

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ЕФЕКТИВНОГО ФОРМУВАННЯ ДУХОВНОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ У ПРОЦЕСІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ

Бутенко Л. В.,

Луганський національний педагогічний університет імені Тараса Шевченка

Анотація. Стаття присвячена питанням формування духовності учнів старшого шкільного віку засобами інтерпретації художніх творів, зокрема педагогічним умовам, які сприятимуть ефективному здійсненню зазначеного впливу.

Аннотация. Бутенко Л. В. Статья посвящена вопросам формирования духовности учащихся старшего школьного возраста средствами интерпретации художественных произведений, в частности педагогическим условиям, которые будут обеспечивать эффективное совершение указанного воздействия.

Annotation. Butenko L. The article is devoted to the questions of forming spirituality of senior pupils by means of interpretation of artistic literature, especially pedagogical conditions, which will contribute effective performing of described influence.

Постановка проблеми. Інтерпретація художніх творів є складним, соціально-історичним, психологічним, культурологічним та педагогічним явищем, яке привертає все частіше увагу науковців, діячів культури і мистецтва. Особливий інтерес інтерпретація художніх творів викликає у педагогів, покликаних використати освітньо-виховні можливості цього явища з метою формування в учнівської молоді високих духовних цінностей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтерпретація художніх творів – досить різнобічний і багатоаспектний процес. Вивченню його особливостей сприяють дослідження у галузі педагогіки, лінгвістики, психології, мовознавства, літературознавства, мистецтвознавства та історії. Дане явище розглядали В. Дем'янков, К. Долінін, С. Нікіфорова, Т. Смирнова, І.Євлампись, І. Поляков, В. Пазельський, Є. Фенова, В. Цюрупа.

Цінними у розробці психолінгвістичного та лінгвостилістичного підходів до інтерпретації художнього тексту є праці таких вчених, як Ю. Скребнев, М. Крупа, В. Мельничайко, В. Грещук, Л. Невідомська, А. Залєвська. Н. Матвєєва, зокрема, досліджує лексикографічну інтерпретацію.

Інтерпретація як явище міжкультурної комунікації розглядається Д. Салаєвою, Ю. Лотманом, Н. Нев'ярович, А. Вежбицькою. К. Рогова вивчає інтерпретацію сучасного художнього тексту.

Завдання нашого дослідження полягає у визначенні тих педагогічних умов, за яких формування духовності учнів старшого шкільного віку засобами інтерпретації художніх творів буде найбільш ефективним.

Результати дослідження. На підставі проведеного теоретичного аналізу наукових джерел, вивчення практичного досвіду викладання літератури в школі нами були визначені педагогічні умови, необхідні для духовного формування старшокласників засобами інтерпретації художніх творів.

Спрямування інтерпретаційної діяльності в школі на формування духовних цінностей старшокласників є однією з педагогічних умов, яка покликана сприяти позитивному вирішенню зазначеної проблеми. Відомо, що художні твори можуть бути інтерпретовані по-різному, залежно від того, які змістові, смислові, ціннісні, формотворчі параметри спроможна сприйняти, осмислити і виділити особистість. У зв'язку з цим виникає необхідність надання учням такої педагогічної допомоги, яка б орієнтувала їх на виділення в мистецтві слова духовних цінностей, важливих для учнів старшого шкільного віку. Такими цінностями є світоглядні, моральні та естетичні.

Інтерпретація художніх творів може бути корисною для учнів старших класів з погляду її впливу на світоглядні цінності, адже світогляд може бути різним: міфологічним, релігійним, науковим, художнім. Для старшокласників важливим є науково-філософський світогляд, згідно якого вони мали б можливість глибоко осмислити сутність таких понять, як природа, суспільство і людина. Більше того, ці поняття мають набути не лише інформаційно-смислового, але й ціннісного значення.

Одним з об'єктів світоглядного сприймання й оцінки навколишньої дійсності є природне середовище, у якому знаходиться людина. Для старшокласників природа повинна мати практичну, економічну, господарську, моральну й естетичну цінність. Як цього досягти, що треба зробити в школі, щоб природа набула для учнів не

лише практичне, але й духовно-ціннісне значення. Відповідь на ці питання ми знаходимо у процесі інтерпретації художніх творів, яка дозволяє акцентувати увагу учнів на найважливіших виявах природи у житті людини.

Старшокласники глибоко замислюються над суттю природних, суспільних процесів та явищ, які відбуваються в житті людей. Їм потрібні серйозні роздуми щодо цінності життя людини, її ролі та функцій в освоєнні навколишньої дійсності. Саме тому одним із напрямів інтерпретації художніх творів у школі повинно стати формування у старшокласників світоглядних цінностей та орієнтацій. Спираючись на можливості художньої інтерпретації, вони повинні набути необхідний їм досвід світосприймання і осмислення навколишньої дійсності.

Не менш суттєвим виявом освітньо-виховних можливостей художньої інтерпретації повинно бути формування в учнів моральних цінностей. Адже в юнацькому віці особливої гостроти й актуальності набувають такі поняття, як дружність, кохання, вірність, чесність, порядність, працьовитість та ін. Усі ці поняття мають морально-етичний зміст і засвідчують характер ставлення однієї людини до іншої. Безперечно, про моральні цінності можна розповідати учням, використовуючи традиційні засоби і форми, такі, як бесіда, лекція, розповідь та ін. Водночас, отримувана під час таких інформаційних заходів інформація не завжди має відповідне емоційно-чуттєве забарвлення, не торкається тих витончених аспектів, які є властивими для моральних відносин. Змінити цю ситуацію видається можливим під час інтерпретації художніх творів, коли емоційно-чуттєві та понятійні параметри набувають системного, ціннісного характеру.

Як засвідчує досвід педагогічних спостережень, у процесі інтерпретації художніх творів акцентують увагу учнів на моральних проблемах у житті людей, залучають їх до емоційно-чуттєвого співпереживання, переконують у необхідності дотримання морально-етичних ідеалів, принципів, норм поведінки. Усе це стає можливим, якщо інтерпретація художніх творів має морально-етичне спрямування і розрахована на серйозне обговорення у шкільному колективі моральних проблем. Спираючись на конкретні приклади із життя літературних

персонажів, вчителі літератури можуть їх інтерпретувати, виходячи із реалій і необхідності формування у молоді системи моральних цінностей і переконань.

Духовне формування старшокласників передбачає оволодіння необхідними основами естетичної культури. У школі є різні шляхи залучення молоді до світу прекрасного. Одним із них є інтерпретація художніх творів. Такі естетичні цінності, як прекрасне, піднесене в житті і мистецтві повинні стати особистісним надбанням старшокласників, допомагати у повсякденному житті бачити такі вияви, як гармонійне, виразне, емоційно-забарвлене, цілісне та ін.

