кольорову ознаку предмета при будь-якому освітленні, знаючи, що і під ліхтарем вночі сніг білий. Це візуальне явище називається константністю кольору. Так само

умовно ми кажемо про колір світлових потоків і вважаємо це властивістю світла [28, с. 104].

Варто зауважити, що спосіб зображення кольору предметів, просторового середовища враховує зміни локального кольору залежно від освітлення, відстані споглядання, кольорового оточення. Сніг, написаний художником-колористом, не буде білий. Його забарвлення визначатимуть золотистість сонячного світла, блакить небес, кольорові тіні, рефлекси (лат. *reflexus* – повернутий назад, відбитий) та бліки. Найважливіша вимога до зображення плакатів у середовищі – вміння правдиво передати локальний колір через його закономірні зміни [10, с. 98].

Задля створення кольорових композицій плакатів необхідно також визначити закономірності кольорових відношень. Композиція (лат. *compositio* – сполучення, зв'язування) – це побудова художнього твору, обумовлена його змістом, характером, призначенням, яка в основному визначає його сприйняття [11].

Кольорова композиція вимагає організації кольорових плям на площині, в просторі. Безсистемне нагромадження кольорів створює строкатість і погіршує змістове та психологічне сприйняття твору, середовища. Два крайніх варіанти основних типів розташування кольорових плям: за принципом субординації (підпорядкування) та за принципом рівнозначності [27, с. 101].

Порушення кольорового балансу може бути використано як засіб виразності композиції. Відчуття переваги одного кольору створює відповідний настрій, надає картині чи середовищу більшої експресивності. Такий принцип було застосовано при проектуванні плакатів для кабінетів головного корпусу.

Основою повноколірного сприйняття є вплив світла на характер кольору. Воно передбачає «одночасне бачення», пошук всіх кольорів, що оточують предмет. Повноколірне сприйняття враховує вплив деяких

перемінних величин: часу дня, сили і забарвлення світла, вдалої точки огляду. Роздивляйтесь зображення бажано з різних точок, щоб побачити не тільки локальний колір. Можна «сканувати» об'єкти розсіяним поглядом, не вдивляючись в якийсь конкретний колір – порівнювати відтінки між собою. Тільки тоді відчується «спалах» кольору, якого раніше не помічено, і об'єкт набуде чуттєвого забарвлення [14, с. 118].

Відтак, задля створення плакатів для головного корпусу КДПУ було враховано повне колірне сприйняття зображення, оскільки плакати споглядатимуться з різних ракурсів та мають забезпечувати однаковий вплив на глядача, не залежно від точки зору у просторі.

2.3 Особливості проєктування плакатів для кабінетів головного корпусу

Вивчаючи інформацію стосовно проєкту, з'ясовують або визначають самостійно всі вимоги до об'єкта проєктування. Вся зібрана інформація про майбутній об'єкт виробу аналізується з позицій зручності, технологічності, економічності та естетичності. Цей етап завершується складанням науково обґрунтованих вимог до виробу, відповідних проєктних характеристик. На основі виконаної роботи складають технічне завдання.

У процесі художньо-конструкторського пошуку створюються початкові творчі ідеї у вигляді ескізних і графічних форм. Графічна частина розробляється на основі технічного завдання й відповідних нормативних документів.

Ескізи виробів створюють, починаючи з принципової схеми і завершуючи графічною розробкою окремих деталей, а потім – виробу в цілому.

На цьому етапі ескізи можуть відображати ідею проєкту загалом, зображувати окремі вузли із опрацюванням окремих фрагментів деталей виробу, мати вигляд компоновальних схем.

Спочатку ескізи виконуються без дотримання масштабу, оскільки на цьому етапі перевіряються різні напрямки вибору форми і конструкції майбутнього виробу, після чого – уточнюються через креслення з дотриманням масштабу та вимог Єдиної системи конструкторської документації [23].

Відтак, перед початком роботи над проєктуванням плакатів для кабінетів головного корпусу було здійснено заміри стін кабінетів.

Відповідно, до проєктування дизайн-проєкту графічного оформлення кабінетів головного корпусу було висунуто наступні вимоги: виразність композиції матеріалу, гармонійність колірної рішення, єдність з інтер'єром.

