

...кладення комунікативних задач, а також розвиток образного мислення і моторно-рухової пам'яті.

Таким чином, можна зробити висновок, що ГООД МАРО, відповідаючи вимогам групової технології, може стати оптимальною системою навчання навчальним процесом при роботі з великою кількістю учнів. Така система орієнтована на найбільш ефективне оволодіння іноземною мовою.

ЛІТЕРАТУРА:

Вербицкий А.А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход. – М.: Просвещение, 1991.

Myo Kyaw Myint. The Personal Interview: a dynamic teaching device// Selected Articles from the English Teaching Forum 1989-1993: Creative Classroom Activities. – 1995. P.16-18.

Дьяченко В.К. Сотрудничество в обучении. – М.: Просвещение, 1991.

Гордієнко-Митрофанова І.В. Ігрова технологія повної орієнтувальної основи дії: граматичні трансформери МАРО // Засоби навчальної та науково-дослідної роботи. – Харків: ХДПУ, 2003. – Вип.19.

Пассов Е.И. Урок иностранного языка в средней школе. – М.: Просвещение, 1988.

Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иностранному говорению. – М.: Просвещение, 1991.

В.В.ТОМАШЕВСЬКИЙ

СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ “ДИЗАЙН РЕКЛАМИ” В СИСТЕМІ ВИЩОГО ПЕДАГОГІЧНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Мета статті - розглянути питання ролі і місця дисциплін спеціалізації “Дизайн реклами” в художньо-педагогічній освіті, можливості її викладання на художньо-графічному факультеті Криворізького державного педагогічного університету.

З розбудовою української державності на сучасному етапі становлення всіх ланок суспільства значно актуалізується проблема утвердження духовних, моральних, естетичних та творчих якостей особистості. Шлях до цього лежить через гуманізацію освіти, яка передбачає використання новітніх технологій в освітньому процесі і спрямування його на формування цілісної гармонійної картини світу.

Разом з тим, в нашому суспільстві підрастає перше покоління молоді, що виховується на засадах ринкової економіки, демократії та інформаційних інновацій. На думку багатьох вчених, цей процес дуже складний і неоднозначний. Зміни соціальної системи певною мірою зумовили безлад системи цінностей, що призвели до існування поглядів, які вступають поміж собою в протиріччя. Засилля рекламних інформаційних продуктів низької якості спотворює повагу до національних традицій і призводить до утилізації особистісної культури.

За таких умов особливої ваги набувають джерела інформації, вірні ціннісні орієнтири, об'єктивно сформоване сприйняття і оцінка суспільних процесів. Необхідність формування вітчизняної реклами, побудованої на історично притаманних українському народові засадах гуманізму, зумовлю

Важливу роль в цьому відіграє вчитель-педагог, від якого безпосередньо залежить якість результату в освітньо-виховному процесі. Вся структура початково-виховних закладів – від дитячого садка до університету – відчуває потребу в висококваліфікованих фахівцях, що закохані в свою справу, працюють активно, творчо, практично реалізують себе в певній галузі образотворчості, володіють педагогічними прийомами і методами. Саме тому останнім часом в системі вищих педагогічних навчальних закладів стали з'являтися навчальні дисципліни, які безпосередньо або опосередковано відіграють значну роль у розширенні кола інтересів професійної освіти студентської молоді, допомагають їй оволодіти якнайбільшим арсеналом знань, необхідних для якісної праці після закінчення ВНЗ, конкурентоспроможності їх на сучасному ринку працевлаштування, розширенні можливостей йти в ногу з передовими європейськими та світовими здобутками в тій чи іншій галузі освіти.

Ці дисципліни виходять зі змісту фахових навчальних дисциплін і саме на цій основі вони мають реальну можливість збагатити і розширити досвід, знання та вміння студента вищого навчального закладу. Для майбутнього вчителя, якого готує художньо-графічний факультет педагогічного університету, вже недостатньо володіти знаннями з основ образотворчої грамоти, методикою їх викладання та практичними навичками в роботі з художніми матеріалами та матеріалами декоративно-прикладного мистецтва.