Інтерпретація художніх творів має широкі можливості для освоєння учнями необхідного їм естетичного досвіду. Саме тому завдання вчителів літератури полягає в тому, щоб використати освітньо-виховні можливості інтерпретаційної діяльності старшокласників у розвитку почуття прекрасного, збагачення понять та уявлень про красу природного, предметного, соціального та художнього середовища.

Таким чином, для духовного формування учнів старшого шкільного віку важливе значення може мати інтерпретація художніх творів. Для цього вона повинна мати спрямування на розвиток в учнів світоглядних, моральних та естетичних цінностей.

Передача старшокласникам знань, необхідних для інтерпретаційної діяльності. Ця педагогічна умова має важливе значення для вирішення зазначеної проблеми. Пояснити це можна тим, що інтерпретаційну діяльність не можна нав'язати учням, або примусити їх відповідним чином оцінювати ті чи інші явища. Вони повинні це робити самостійно, творчо, спираючись передусім на свій досвід. Одним із параметрів цього досвіду є знання, які вони повинні отримати в школі. Виникає запитання, які знання потрібні старшокласникам для здійснення інтерпретаційної діяльності? Відповіді на це питання ще немає в сучасній літературі. Здійснений нами науковий пошук дозволив виділити чотири групи знань, які, на наш погляд, можуть забезпечити належний рівень інтерпретації художніх творів в старших класах. До них нами віднесено знання: соціально-історичної, філософсько-естетичної, психологічної та культурологічної інтерпретації мистецтва слова.

Аналізуючи роль і можливості вказаних груп знань, можемо зазначити, що старшокласникам потрібні, передусім, соціально-історичні знання. Ці знання являють собою сукупність відомостей про сутність окремих предметів, явищ, процесів, які мали місце на певних етапах розвитку суспільства, культури, мистецтва, людей тощо. Без розуміння сутності окремих проявів навколишньої дійсності, її ролі і функцій художня інтерпретація не може мати глибокого змісту і відповідної оцінки.

Старшокласникам важливо мати філософсько-естетичні знання, які б давали відповідні уявлення і поняття про предмети і явища дійсності, мистецтва у їх світоглядно-ціннісному контексті. Без опори на ці знання інтерпретація художніх творів перетворюється у звичайний переказ сприйнятих подій і явищ. При цьому інтерпретація літературних творів не підніметься на рівень необхідних узагальнень, ціннісних орієнтацій, які б засвідчили можливості учнів щодо системного осмислення подій і явищ у життєдіяльності людей. Особливо важливими при цьому є знання герменевтики, яка дає приклади тлумачення художніх текстів на філософському рівні.

Безперечно, інтерпретація художніх творів є процесом, який має особистісне забарвлення і торкається найважливіших проявів старшокласників, їх почуттів мислення, характеру, поведінки тощо. На особистісному рівні існують значні резерви, які важливо використовувати під час інтерпретаційної діяльності. Учні повинні про них знати і використовувати на практиці. Для цього потрібно ознайомити учнів старших класів з психологічними знаннями. Спираючись на знання із загальної та художньої психології, старшокласники отримують можливість свідомо вибудовувати своє ставлення до мистецтва слова, емоційно реагувати на його виразні можливості, поглиблено сприймати та розуміти його зміст та естетичну ідею.

Поряд із зазначеним вище досвідом учням старших класів потрібні культурологічні знання, які дозволяють сприймати і розуміти художні твори, як особливі прояви художньої культури суспільства. Підкреслимо, що у процесі інтерпретації художніх творів учням важливо бачити літературний твір не лише як цілісне утворення, але й

як складову частину тих процесів художнього життя, які мають місце і які відіграють важливу роль у визначенні цінності мистецтва слова.

Таким чином, для успішного розв'язання вказаної проблеми шкільна практика покликана забезпечити учнів старших класів соціально-історичними, філософсько-естетичними, психологічними та культурологічними знаннями. Спираючись на ці знання, учнівська молодь може свідомо реагувати на сприйняте у мистецтві слова, давати аргументовані естетичні оцінки, вірно інтерпретувати художні цінності у сфері мистецтва.

Оволодіння учнями старших класів способами інтерпретаційної діяльності. Ця педагогічна умова набуває важливого значення у зв'язку з тим, що старшокласники покликані бути у процесі інтерпретації художніх творів активними, спиратися на конкретні способи встановлення духовно-творчого контакту зі світом мистецтва. Зазначимо, що способи взаємодії з мистецтвом слова можуть бути різним: емоційним, інтелектуальними, діяльними. Усі вони заслуговують на увагу і повинні бути освоєні у старшому шкільному віці.

Емоційні способи інтерпретації художніх творів. Вони являють собою такі вияви активності учнів, в основі яких знаходяться почуття, це такі вияви, як сприймання, співпереживання, відчуття, емоційний відгук тощо. Зазначимо, що завдяки емоційним способам інтерпретація художніх творів набуває не лише емоційно забарвленого характеру, але й дозволяє учням виявити синкретичне ціннісне ставлення до літературного твору, виявити в ньому ті елементи, які є визначальними і свідчать про емоційну реакцію на його форму, зміст тощо.

Інтелектуальні способи інтерпретації художніх творів. Їх можна визначити як особливі вияви активності учнів, в основі яких знаходяться інтелектуальні дії. До інтелектуальних способів інтерпретації художніх творів можна віднести осмислення, розуміння, оцінку, судження, висновки та ін. Спираючись на ці способи, старшокласники можуть здійснювати інтерпретаційну діяльність, керуючись при цьому наявними знаннями, поняттями про цінність мистецтва слова. Завдяки інтелектуальним способам інтерпретація художніх творів набуває більш конкретного предметно визначеного характеру.

Діяльнісні способи інтерпретації художніх творів. Вони являють собою такі вияви активності учнів, в основі яких знаходиться діяльність. Конкретними виявами діяльнісних способів інтерпретації художніх творів можуть бути виразне читання літературного твору, складання власних художніх творів, складання колекцій художніх репродукцій та ін. Особливість діяльнісних способів інтерпретації полягає у тому, що вони дозволяють побачити той чи інший твір мистецтва у контексті тих ціннісних уподобань та орієнтацій, які є важливим для учнів і які вони можуть використати на практиці у процесі творчої діяльності.

Отже, для успішної підготовки старшокласників до інтерпретаційної діяльності важливо передати їм необхідні способи такої діяльності. Спираючись на емоційні, інтелектуальні та діяльнісні способи старшокласники зможуть виявляти свою активність, знаходити доступні для них шляхи встановлення духовно-творчого контакту з мистецтвом слова.