Елегантне композиційне рішення яскраво виражає інформаційну спрямованість плакатів. Текстовий матеріал згруповано горизонтальними рядами. Правильно вибране колірне рішення. Основні кольори – синій, бежевий і сірий (Додаток Г). Колірне рішення плакатів гармоніює з колірною гамою інтер'єру кабінетів і створює збалансоване середовище. Для виготовлення плакатів використані сучасні матеріали і нові технології.

Отримана в процесі аналізу інформація, дозволила з'ясувати та виявити основні помилки оформлення кабінетів, виокремити основні критерії, які найбільш яскраво характеризують виразність стенду і приступити до розробки ескізів плакатів.

Таким чином, було розроблено кілька варіантів плакатів, різних за формою і колірним рішенням. Ескізи виконувалися як від руки, так і за допомогою комп'ютерних програм CorelDRAW, AdobePhotoshop (Додаток Д).

Композиційне рішення плакату: оскільки надмірна насиченість заважає сприйняттю змісту інформації, було прийнято рішення зробити плакат таким чином: назва плакату розташована по центру та композиційно підтримується зображенням, яке має головне смислове значення.

Зупинимося докладніше на колірному оформленні плакату.

Колір вважається одним з найактивніших універсальних образотворчих засобів, структурних елементів художнього оформлення. Відтак, колірне рішення плакату залежить не тільки від характеру його змісту, а й від колірної гами інтер'єру, в якому він розташований. Саме тому, плакати різних кабінетів мають різну колірну гаму.

Приймальня ректора університету передбачала акцентування уваги на холодній колірній гамі (використано синій, сірий та блакитний кольори плакату). Приймальня першого проректора університету, кабінет проректора з науково-педагогічної роботи та кабінет студентського клубу КДПУ мали більш теплі кольори інтер'єру, саме тому у дизайні плакату використано більш теплу колірну гаму (охра, жовтий, коричневий кольори різної насиченості за тоном).

Всі кольори знаходяться в певній взаємозалежності. Один і той же колір в оточенні різних кольорів виглядає по-різному. Колір використовується як універсальний засіб створення цілісної, художньо-згармонійованого середовища. Колористичне об'єднання здійснюється за рахунок введення одного активного колірною фону. Гармонізації середовища служить балансування кольору: яскраві кольори врівноважуються приглушеними, холодні – теплими, темні – світлими.

Не менш важливим у процесі проєктування плакату є шрифтове рішення. Відтак, для заголовка плакату було використано кілька варіантів шрифтів, один з них – шрифт із зарубками, який був згодом відхилений, тому що шрифтове рішення має підпорядковуватися загальним композиційному рішенню, а цей шрифт затримує на собі увагу і уповільнює сприйняття інформації. Тому був обраний чіткий і простий рублений шрифт. Даний шрифт забезпечує найбільш зручне сприйняття тексту.

Відтак, виконані з урахуванням науково-обґрунтованих принципів проєктування, а також законів композиції та кольорознавства, плакати забезпечуватимуть позитивний вплив на глядача.

Висновки до розділу 2

Задля створення композиції дизайн-проєкту було проаналізовано побудову зображення, що передбачає знаходження співвідношення окремих його частин, що утворюють єдине ціле - завершене і закінчене за лінійною, світловою та тональною постановою зображення.

Виокремлено основні принципи дизайну плакатів: баланс, акцент, гармонія, динаміка, ритм, пропорція, цілісність, різноманітність.

З'ясовано, що збалансованість композиції є важливим аспектом дизайн-проєктування. Виокремлено основні чинники, що впливають на сприйняття плакату – це маса, перспектива, спрямованість погляду та інтерес.

Важливим є також аналіз спрямованості погляду глядача. Оскільки кожен об'єкт, зображений на плакаті, справляє на глядача своє власне враження, то без упорядкування впливу окремих візуальних елементів сприйняття інформації буде носити хаотичний характер. Задля посилення впливу змісту зображення плаката на глядача було використано поєднання світлих та темних тонів.

З'ясовано, що просторові властивості кольорів використовують для передачі плановості, повітряної перспективи у дизайн-оформленні. Відтак, для створення практичної роботи було обрано темні кольори, що виступають та активніше привертають увагу глядача до плакату, створюючи повітряну перспективу.

Зважаючи на те, що колірне рішення плакату залежить не тільки від характеру його змісту, а й від колірної гами інтер'єру, в якому він розташований, плакати для різних кабінетів мають різну колірну гаму.