Сучасна школа потребує не лише висококваліфікованого спеціаліста, що зміло орієнтується в теоретичних і практичних питаннях художньої творчості, але й фахівця, що володіє технічними здобутками та передовими технологіями світового рівня, зміло застосовує їх у своїй педагогічній та художньо-творчій діяльності. Джерела інформації, вірні ціннісні орієнтири, формування об'єктивного сприйняття та оцінки реклами як складової нинішньої культури набувають особливої ваги. Врахування особливостей вітчизняної реклами, побудованої на високому професіоналізмі, з одного боку, вирішення проблеми виховання в сучасній молоді художньо-естетичних засад та свідомого сприйняття рекламно-інформаційної продукції, з іншого, повинно поєднатися в підготовці фахівців відповідного напрямку, зокрема вчителів образотворчого мистецтва.

Одним із конкретних кроків удосконалення рівня фахової підготовки художників-педагогів є, на нашу думку, розширення переліку спеціалізацій спеціальності "Образотворче мистецтво" з урахуванням сучасних потреб національної освіти і культури. Це стає ще більш актуальним сьогодні разом із запровадженням нових інформаційних технологій. Серед вчених, що плідно працюють в системі художньо-педагогічної освіти, останнім часом найпоширенішою є думка про те, що майбутній художник-педагог не повинен бути скутим лише межами оволодіння певної конкретної спеціальності. Якнайбільший діапазон знань, вмінь та навичок, що пов'язані зі спеціальністю "Образотворче мистецтво", надасть можливість формувати в майбутньому соціокультурне та естетично розвинуте середовище, яке відповідає принципам гуманізму, краси й гармонії.

В межах спеціальності "Образотворче мистецтво" на художньо-графічному факультеті Криворізького державного педагогічного університету

...ла відкрита спеціалізація "Дизайн реклами", з врахуванням багатьох спеціальностей складено перелік дисциплін, які надають можливість підготувати не тільки викладача образотворчого мистецтва та художньої праці, але й вчителя образотворчого мистецтва та дизайну реклами середнього навчально-виховного закладу. Формуюючи освітньо-кваліфікаційні вимоги вищезгаданої спеціалізації, було враховано як зміст основної спеціальності, так і напрямки та перспективи розвитку освіти в світлі сучасних потреб українського суспільства.

Теоретико-методологічний аспект дисциплін спеціалізації "Дизайн реклами" забезпечено в працях У.Аренса, Л.Бове, І.Вікентьєва, Ф.Джефкіса, Крилова, М.Ліфінцева, М.Рогожина, І.Рожкова, Є.Ромата та інших. Існування різних видів рекламної діяльності підтверджено працями В.Глазунова, Каневського, В.Тихоновського та ін.; а з точки зору дизайнерської діяльності помітний внесок зробили О.Дорогов, Л.Переверзєв, О.Маторін, В.Сидоренко, Сьомкін, С.Рибін та інші.

Зважаючи на це, серед дисциплін, що забезпечують реалізацію кваліфікаційних вимог щодо спеціалізації "Дизайн реклами" на художньо-графічному факультеті, було визначено "Історія графічного дизайну", "Комп'ютерні технології", "Макетування", "Основи зовнішньої реклами", "Проектна графіка", "Маркетинг реклами", "Спеціалізація в творчих майстернях" та "Практика в комп'ютерному класі" ("Методика викладання комп'ютерної графіки"). Успішне оволодіння цими дисциплінами можливе лише за опори на базові предмети спеціальності "Образотворче мистецтво", а саме: "Композиція", "Декоративно-прикладне мистецтво", "Художнє оформлення школи" та інші. Вивчення образотворчої грамоти, що стосуються живописних та графічних прийомів, розуміння завдань реалістичного малювання та осмислення основних законів образотворчого мистецтва забезпечує в майбутнього художника-педагога перенесення необхідних знань в галузь дизайнерської діяльності.