Використання у навчально-виховному процесі системи методів організації інтерпретаційної діяльності старшокласників. Ця педагогічна умова має також суттєве значення і покликана сприяти вирішенню зазначеної проблеми. Її виділення зумовлене тим, що вчителі літератури ще недостатньо використовують методи навчально-виховної роботи, які б дозволяли ефективно залучати учнів до інтерпретаційної діяльності. До таких методів ми відносимо методи генералізації, транспозиції та діалогізації інтерпретаційної діяльності учнів.

Сутність методу генералізації інтерпретаційної діяльності полягає у тому, що здійснюється цілеспрямоване накопичення необхідних знань, способів інтерпретації художніх творів, у старшокласників формуються уявлення та поняття про ціннісні можливості мистецтва слова, що впливає позитивно на формування їх наукового світогляду, моральної свідомості та естетичної культури.

Для практичного використання цього методу виявляється доцільною генералізація або об'єднання інтерпретаційного досвіду навколо певної ідеї. За цим методом вчитель літератури може пропонувати учням навчальні дії, пов'язані з пошуком спільного в творах різних письменників, поетів, діячів культури. Генералізуючи

інтерпретаційний досвід старшокласників, шкільна практика тим самим може сприяти зміцненню найважливіших духовних орієнтацій учнівської молоді, збагаченню їх світоглядних, моральних та естетичних цінностей.

Метод транспозиції інтерпретаційної діяльності передбачає залучення учнів старшого шкільного віку до переносу набутих знань та способів діяльності з однієї інтерпретаційної ситуації в іншу. Йдеться передусім про інтерпретацію літературних творів, які за своєю тематикою, стилістикою, характером образного осмислення певним чином відрізняються. Проте завдяки методу транспозиції окремі аспекти інтерпретаційного досвіду учнів можуть бути використані і тим самим сприяти новому осмисленню духовної цінності літературного твору. Метод транспозиції тим самим дозволяє встановлювати творчі зв'язки з різними видами мистецтва і художньої творчості.

Метод діалогізації інтерпретаційної діяльності має виключно важливе значення. Суть його полягає у тому, що завдяки художньому діалогу як методу навчально-виховної роботи відкривається можливість встановлення різнорівневого зв'язку між людьми, які є носіями певного інтерпретаційного досвіду. Завдяки цьому методу вчитель літератури має можливість залучати старшокласників до активного взаємообміну інтерпретаційним досвідом, висловлювання оцінних суджень у процесі обговорення явищ художнього життя.

Для ефективного вирішення вказаної проблеми доцільним є використання системи методів організації інтерпретаційної діяльності старшокласників. У сучасній практиці залучення учнівської молоді до інтерпретаційної діяльності виявляється доцільним використання не розрізнених методів, а навпаки – цілісної системи методичного забезпечення цього процесу, яка передбачає генералізацію, транспозицію та діалогізацію інтерпретаційного досвіду учнів під час навчальних занять та позакласної роботи з літератури.

Зазначене вище дозволяє зробити такі висновки:

1. Інтерпретаційна діяльність старшокласників виявляє свою ефективність за умови передачі учням необхідних знань, зокрема, соціально-історичного, філософсько-етичного, психологічного та культурологічного змісту.

2. оволодіння старшокласниками найважливішими способами інтерпретаційної діяльності є важливою умовою підвищення ефективності цього процесу та його впливу на духовність особистості. До таких способів інтерпретаційної діяльності слід віднести емоційні, інтелектуальні та діяльнісні способи.
3. У навчально-виховному процесі важливо використовувати систему методів організації інтерпретаційної діяльності старшокласників. З цією метою вчителі можуть успішно використовувати у своїй роботі з учнями методи генералізації, спрямовані на розкриття духовного потенціалу мистецтва.

Література

1. Лингвостилистическая интерпретация художественного текста: Метод. пособие / Башкирский гос. педагогический ун-т / Спартак М. Х. (авт.-сост.). – Уфа: БГПУ, 2000. – 28 с.
2. Демьянков В. З. Интерпретация, понимание и лингвистические аспекты их моделирования на ЭВМ. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1989. – 172 с.

ВПЛИВ СИМВОЛІКИ НАРОДНОГО МИСТЕЦТВА УКРАЇНИ НА ФОРМУВАННЯ ОБРАЗНОГО МИСЛЕННЯ В ОБРАЗОТВОРЧОМУ МИСТЕЦТВІ

Васильєва О. А.,

Дніпропетровський національний університет

Анотація. В статті подано дослідження символів народного мистецтва, їх іконографічна специфіка, синонімічні назви, змістоє значення, а також вплив символів на образне мислення в образотворчому мистецтві.

Аннотация. Васильева Елена Анатольевна. "Влияние символов народного искусства Украины на формирование образного мышления в изобразительном искусстве". В этой статье подано исследование символов народного искусства, их иконографическая специфика, синонимические названия, содержимое значение, а также влияние символов на образное мышление в изобразительном искусстве.

Annotation. Vasiljeva Elena Anatoljevna. "Influence of symbols of a folk art of Ukraine on formation of figurative thinking in the fine arts". The article gives the investigation of symbols of folk art, the iconographic art specific, synonymical names and contents, and also gives and also the influence of symbols on the fluid in graphic art.

Постанова проблеми. Проблема впливу символіки народного мистецтва на формування образного мислення в образотворчому мистецтві постала на часі, адже мистецькі твори і сама образотворчість

є чи не єдиними засобами, за допомогою яких здійснюється еволюційний перехід людини від виключно чуттєвого усвідомлення навколишнього світу до позасвідомого. Загальновідомо, що найвищі досягнення людства – духовні й матеріальні не є самоціллю, а отже їх призначення – естафетне, знакове, як віха певної епохи, певного еволюційного ритму. Митці з правіку прагнули вийти на простори надземних широт, сповнених образами істини. Мовою символів та культурних знаків сприймалися, усвідомлювалися й передавалися священні знання в майбуття, визнаючи духовно-світоглядні спрямування нації.

Актуальність цієї теми полягає і в тому, що символіка українського народного мистецтва дотепер не стала предметом пріоритетного студіювання. Ще в недалекому минулому предмет символізму в народному мистецтві та в образотворчому мисленні був табуованим, за академічним присудом вважався непідвладним науковому тлумаченню й, відтак, невартим наукового дослідження.

Аналіз досліджень, публікацій. Символіка орнаменту розкривається методами ряду наукових дисциплін: археології, етнографії, релігієзнавства, фольклористики, тому важливе значення для наукового пошуку мали дослідження таких вчених, як: Рибаків Б. А., Лозко Г., Кифішин А. Г., Михайлов Б. Д., Шилов Ю. А., Даниленко В. Н., Кордуба М., Кулжинський С. К., Литвинова П. Я., Т. В. Кара-Васильєва, М. М. Скорик, В. Т. Скуратівський Етнопедагогічних засад народної творчості українців торкнулися В. Шахрай і С. Козача.