Приймальня ректора університету передбачала акцентування уваги на холодній колірній гамі (використано синій, сірий та блакитний кольори плакату). Приймальня першого проректора університету, кабінет проректора з науково-педагогічної роботи та кабінет студентського клубу КДПУ мали більш теплі кольори інтер'єру, саме тому у дизайні плакату використано більш

теплу колірну гаму (охра, жовтий, коричневий кольори різної насиченості за тоном).

Відтак, перед початком роботи над проєктуванням плакатів для кабінетів головного корпусу було здійснено заміри стін кабінетів. Отримана в процесі аналізу інформація, дозволила з'ясувати та виявити основні помилки оформлення кабінетів, виокремити основні критерії, які найбільш яскраво характеризують виразність плакату. Далі було розроблено кілька варіантів плакатів, різних за формою і колірним рішенням. Ескізи виконувалися як від руки, так і за допомогою комп'ютерних програм CorelDRAW, AdobePhotoshop.

Композиційне рішення плакату передбачало розміщення назви плакату по центру та композиційну підтримку зображенням, яке має головне смислове значення. Текстовий матеріал згруповано горизонтальними рядами. Обґрунтовано колірне рішення: основні кольори – синій, бежевий і сірий, які гармоніюють із колірною гамою інтер'єру кабінетів. Для виготовлення плакатів використані сучасні матеріали і нові технології.

ВИСНОВКИ

У роботі теоретично узагальнено та практично розв'язано проблему практичної розробки дизайн-проекту оформлення кабінетів головного корпусу із використанням графічної продукції в оформленні кабінетів ВНЗ.

1. Задля розробки дизайн-проекту графічного оформлення кабінетів головного корпусу КДПУ проаналізовано та виокремлено вимоги до проектування приміщень загального користування. Відповідно, виокремлено такі принципи проектування та оформлення навчальних приміщень: принцип доцільності, функціональності, естетичності приміщення, відповідності технічним, експлуатаційним, економічним та екологічним вимогам.

З'ясовано, що найважливішим фактором формування та сприйняття інтер'єру є колір. У навчальних закладах кольорову палітру можна вирішувати за допомогою як контрастних співвідношень, так і нюансів кольорів

2. Проаналізовано типологію композиційно-просторової організації оформлення кабінетів. З'ясовано, що композиційна організація інтер'єру означає таку побудову інтер'єру приміщення або його функціональних зон, при якому окремі елементи сприймаються як певній системі. Майстерність композиції полягає в умінні організувати окремі розрізнені предмети в єдине ціле. Така єдність при сприйнятті інтер'єру досягається продуманим розташуванням предметів з урахуванням їх форми, розмірів, кольору і фактури поверхні тощо.

Водночас, важливим фактором формування та сприйняття інтер'єру є колір. Разом із функціональним призначенням інтер'єру він фізіологічно, психологічно і естетично впливає на людину. У просторовій композиції приміщення великого значення набуває робота дизайнера, адже кольорове рішення відіграє важливу роль в композиційному ансамблі приміщення.

3. Виокремлено завдання поліграфічної продукції для графічного оформлення кабінетів. З'ясовано, що поліграфічна продукція, як засіб візуальної комунікації, сприяє підвищенню візуального комфорту в

архітектурному середовищі, упорядкуванню та оптимізації людських потоків, зниженню перевантаження нервово-психічного та психологічного клімату. Засоби візуальної комунікації, зокрема плакати, забезпечують додатковий естетичний вплив комунікації, відтворюють найбільш суттєву інформацію у кабінетах, де у ній виникає необхідність. Варто зауважити, що плакат доповнює художній ансамбль інтер'єру приміщення і несе художнє, виховне та інформаційне навантаження.

До особливостей дизайн-проекування плакатів можна віднести наступне: плакат має бути видно на відстані, бути зрозумілим і добре сприйматися глядачем. У плакаті часто використовується художня метафора, різномасштабні фігури, зображення подій, що відбуваються в різний час і в різних місцях, контурне позначення предметів. Для тексту важливим є шрифт, розташування, колір. У дизайні плакатів використовується також фотографія в поєднанні з малюнком або шрифтом.

4. Розроблено дизайн-проект графічного оформлення кабінетів головного корпусу КДПУ. Задля створення композиції дизайн-проекту було проаналізовано основні принципи дизайну плакатів: баланс, акцент, гармонія, динаміка, ритм, пропорція, цілісність, різноманітність.