Згідно провідних кваліфікаційних вимог вибіркової спеціалізації, випускник вищого навчального закладу повинен володіти інформацією про класифікацію, основні принципи, функції та завдання сучасного дизайну, знати історію розвитку різних видів графічного дизайну, вміло розрізняти та чітко презентуватися в їх сутності та змісті; пояснювати основні прийоми створення дизайн-проектів, бути обізнаним з теорією реклами, класифікацією та особливостями аудиторії, що споживає продукти рекламно-дизайнерської продукції; сприяти формуванню художнього смаку та естетичних запитів всіх членів українського суспільства. Набути ці якості можливо лише за умов твердої опори на базові дисципліни циклу професійно-практичної підготовки та зв'язки поміж предметами, які реалізуються в програмах з дисциплін.

На сьогодні проблема полягає в тому, що традиційна підготовка художників-педагогів не передбачає скільки-небудь ґрунтовного знайомства з графічними програмами ПК, не говорячи вже про апробовані методики їх викладання; "комп'ютерна грамотність", якщо так можна висловитися, сучасного вчителя образотворчого мистецтва не задовольняє в повній мірі потреби сьогодення. За таких умов необхідними стають володіння основами інформатики, знаннями з практичних можливостей комп'ютерної техніки та різноманітних графічних програм для професійних художників та дизайнерів.

Вивчення дисциплін блоку "Дизайн реклами" покликане збагатити майбутнього вчителя образотворчого мистецтва – випускника вишого навчального закладу знаннями передових інформаційних технологій, доповнити його художню грамотність технічним забезпеченням як інструментом для досягнення основної мети – володіння якнайбільшим теоретичним та практичним досвідом для майбутньої реалізації себе в галузі освіти.

Однією з проблем, які існують у викладанні дисциплін блоку спеціалізації "Дизайн реклами", є забезпечення їх якісного викладання науково-методичною літературою, адаптованою відповідно до характеру освітньої діяльності майбутнього випускника художньо-графічного факультету. Разом із тим, маючи високий попит на ринку праці, збагачуючи свої знання з базової спеціальності для активної роботи в системі загальноосвітньої школи, студент художньо-графічного факультету до останнього часу не мав скільки-небудь чітких програм, за яких він міг би здобути теоретичні засади та отримати практичні навички з цих дисциплін.

Головною особливістю вивчення, викладання та впровадження дисциплін блоку "Дизайн реклами" реклами було те, що цим питанням розробки програм займалися здебільшого художньо-промислові інститути та вищі навчальні заклади з підготовкою інженерно-технічних спеціальностей. Проблема полягає в тому, що за останні роки із величезної кількості літератури теоретичного спрямування щодо методології, функцій, основних принципів та законів рекламного менеджменту, професії рекламіста, особливостей психологічного сприйняття рекламного продукту та технічних прийомів роботи з новітніми матеріалами в сфері зовнішньої реклами неможливо виділити саме програми, які були б спрямовані на викладання означених нами дисциплін в системі вищих навчальних педагогічних закладів і відповідали специфіці та особливостям художньо-графічного факультету.

Отже, вирішення розглянутих проблем тісно пов'язане з необхідністю озброєння майбутнього художника-педагога навчально-методичною літературою, що має забезпечити дисциплінам спеціалізації подальший розвиток в системі художньо-педагогічної освіти. Оволодіння конкретними знаннями вищезгаданих дисциплін дозволить студентам художньо-графічного факультету здобути теоретичні і практичні навички та підвищити свій професійний рівень, а загальноосвітній школі - отримати спеціалістів, які відповідають найсучаснішим вимогам народної освіти і, водночас, зможуть реалізувати себе в інших галузях вітчизняної культури і виробництва.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник. К.: Т-во "Знання", 2001. – 465 с.
2. Лифинцев Н.А., Лифинцев С.Н., Воронина Т.Н. Реклама: теоретико-методологический аспект (опыт теоретического исследования). Учебно-методическое пособие. – К.: ИППР, 2002. – 62 с.
3. Программа дисциплины «Основы дизайна» для инженерно-технических высших учебных заведений. Сост. В.В.Семкин К., 1989. – 21 с.
4. Семкин В.В. Дизайн и реклама. К.: ИППР, 2002. – 33 с.