Формулювання цілей статті. Метою і цілями даної теми виявилось розкриття символів українського народного мистецтва як явища світової культури і їх вплив на формування образного мислення в образотворчому мистецтві шляхом системного аналізу та комплексних узагальнень етномистецтвознавчих, етнопедагогічних та історико-культурних матеріалів.

Звернення до археологічних матеріалів, їх детальний аналіз і співставлення з етнографічними даними дозволили встановити стадіальну послідовність розвитку давньої символіки, розкрити змістове значення мотивів та їх трансформоване відображення у традиційній орнаментиці.

Серед мотивів української народної орнаментики кілька тисяч варіантів. Це найпростіші геометричні елементи (риски, смуги, крапки, цятки), елементарні гомогенні знаки з прадавньою семантикою (кола, ромби, спіралі тощо), композитні гомо- і гетерогенні знаки, скомпоновані за різними способами симетрії (дво- і трилистки, багатопроменеві зірки, розетки, хрести тощо), знакові та ізоморфні зображення живих істот, рослин, небесних тіл, міфологічно-фольклорних персонажів тощо. Образний зміст орнаменту усвідомлюється повніше, коли увага до графічно-колірного і фактурного вирішення супроводжується розглядом внутрішнього постично-ідейного значення народного візерунка. На розкриття символіки орнаменту окрім наукових дисциплін впливають і народні назви орнаментальних мотивів. Вони показують, що той самий знак осмислюється неоднаково в окремих місцевостях, у різному орнаментальному контексті.

Результати дослідження. Поняттям „мотив” у статті умовно об'єднуються орнаментальні знаки різних рівнів, як власне мотиви, так і семантично нейтральні елементи („квадрати”, „кубичок”, „кутики”), та розвинені композиції, що складаються з кількох знаків („море”, „павучки”, „хатка” тощо). У тексті розкривається іконографічна специфіка кожного візерунка, особливості стилізації в конкретних видах декоративного мистецтва, синонімічні або еквівалентні назви, а також змістова значення.

У мотиві „баранячі роги” присутні спіральні елементи. Вони можуть бути криволінійними (у розписах, витинанках, обробці дерева) або стилізовано-прямокутними (у вишивці, ткацтві, силянні бісером). Подібні спіральні візерунки зустрічаються і під іншими назвами: гачки, задвійний головач, круторіг тощо.

Головним елементом „безкінечника” є замкнута спіраль. Технічні особливості деяких видів мистецтва зумовлюють його стилізацію у вигляді зигзагу (силяння), кружечків, діагонально з'єднаних рисками (випалювання). Цьому орнаменту відповідає образ кривого танцю в пісенній народній творчості.

Основним елементом мотиву „вазон” є зображення рослини, а прототип – міфологічні образи дерева життя, світового дерева,

символізує розвиток роду. У переважній більшості цей мотив позначений кружечком, квадратом, трикутником тощо, а рослина – без виражених ботанічних ознак.

У мотиві „гілка” ритмічно чергуються відростки, листочки, плоди на пагоні прямої, вигнутої, хвилястої, зигзагоподібної форми. Іконографічно подібні візерунки можуть називатися: барвінок, гарбузове листя, ламане дерево.

“Зірки” в українській орнаментиці здебільшого восьмикутні. Зіркові мотиви трапляються і під назвами: вітряки, квітки, рожі, сонечка. Це символічне зображення сонця.

“Хрести” – народні назви найпоширеніших мотивів української народної орнаментики, що сформувалися в період енеоліту. Засвідчують сотні варіантів хрестових візерунків та їхні образні назви: квітчасті, крижеві, листяні, ламані, прості, цілі тощо. Специфічним для цього мотиву є дзеркальна симетрія чотирьох площин і, відповідно, вісна симетрія 4-го порядку. Поєднання косоного хреста з прямим (символом бога землі) передавало ідею поєднання чоловічого та жіночого начал як рушія життя.

Знаки орнаменту передаються і правильними геометричними фігурами і вільним малюнком – залежно від техніки виготовлення, характеру матеріалу, художнього задуму. Словом, геометричний орнамент – це не тип візерунка в одному ряду з рослинним, тваринним (фіто-, зоо-, антропоморфним тощо), а лише спосіб його просторового вирішення, що застосовується поряд із способом вільного малюнка при орнаментальному відтворенні реалій фізичного світу, графічному втіленні узагальнених уявлень, поетичних образів, абстрактних понять.

Геометричний орнамент властивий технікам, пов'язаним з комбінуванням модульних елементів (інкрустація, силяння бісеру), лічбою ниток (вишивка низю, качалочкою, хрестиком; закладне, багаторемізне ткацтво), попередньою розміткою (різьблення з дерева і металу). Проте абсолютна геометрична правильність небажана й практично нездійсненна в декоративному мистецтві, де живість художнього образу виявляється в ледь помітних нерівностях виконання, неповторній фактурі кожного твору.

Орнаментика вільного малюнка відповідає за характером виконання технікам різькування в гончарстві, кругляння в килимарстві, гладі у вишивці, розписові. Одна орнаментальна композиція може поєднувати геометричні й довільно вирішені зображення.

Висновки. Зіставлення графеми орнаментального знака з його лексичним позначенням розкриває хід асоціативного мислення майстра, і з'ясовує які складові даного візерунка є основними, а які факультативними. Коли, скажімо ромб з продовженими і загнутими сторонами називався "баранячі роги" – в знакові акцентуються його спіральні елементи, тоді як сам ромб семантично в даному разі пасивний. Коли той же знак називався "купка" чи "хатка" – семантично нейтральні спіральні гачки. Таким чином номінація дозволяє правильно прочитати орнаментальний знак і впізнати в ньому образ, який впливає з того чи іншого контексту й авторського задуму.

Подальший розвиток дослідження. Зв'язок з навчальним процесом. Подальший розвиток дослідження полягає у досконалому вивченні символіки народного мистецтва на основі комплексних узагальнень етнографічних, мистецтвознавчих, археологічних, культурологічних праць.

Зв'язок з навчальним процесом полягає у застосуванні отриманих знань в образотворчому мистецтві, бо тема, сюжет, образ – не сума формальних ознак, а субстанція духовного, що здатна мобілізувати думку до творчої праці. До того ж практикою доведено: зміст формується на основі усвідомлення національних культурних цінностей, які допомагають досягнути етнічні особливості власного народу. Неспроможність чи нездатність відчувати голос своєї рідної землі збіднює культурний шар суспільства, призводить до космополітизму в творчості.