З'ясовано, що просторові властивості кольорів використовують для передачі плановості, повітряної перспективи у дизайн-оформленні. Відтак, для створення практичної роботи було обрано темні кольори, що виступають та активніше привертають увагу глядача до плакату, створюючи повітряну перспективу. Задля посилення впливу змісту зображення плаката на глядача було використано поєднання світлих та темних тонів.

Зважаючи на те, що колірне рішення плакату залежить не тільки від характеру його змісту, а й від колірної гами інтер'єру, в якому він розташований, створено плакати для кабінетів що мають різну колірну гаму.

Обґрунтовано колірне рішення: основні кольори – синій, бежевий і сірий, які гармоніюють із колірною гамою інтер'єру кабінетів.

Композиційне рішення плакату передбачало розміщення назви плакату по центру та композиційну підтримку зображенням, яке має головне смислове значення. Текстовий матеріал згруповано горизонтальними рядами.

Для створення плакатів було використано такі комп'ютерні програми, як CorelDRAW, AdobePhotoshop, задля виготовлення плакатів використано сучасні матеріали та новітні технології друку.

Відтак, виконані з урахуванням науково-обґрунтованих принципів проєктування, а також законів композиції та кольорознавства, плакати забезпечуватимуть позитивний вплив на глядача. Отже, мету кваліфікаційного проєкту досягнуто, завдання із розробки дизайн-проєкту графічного оформлення кабінетів головного корпусу виконано.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Авраменко Д. Об'ємно-конструктивний компонент образу зовнішньої реклами. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура*. Харків, 2014. № 1. С. 4–7.
2. Артюшина М. В. Психологія діяльності та навчальний менеджмент : навч. посіб. URL: <https://posibniki.com.ua/post-studentskiy-vik> (дата звернення: 27.03.2022 р.).
3. Білоконь Я. Ю., Кравець Ю. І., Михнюк М. І., Т. В. Пятничук. Технологія опоряджувальних робіт : навч. посіб. Київ : ІПТО НАПН України, 2015. 167 с.
4. Гладун О. До проблеми візуальної мови графічного дизайну України. *Вісник Харківської державної академії дизайну та мистецтва*. 2009. № 5. С. 42–46.
5. Грицюк Л. Л., Пекарчук О. Ю. Альбом-посібник до лекційного курсу «Проектування інтер'єрів житлових та громадських приміщень». Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. 108 с.
6. Гуць В.С., Євтушенко О.В. Основи промислового будівництва та санітарної техніки : конспект лекцій для студ. Київ : НУХТ, 2012. 120 с.
7. Даниленко В. Я. Дизайн : підручник. Харків : ХДАДМ, 2003. 320 с.
8. Жоголь Л. Е. Декоративное искусство в интерьерах общественных зданий : монография. Киев, 1978. 104 с.
9. Загальні положення щодо виконання зовнішньої реклами. Електронні навчальні матеріали. URL: <https://buklib.net/books/26385/> (дата звернення: 29.03.2022 р.).
10. Игошина Т.С. Графический дизайн социального плаката (история и современніе тенденции) : автореферат. URL: https://static.freereferats.ru/_avtoreferats/01004410267.pdf (дата звернення: 04.03.2022 р.).

11. Іванченко Ю. М. Дизайн: Словник-довідник. Київ: Фенікс, 2010. 384 с.
12. Інформація щодо створення макету зовнішньої реклами. URL: <https://dprint.online/uk/pomoshch/maket/naruzhnaaya-reklama> (дата звернення: 10.04.2022 р.).
13. Кринский В. Ф., Ламцов И.В., Туркус М.А. Элементы архитектурно-пространственной композиция. Москва : Стройиздат, 1968. 168 с.
14. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну. Київ : Кондор, 2006. 492 с.
15. Левосюк О. К. Інформаційний стенд як комунікаційне середовище. URL: <http://nauka.zinet.info/23/levosyuk.php> (дата звернення: 27.03.2022 р.).
16. Луговський О. Роль і місце макетування в дизайн-проектванні. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*: Зб. наук. пр. Харків: ХДАДМ, 2008. №11. С. 78–86.
17. Мельникович О. М., Крепак А. С. Зовнішня реклама: монографія. Київ: КНТЕУ, 2017. 220 с.
18. Михайленко В. Є., Яковлев М. І. Основи композиції (геометричні аспекти художнього формотворення) : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів. Київ : Каравелла, 2004. 304 с.
19. Ніколаєнко В. В. Методика архітектурного формування загальноміської системи громадського харчування : автореф. дис. канд. арх-ри. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua> (дата звернення: 26.03.2022 р.)
20. Роглев Х. И. Основи готельного менеджменту. Київ : Кондор, 2005. 408 с.
21. Розкрий та обробка матеріалу. URL: <https://cutt.ly/jb8II7t> (дата звернення: 15.05.2022 р.).
22. Романичева Є., Яцюк О. Дизайн та реклама. Комп'ютерні технології. Київ : ДМК, 2000. 464 с.