Література

1. Даниленко В. Н. Космогония первобытного общества. – Екатеринбург, 1999.
2. Кара-Васильева Т. В. Полтавська народна вишивка. Київ, 1983.
3. Кордуба К. Матеріали етнографічної комісії. Писанки на Галицькій Волині. – Львів, 1899.
4. Корпусова В. До проблеми генези писанок // Міжнародний з'їзд писанкарів. – К., 1992.
5. Кулжинский С. К. Описание коллекции народных писанок. – М., 1899.

6. Кульчицька А. Орнамент трипільської культури і українська вишивка ХХ ст. – Львів, 1995.
7. Кифишин А. Г. Древнее святилище Каменная Могила. Опыт реконструкции протошумерского архива XII-III тысячелетий до н. э. – К., 2001.
8. Литвинова П. Я. Южно-русский народный орнамент. – Вип. 1. – К., 1878. – 13 с.; – Вип. 2. – Харьков, 1902. – 19 с.
9. Лозко Г. Українське язичництво. – М., 1994.
10. Михайлов Б. Д. Петроглифы Каменной Могилы. – Запорожье; М., 1999.
11. Онищук О. Символіка української писанки – Торонто, 1985.
12. Рыбаков Б. А. Язычество древней Руси. – М., 1987.
13. Селівачов М. Домінантні мотиви української народної орнаментики // Народна творчість та етнографія. – 1990. – № 2.
14. Шилов Ю. А. Истоки славянской цивилизации. – К., 2004.

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОГО СТУДЕНТСТВА

Вісвська М. Г., Савченко Л. О.,

Київський національний економічний університет,
Криворізький державний педагогічний університет

***Анотація.** У статті розглядаються проблеми ціннісних орієнтацій студентів педагогічної та економічної вищої школи. Представлено їх порівняльний аналіз.*

***Аннотация.** Виевская М. Г., Савченко Л. А. “Ценностные ориентации современного студенчества”. В статье рассматриваются проблемы ценностных ориентаций студентов. Представлен их сравнительный анализ у учащейся молодежи педагогической и экономической высшей школы.*

***Annotation.** Vievskia M., Savshenko L. “Valued orientations of modern student”. The article deals with some problems of value orientations in students’ life. The analysis of value orientations in students’ life in higher educational establishments of economy and pedagogy is provided.*

Постановка проблеми. За роки становлення національної держави, українське суспільство намагається сформувати нові цінності через переосмислення старих. Сьогодні ми спостерігаємо постійне зростання інтересу, особливо у студентства не тільки отримати диплом про вищу освіту та знання, які сприяють зростанню матеріального добробуту людини, а й пошуку місця в їхньому житті моральних, матеріальних та духовних цінностей.

Треба зазначити, що для визначення поняття „цінності” використовується термін „загальнолюдські цінності”, згідно якого найвища цінність це людина. Найбільш актуальним це поняття стало за

часів розпаду Радянського Союзу. В той же час визначились нові поняття, такі як: нове мислення, перебудова свідомості, вихід з духовного тупика, оздоровлення економіки та політичного життя суспільства та інші. Сьогодні потрібно не тільки розмірковувати над цими поняттями, а готувати фахівця, який має інше мислення, погляди на суспільство та на місце людини в ньому, а відповідно і нові ціннісні орієнтації.

Аналіз досліджень та публікацій. Проблема ціннісних орієнтацій та інтересів молоді відображена в роботах як вітчизняних так і зарубіжних дослідників, таких як К. О. Абульханової-Славської, Л. І. Анциферової, Д. С. Архангельської, М. І. Бобневої, Л. І. Божович, В. В. Гаврилюк, Л. А. Гащенко, А. Г. Здравомислова, Л. С. Виготського, П. О. Куделі, Д. О. Леонтєва, Л. І. Леденьової, В. Т. Лісовського, Т. Н. Мальковської, Н. Паніної, А. В. Русенького, Н. А. Трикоз, Г. В. Цесарського, В. О. Ядова та інших.

Обговорюється означена проблема і на конференціях як міжнародних та і всеукраїнських: “Формування професіоналізму вчителя: проблеми. пошуки рішень на рубежі століть” (республіка Беларусь. м. Барановичи), “Виховна парадигма в системі національної вищої школи: головні складові та джерела (Україна, м. Дніпропетровськ).

Мета. На жаль поки що відсутній порівняльний аналіз ціннісних орієнтацій студентів різних країн, державних та комерційних вищих навчальних закладів тощо. Тому нами зроблена спроба частково усунути означену проблему, через проведення порівняльного аналізу ціннісних орієнтацій студентів економічної та педагогічної вищої школи м. Кривого Рогу.

Під ціннісними орієнтаціями ми використовували визначення, що пропонується науковцями під керівництвом В. Г. Городяненка, це соціальні цінності, які спрямовують діяльність та соціальну поведінку особистості і поділяються нею.

Отримані результати. Експериментальне дослідження було проведено на базі студентів I курсу Криворізького економічного інституту Київського національного економічного університету, спеціальність економіка підприємств (59 чоловік) та II курсу

Криворізького державного педагогічного університету, спеціальність дизайн та реклама, в опитуванні приймало участь 33 студента.

Аналізуючи відповіді на запитання анкети “Чим приваблює Вас вища освіта” студенти економічної вищої школи визначили наступні перші чотири позиції: можливість стати освіченою людиною 16,5 %, можливість у майбутньому займати високе суспільне положення 14,8 %, можливість у майбутньому багато заробляти 14,8 % та можливість отримати професію яка мені цікава 14,2 %. Студенти педагогічного вузу на перше місце ставлять можливість отримати професію яка мені цікава 72,7 %, на друге – можливість найбільш повно реалізувати свої здібності 54,5 % (серед студентів економічного вузу лише 11,8 % обрали цей показник), на третьому місці 53,1 % можливість стати освіченою людиною, на четвертому можливість спілкування з цікавими людьми 30 %. На запитання “У якій мірі Вас влаштовує вуз, в якому Ви навчаєтесь?” повністю задовольняє лише 17,7 % студентів економічної вищої школи та 24 % педагогічної, а не повністю задовольняє більше з педагогічного навчального закладу чим з економічного 75,7 % та 14,2 %. Пропонуючи студентам наступне питання ми намагалися з’ясувати що саме не влаштовує у роботі навчального закладу. Так як майже 99 % студентів-педагогів влаштовує навчальний заклад, то відповіді на це запитання вони не давали. Серед студентів економістів відповіді розташувались у наступному порядку: праця за такою спеціальністю пов’язана з тяжким навантаженням 2,4 %, кожен десятий студент вважає що обрана спеціальність має мало можливостей для творчості, однакова кількість студентів (по 0,6 %) вказали на те, що їм не вистачає здібностей для оволодіння цією спеціальністю та з такою спеціальністю легко стати безробітним. На наш погляд цікавими є відповіді, які відображають погляди студентів щодо закінчення вищого навчального закладу. Так, аналіз отриманих даних свідчить що, студенти обох вузів мають бажання організувати власну справу, треба зазначити, що цей показник вище серед студентів спеціальності “Дизайн реклами” (відповідно 54,5 % та 16,5 % серед студентів спеціальності “економіка підприємств”). Наведені дані зайняли перше місце серед 14 запропонованих студентам варіантів відповідей. На другому місці опинилися наміри студентів працювати за

спеціальністю у держсекторі 21,2 % майбутніх педагогів та 10 % серед майбутніх економістів. Але далі ми бачимо розбіг у намірах так на третьому місці: 15 % студентів педвузу планують навчатися в аспірантурі, четверте місце: бажають отримати другу вищу освіту та працювати за спеціальність у не державному секторі по 12 %, п'яте місце (по 6 %): поділили між собою наміри щодо організації власної справи не пов'язаної з отриманою мною спеціальністю, бажання займатися чим завгодно тільки добре платили та чим завгодно тільки б не бути безробітним. Останнє шосте місце – це прагнення продовжити навчання за кордоном 3 %. Серед студентів економічної вищої школи відповіді розподілилися наступним чином: 3 місце (7,7 %) – бажають працювати за спеціальність у не державному секторі (у студентів педагогів цей показник стоїть на четвертому місці). А бажання отримати другу вищу освіту співпадає у студентської молоді незалежно від обраної спеціальності, в обох випадках результати зайняли 4 місце. 3,5 % (5 місце) студентам було складно визначитись з планами на майбутнє. Тільки 1,8 % майбутніх економістів планують продовжити навчання за кордоном, хоча дана відповідь і займає однакове, 6 місце в обох випадках. Згодні працювати у держсекторі не за спеціальністю лише 1,2 % майбутніх економістів і жодна людина серед педагогів. Працювати не за спеціальністю у недержавному секторі такі ж самі 1,2 % майбутніх економістів і ні одного педагога. Інші варіанти відповідей не запропонували студенти а ні педагогічної, а ні економічної вищої школи. Ми намагалися з'ясувати найголовніші життєві цінності студентів. Їм було запропоновано обрати з 17 найбільш важливих 6. Ми отримали наступні результати: на першому місці обрано гарні друзі 84,8 % студентів спеціальності „Дизайн та реклама” та 27,7 % студентів економістів. На другому для майбутніх педагогів є кохання 78,8 %, для економістів це сім'я 27,1 %. Педагоги сім'ю поставили на третє місце 66,6 %. На цій позиції у економістів знаходиться кар'єра 26,6 %, а педагоги їй відвели 4 місце. Економісти ж кохання віддали 4 місце. В той же час однакове відношення є у студентів обох навчальних закладів до матеріальної стабільності (57,5 % та 17,7 %), свободи (57,5 % та 11,8 %) та цікавій професії. Творчість є найбільш важливою цінністю для студентів спеціальності „Дизайн та

реклама” 51,5 % та 5,9 %, а багатство зайняло 12 позицію, для економістів це найбільш важливий показник, він знаходиться на дев'ятій позиції. Популярність та суспільне визнання займають лише 13 позицію у студентів педагогічної вищої школи, а у економістів лише 16 з 17 можливих.

Зовсім різне бачення студентів що саме сприяє життєвому успіху. На думку економістів це ділова хватка, підприємливість, потім високий професіоналізм та впливові друзі, наявність зв'язків, а в же після цього працелюбність. Вражає той факт що чесність, порядність стоїть у педагогів на 6 місці, у економістів на 7. Щасливому випадку. везінню відведено 7 та 6 місця. Турбує той факт, що однакове 5 місце зайняло вміння використовувати будь-які засоби для досягнення життєвого успіху. Такі наміри, на нашу думку, у майбутньому будуть сприяти проявам девіантної поведінки, як серед педагогів так і серед економістів.

Можна пояснити чому саме на перше місце серед життєвих цінностей студенти обох вузів поставили гарних друзів. На їх думку, досягти успіху у житті можливо завдяки впливовим друзям та зв'язкам, це відповідно 33,3 % 11,2 %. Наше опитування свідчить про те, що молодь не очікує від держави допомоги, тому що з двох суджень 66,6 % педагогів та 15,9 % економістів обрали наступне “Кожна людина сама повинна вирішувати свої матеріальні проблеми, не очікуючи допомоги від держави”. На думку студентів у природі все живе має рівні права на існування, нічого не може бути знищено в угоду інтересів людини (75,7 % та 24,2 %), це свідчить про небайдужість студентів до природи рідного краю. Але турбує висвітлені нахили до девіантної та деликвентної поведінки студентів як педагогічного так і економічного вузу, через те, що 42,4 % педагогів та 14,8 % економістів вважають, що якщо закони відстали від життя, то необхідно діяти в залежності від обставин, обходити їх. 63,6 % майбутніх вчителів та 29,5 % економістів обрали твердження, що людина – творець власної судьби, він повинен бути вище за будь яких обставин, не зважаючи на те, що сьогодні значний вплив на молодь України з боку різних релігійних установ, в той же час у студентів будь якої спеціальності домінує раціоналізм.

Висновки. Таким чином, проведене дослідження дозволило виявити ціннісні орієнтації сучасної студентської молоді. Незважаючи на те, що у дослідженні приймали участь студенти різних вузів значних розбігів у ціннісних орієнтаціях немає. Молодь є найбільш сприятливою категорією населення до процесів трансформації суспільства. Аналіз отриманих даних дозволяє зробити висновок що більшість студентів орієнтована на індивідуалізм, не орієнтована на допомогу від держави, схильна до ігнорування законів і навіть за деяких обставин їх порушувати. Тому потрібне коригування виховної роботи серед молоді. Подальшу свою роботу ми бачимо у з'ясуванні мотивів вибору студентів.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ КРЕАТИВНОЇ РЕКЛАМИ

Водоп'янова О. Ю.,

Дніпропетровський національний університет

Анотація. Стаття розкриває психологічні особливості сприйняття творчої реклами та зрозуміння головних чинників креативної реклами як творчого процесу.

Аннотация. Водопьянова Е. Ю. "Психологические особенности восприятия креативной рекламы". В статье раскрываются психологические особенности восприятия творческой рекламы и главных факторов креативной рекламы как творческого процесса.

Annotation. Vodopyanova E. Y. "Psychological features of perception of creative advertising". In the article the psychological features of perception of creative advertising and primary factors of creative advertising as creative process are uncovered.