23. Стандарти зовнішньої реклами. URL: <http://www.rtm.ua/outdoor> (дата звернення: 15.03.2022 р.).

24. Тенденції в індустрії зовнішньої реклами на 2021 рік. URL: https://gudvil.com.ua/ua/blog/tendentsii-naruzhnoy-reklamy-na-2021_ (дата звернення: 17.12.2021 р.).

25. Технології виробництва зовнішньої реклами. URL: https://stud.com.ua/34915/marketing/tehnologiyi_virobnitstva_zovnishnoyi_reklam_i (дата звернення: 10.05.2022 р.).

26. Хмельовський О. М. Графічний дизайн : навч. посіб. Луцьк : Терен, 2008. 160 с.

27. Шевченко В.Я. Композиція плаката : навч. посіб. Харків : Колорит, 2007. 133 с.

28. Шпара П.Е. Техническая эстетика и основы художественного конструирования. Київ : Вища школа, 1978. 121 с.

29. Щербина В. Г. Практична композиція : навч. посіб. Кривий Ріг : КДПУ, 2007. 186 с.

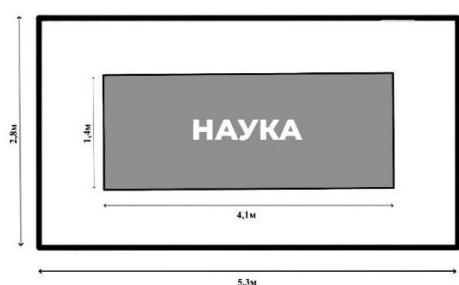
ДОДАТКИ

Додаток А

Аналоги елементів графічного оформлення кабінетів

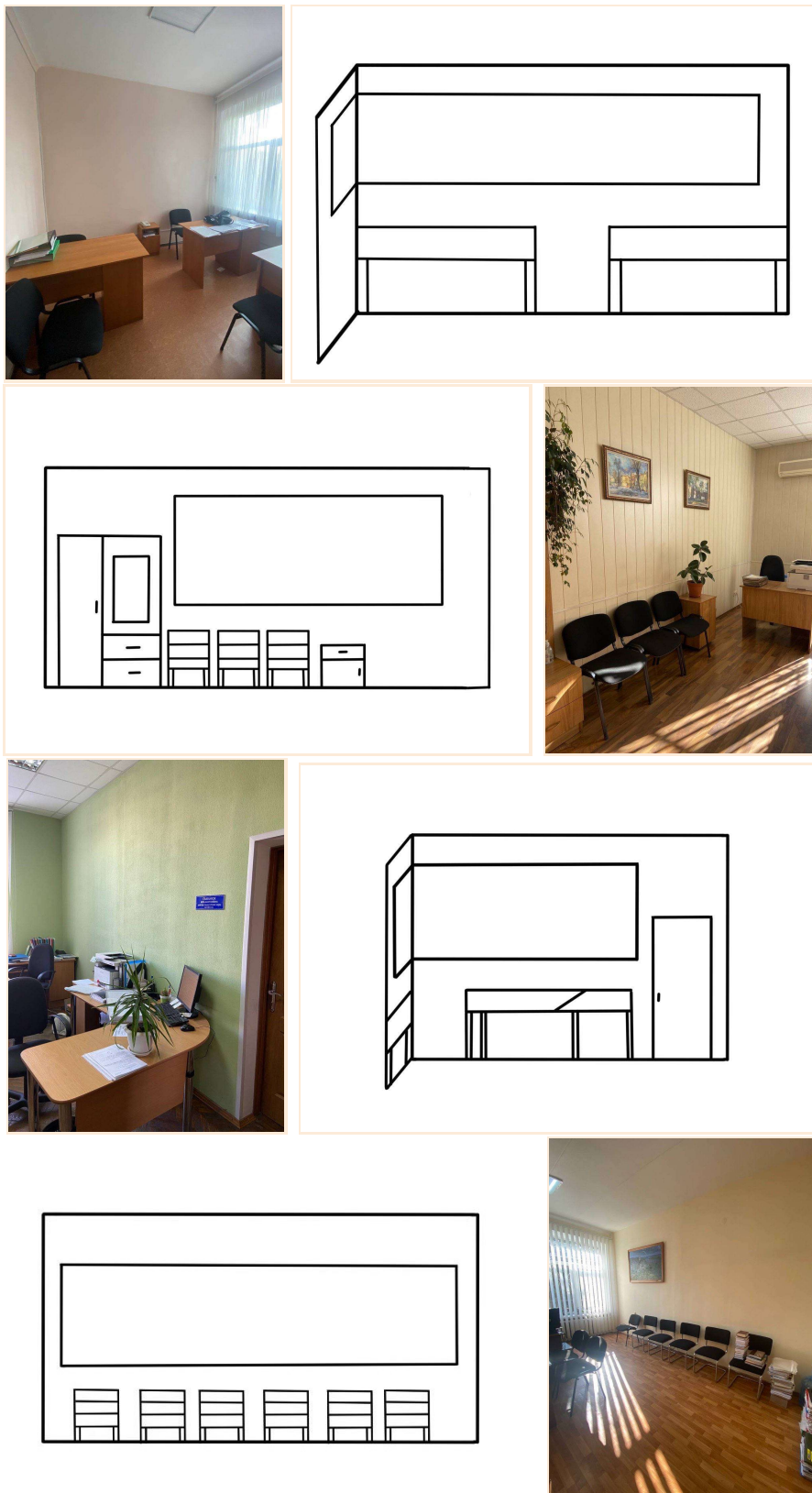


Додаток Б
Пошук варіантів графічного оформлення
кабінетів головного корпусу



Додаток В

Підготовчий етап графічного оформлення кабінетів головного корпусу



Додаток Г
Варіанти графічного оформлення
кабінетів головного корпусу



Додаток Д
Графічне оформлення кабінетів головного корпусу
Криворізького державного педагогічного університету



Рис. 1. Приймальня ректора університету



Рис. 2. Приймальня першого проректора університету

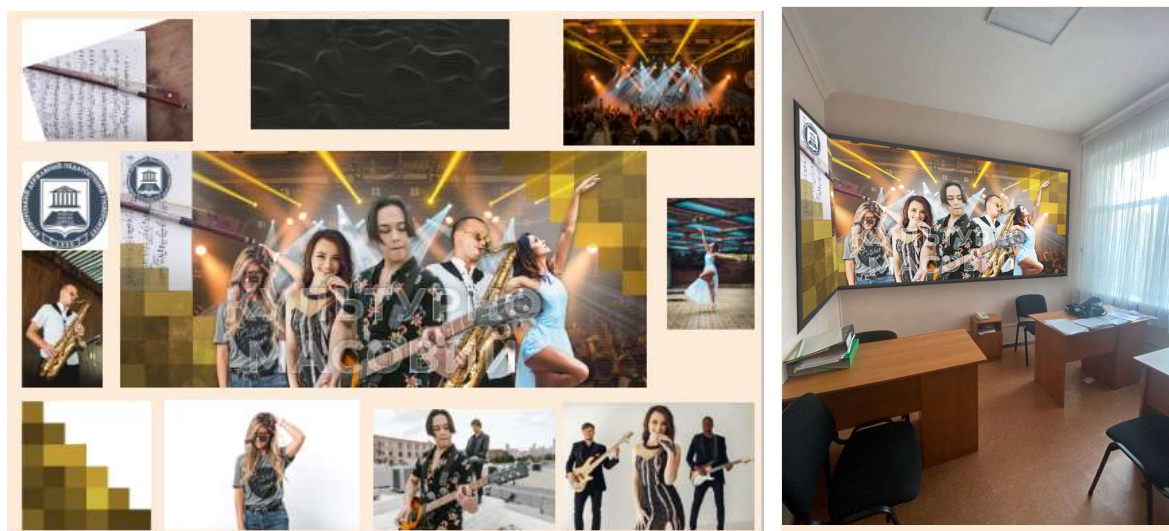


Рис. 3. Кабінет проректора з науково-педагогічної роботи



Рис. 4. Кабінет студентського клубу КДПУ