Постановка проблеми. Реклама – це мистецтво, а її світ – філософія життя, і як будь-яке мистецтво, реклама є відбитком соціальної реальності з одного боку, а з іншого – фактором, який впливає на цю реальність. Вона і дзеркало, і задзеркалля тих змін, які відбуваються з людиною і суспільством. Оскільки реклама на правах мистецтва є складовою культури, то яка культура – така і реклама, яка відбиває світ речей та світ людських уявлень і взаємовідношень такими, які вони є. Реклама проникла в усі сфери життєдіяльності людини, простір людини насичений рекламними повідомленнями, що створюють нове естетично-комунікативне середовище. Отже,

створення реклами на рівні високої майстерності та творчої потенції відіграє роль фактора, який підіймає рівень культури, формує складні психічні утворення, такі як світогляд, естетичний смак, соціальні цінності, стиль життя, моральні принципи і т. ін., тобто підіймає рівень свідомості кожної людини і впливає на рівень суспільної свідомості взагалі.

Реклама-мистецтво має складний творчий процес, в основу якого покладено творчий потенціал рекламіста, його уява, гострий розум, натхнення, працездатність та особливості його психіки.

Аналіз досліджень та публікацій. Проблеми творчості з давніх-давен хвилювали людство, а зараз стають актуальними в силу своєї гносеологічної, соціально-психологічної і світоглядної багатоаспектності. Проблемами дослідження творчості як психологічного процесу взагалі детально займався український психолог Романець В. А.. Його "Психологія творчості" [8] допомагає зрозуміти механізми творчого процесу людини, формування творчих здібностей, розкриття особливостей творчого мислення, сприйняття і реакцію на нестандартне мислення. "Психологія реклами" Мокшанцева Р. І. [6] також містить аналіз творчості, але з точки зору і стосовно реклами: автор розглядає творчий процес як складову рекламної діяльності. Праці Амосова І. М. "Моделирование творческой личности" [1], Біблера В. С. "Мышление как творчество" [2], Демидова В. Є. "Сущность рекламы и психология ее восприятия" [3], Понамарьова Я. О. "Психология творчества и педагогика" [7] допомагають зрозуміти тонкі механізми творчого процесу, проникнути за куліси виникнення творчого задуму. Аналіз цих джерел розкриває неповторну психологічну особливість творчого процесу, допомагає проаналізувати взаємозв'язок творчості і реклами, вплив на сприйняття споживачем креативної нестандартної реклами, взаємопереплетіння творчої думки рекламіста та мислення пересічної людини.

Мета. Кожне рекламне повідомлення несе в собі не тільки, і не стільки інформацію як таку, але й певний емоційний запал, задум, позицію автора-рекламіста та рекламодавця. На меті ми маємо розкрити поняття творчості і психологічні особливості сприйняття креативної реклами та розібрати складові процесу творчого мислення;

виявити головні чинники впливу креативної реклами на свідомість людини.

Надана стаття тісно переплітається з матеріалами та є складовою частиною дисертаційного дослідження автора стосовно реклами. Також темі креативної реклами присвячена лекція введеного нового курсу „Психологія реклами і маркетинг”, яка викладається для студентів спеціальності „Дизайн” на кафедрі образотворчого мистецтва і дизайну факультету української філології та мистецтвознавства Дніпропетровського національного університету.

Отримані результати. Реклама вже на стільки увійшла до нашого життєвого простору, що навіть не вистачить сили нашої думки уявити собі життя без неї. Тому чим далі, тим все складніше стає утримання потенційного покупця від бездумного спостереження реклами взагалі, а примусити його мозок до дії, викликати певні емоції. Глядачеві вже не цікаво, коли він бачить чергову рекламну пропозицію, він дивиться на неї, як на щось звичайне, “саме собою зрозуміле”. Тому виникає потреба створення чогось нового, незвичного, чогось, щоб викликало у глядача емоційний відгук, який перевтілюється в раціональне рішення стосовно товару реклами. На допомогу пошуку нестандартного підходу до створення реклами завжди приходив творчий потенціал одного рекламиста або колективу, який працює в сфері реклами. Створення дійсно цікавої, творчої, неординарної реклами відновлює зацікавленість глядача; пошук нового, який в творчому процесі ніколи не зупиняється, приносить свої результати, примушує рекламу “діяти”, привертає увагу і не залишає нікого байдужим. Творчий підхід – це завжди результативно.

Що таке творчість? Результат особливого обдарування і виключності людини, ірраціональної інтуїції, екстрасенсорного сприйняття, багатой, розвинутої уяви або логічного мислення? Творчість як процес створення нового висловлює утворюючу роботу людини, яка тісно пов’язана з пізнавальною діяльністю, що є відбитком об’єктивного світу в свідомості людини. В процесі творчості не тільки відбиваються предмети і явища об’єктивного світу, але і пізнаються мета, умови і причини виникнення і існування цих предметів і явищ. Тобто, творчість слід розглядати як процес складних об’єктивно-

суб'єктивних відношень між творцями і об'єктами творчості, як єдність пізнання і перевтілення. Об'єктивний характер творчого процесу проявляється у відбитку реальних явищ, завдань, суспільних потреб; суб'єктивний бік висловлюється в різноманітних мотивах і результатах перевтілюючої діяльності людини [8, 12].

Творчий процес присутній у великій мірі в рекламній діяльності, він складний та багатоплановий, має свої специфічні особливості, і з тим, за характером будови, подібний до творчого процесу взагалі.

Перед креатором-рекламістом, який отримав від замовника певну інформацію та хоче або повинен донести її до глядача виникає проблема вдалого перевтілення похідної інформації в інформацію, яку зчитує споживач. Будь-яке перевтілення похідної інформації проходить через творчу переробку. Просту інформацію людина, як правило, зчитує та розшифровує раціонально, усвідомлено, тобто чітко прослідковуючи складові загального враження, джерело інформації та ін. Численність оціночно та емоційно забарвлених складових рекламного повідомлення глядач сприймає неусвідомлено та не завжди може пояснити, що викликало в нього ту чи іншу реакцію або принаймні настрій, враження. Саме оціночно-емоційне відношення глядача обумовлюється креативним підходом до створення реклами, тобто іншими словами, творчий підхід та нестандартність завжди привертають увагу і приваблюють.

Креативна рекламна продукція формально подібна до творів мистецтва, вона має неділиму цілісність художнього твору. Творчість – це вид діяльності, який несе в собі щось якісно нове, чого раніш не існувало, це утворююча діяльність, яка характеризується неповторністю за характером створення і набутими результатами. Результат творчої діяльності завжди є оригінальним і направленим на створення речей, яким властиво висока суспільна значущість, але результат творчої діяльності не завжди співпадає з результатом його практичного застосування. Опанування теорією творчості, прийомами і методами пошуку нових рішень допомагає усвідомити соціальну значущість творчого процесу, його необхідність, повніше розкриває творчі можливості рекламіста.

Головна функція креатора – розробка ідеї рекламного повідомлення, вигадування його візуального ряду і психологічний аспект творчості повинен мати особисті та процесуальні фактори [6, 45]. Будь-яке креативне рішення несе в собі елемент новизни, який в своєму розумінні є зв'язуючим між суб'єктивними і об'єктивними моментами і висловлює відношення людини (суспільства) до результату (продукту діяльності). По відношенню до “творця”, новизна класифікується:

– індивідуальна новизна (результат діяльності, який не є новим для суспільства, таке нове є суб'єктивним, індивідуальним, психологічним новим);

– локально-нова (групова) новизна (результат творчої діяльності, що є новим для групи або колективу людей);

– регіонально-нове (новизна, яка розповсюджується або обмежується рамками окремої держави або визначеного регіону);

– об'єктивно-нова (всесвітня) новизна (новизна, що визначена для всього суспільства, людства) [7, 84].

Творчій процес містить в собі 4 фази, в основу яких покладено перехід від свідомого пошуку до інтуїтивного рішення і еволюцію інтуїтивного рішення в логічно завершене. Це:

1. Свідома робота (підготовка), особливий стан діяльності як передумови інтуїтивного проблиску нової ідеї;

2. Несвідома робота (визрівання, інкубація направляючої ідеї, тобто робота на рівні підсвідомості);

3. Перехід несвідомого в свідоме (етап натхнення, в результаті несвідомої роботи в сферу свідомості надходить ідея рішення. Спочатку у вигляді гіпотези, принципу або задуму);

4. Свідома робота (розвиток ідеї, кінцеве оформлення ідеї) [7, 85].

На кожному етапі розвитку реклами процес творчості проходить наступні стадії: оцінювання ситуації; постановка завдання, виявлення проблеми; використання підсвідомості у творчості; розробка ідеї; оцінювання ідеї; вибір вдалої ідеї; втілення ідеї та задуму в життя. Тобто це можна класифікувати за фазами, як:

- фазу логічного аналізу (для вирішення творчого завдання використовуються знання, якими володіє рекламист, він повинен бути компетентним і інтелектуальним);

- фазу інтуїтивного рішення (визначає інтуїтивний, несвідомий засіб вирішення протиріччя; на цьому етапі свідомим є необхідний або потрібний результат);

- фазу вербалізації інтуїтивного рішення (свідомим є не тільки потрібний результат, але й процес отримання цього результату – алгоритм рішення творчого завдання);

- фазу формалізації вербалізованого рішення (відбувається здійснення постановки і рішення, оптимізація результату рішення, надання знайденому результату кінцевої, логічно завершеної форми) [7, 85-86].

Нестандартне мислення, здібність до погляду з іншого боку, бачити те, що не бачать інші, ігнорування несов'язкових табу – головні психологічні особливості дійсно творчої особистості, яка має почуття гумору, живе уявлення, цікавиться людьми та мотивами їх вчинків, має широку ерудованість, здібність бачити красу в звичайних речах та творчими прийомами викликати, інколи доволі незвичайні, асоціації і т. п.

Але при створенні креативної реклами, автор повинен постійно пам'ятати і мати на увазі, що вдалі, на його погляд, рішення мажуть бути не адекватно зрозумілі та сприйняті споживачем рекламної продукції. Людина є художником, що постійно творить образи, враження. Вміння керувати цими образами – вміння керувати іншими людьми. Реклама в своїх головних положеннях переслідує досить визначену мету, яка досягається засобами, що викликають зацікавленість спостерігачів, закріплення в їх пам'яті інформації та виникнення бажання зробити покупку. Тобто рекламна інформація завжди направлена із розрахунку викликати у покупця визначене відношення до предмету реклами. Психологічні аспекти можна розбити на дві головні проблемні групи: одна з них охоплює задачі доведення інформації до адресата, інша пов'язана з підбором відповідного рекламного матеріалу, особливо приділяє увагу творчому підходу при створенні рекламної продукції.

Висновки. Складність рекламної творчості полягає в тому, що рекламне повідомлення, створене одним спеціалістом або колективом, повинно бути не тільки красивим і оригінальним з точки зору естетики, але обов'язково містити в собі УТП – унікальну торгову пропозицію [4, 52]. Але обмеження ролі реклами лише до пропозиції товарів зменшує

силу її впливу на покупця. Перед рекламістом завжди постає подвійна проблема. З одного боку, потрібно продати товар, інакше який сенс в такій рекламі, а з іншого боку, креатори створюють рекламу, яка одержує призи на фестивалях і нічого не продає. Такий феномен має місце, коли захопленість, натхнення творця-рекламіста переважають практичний бік процесу рекламної діяльності і виникає, так би мовити, „мистецтво в мистецтві” [6, 46-47]. У зв'язку з цим виникає проблема підбора відповідних аргументів та засобів пропозиції, які б обґрунтовували надану інформацію і спонукали до дії глядача. Вміння переконувати є для реклами головною умовою її дії в межах завдання.

Література

1. Амосов И. М. и др. Моделирование творческой личности. – М., 1979.
2. Библер В. С. Мышление как творчество. – С.-П., 1999.
3. Демидов В. Е. Сущность рекламы и психология ее восприятия. – М., 1984.
4. Картер Г. Эффективная реклама. – М., 1991.
5. Лебедев А. Н. Особенности психологического воздействия в российской рекламе. – М., 1995.
6. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы. – Новосибирск, 2000.
7. Понамарев Я. А. Психология творчества и педагогика. – 1976.
8. Романець В. А. Психологія творчості. – Київ, 2001.

ОСНОВИ ПІДГОТОВКИ ХУДОЖНИКА-ПЕДАГОГА

Головатий С. С.,

Криворізький державний педагогічний університет

Анотація. В статті розглядається специфіка викладання фахових дисциплін на художньо-графічних факультетах, а також специфіка учбово-ділових взаємовідношень викладача і студентів. Одним з головних в цьому процесі автор вбачає урахування у навчальному процесі чуттєвого фактору, а також активне використання мовно-образного арсеналу.

Аннотация. Головатий С. С. “Основы подготовки художника-педагога”. В статье рассматривается специфика преподавания специальных дисциплин на художественно-графических факультетах, а также специфика учебно-деловых отношений преподавателя и студентов. Одним из главных в этом процессе автор усматривает необходимость учитывания в учебном процессе чувственного фактора, а также активное использование условно-образного арсенала.

Annotation. Golovaty S. “Bases of preparation of artist-teacher”. The specific of teaching of the special disciplines on artistically-graphic faculties, and also specific of educational-business relations of teacher and students is examined in the article. To one of main in this process an author sees the necessity of taking into account in the educational process of perceptible factor, and also the active use of de bene esse-vivid arsenal.