

ДИСЦИПЛІНА “ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ” В ХУДОЖНЬО-ПЕДАГОГІЧНІЙ ОСВІТІ

Томашевський В. В.,

Криворізький державний педагогічний університет

Анотация. У статті розглянуто питання ролі і місця дисципліни “Основи зовнішньої реклами” в художньо-педагогічній освіті. Автором надано орієнтовну програму для її викладання у блоці дисциплін спеціальності “Образотворче мистецтво. Дизайн реклами” на художньо-графічному факультеті Криворізького державного педагогічного університету.

Ключові слова: реклама, основи зовнішньої реклами, орієнтовна програма.

Аннотация. Томашевский В. В. Дисциплина “Основы наружной рекламы” в художественно-педагогическом образовании. В статье рассматриваются вопросы роли и места дисциплины “Основы наружной рекламы” в учебном процессе ВУЗ. Автором подано ориентировочную программу для ее преподавания в блоке дисциплин специальности “Изобразительное искусство. Дизайн рекламы” на художественно-графическом факультете Криворожского государственного педагогического университета.

Ключевые слова: реклама, основы наружной рекламы, ориентировочная программа.

Annotation. Tomashevsky V. V. Discipline “Principles of external advertisement” in the Art pedagogical education. In article is considered the questions of the role and place of the discipline “Principles of external advertisement” in the learning process of HLL. Author presents a tentative programme for her teaching in the block of discipline of the specialty. “Fine Art. Design of advertisement” in the art-graphic department of Krivy Rig pedagogical university.

Key words: advertisement, external advertisement, tentative programme.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розбудови української державності значно актуалізується проблема утвердження духовних, моральних, естетичних та творчих якостей особистості. Шлях до цього лежить через гуманітаризацію освіти, яка передбачає використання новітніх технологій в освітньому процесі і спрямування його на формування цілісної гармонійної картини світу.

В умовах сьогодення дуже важливу роль відіграє вчитель-педагог, від якого безпосередньо залежить якість результату в освітньо-виховному процесі. Вся структура навчально-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 в своїй педагогічній та художньо-творчій діяльності. Джерела інформації, вірні ціннісні орієнтири, формування об'єктивного сприйняття та оцінки реклами як складової внутрішньої культури набувають особливої ваги. Врахування особливостей вітчизняної реклами, побудованої на високому професіоналізмі, з одного боку, та вирішення проблеми виховання в сучасній молоді художньо-естетичних засад та свідомого сприйняття рекламної продукції з іншого, повинно поштовхнути в підготовці фахівців відповідного напрямку, зокрема вчителів образотворчого мистецтва.

Аналіз останніх досліджень. Теоретико-методологічний аспект зовнішньої реклами в комплексі маркетингової комунікації знайшов своє відображення в працях У. Аренса, Л. Бове, І. Вікентьєва, Ф. Джефкінса [1], І. Крилова, М. Ліфінцева [3], М. Рогожина, І. Рожкова, С. Ромата та інших. На пострадянському просторі існували різні види зовнішньої реклами: вивіски, вітрини, плакати тощо. Зокрема

проблемами торгової реклами займалися В. Глазунова, Є. Капєвський, В. Тихоновський та ін.; художникам-оформлювачам пропонувалися різні засоби для вирішення зображувальних завдань рекламної продукції В. Биковим, Є. Лебедевою, С. Смирновим, Г. Тарасовичем тощо. Вагомий внесок в розвиток реклами як об'єкту дизайну, внесли О. Дорогов, Л. Переверзєв, О. Маторін, В. Сидоренко, В. Сьомкін [4,5], С. Рибін та інші.

Формулювання цілей статті. Головною особливістю вивчення, викладання та впровадження дисциплін, що стосувались зовнішньої реклами було те, що цим питанням займалися здебільшого художньо-промислові інститути та вищі навчальні заклади з підготовкою інженерно-технічних спеціальностей.

Мета нашої статті надати орієнтовну програму з дисципліни “Основи зовнішньої реклами” в системі художньо-педагогічної освіти в контексті оволодіння нею майбутніми вчителями образотворчого мистецтва у вищому навчальному закладі.

Результати дослідження. В межах спеціальності “Образотворче мистецтво. Дизайн реклами”, що була відкрита на художньо-графічному факультеті Криворізького державного педагогічного університету як спеціалізація “Дизайн реклами”, з врахуванням базової спеціальності 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. Формулюючи освітньо-кваліфікаційні вимоги вищезгаданої спеціалізації було враховано як зміст основної спеціальності, так і напрямок та перспективи розвитку освіти в світі сучасних потреб українського суспільства.

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 орієнтуватися 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 умови твердої опори на базові дисципліни циклу професійно-практичної підготовки та на 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 запити 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 вищого 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 дисциплін спеціальності “Образотворче мистецтво. Дизайн реклами” є дисципліна “Основи зовнішньої реклами”. Необхідність її введення до вивчення блоку дисциплін зумовлена значним зростанням попиту регіону зокрема та суспільства взагалі на виконання високоякісної продукції в галузі рекламно-дизайнерської діяльності з питань зовнішньої реклами, розширення зв'язку з дисциплінами “Композиція”, “Декоративно-прикладне мистецтво”, “Художня прикладна графіка” тощо, глибоке оволодіння якими необхідно для підготовки майбутнього художника-педагога.

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 чіткої програми, за якою він міг би здобути теоретичні засади та отримати практичні навички з цієї дисципліни.

Головною особливістю вивчення, викладання та впровадження дисциплін, що стосувались зовнішньої реклами було те, що цим питанням займалися здебільшого художньо-промислові інститути та вищі навчальні заклади з підготовкою інженерно-технічних спеціальностей. Вищезгадане свідчить, що різними аспектами реклами займалися багато вчених на досить відчутному відтинку часу. Проблема полягає в тому, що за останні роки із величезної кількості літератури теоретичного спрямування щодо методології, функцій, основних принципів та законів рекламного менеджменту, професії рекламиста, 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 основ зовнішньої реклами як навчальної дисципліни в системі вищих навчальних педагогічних закладів. Як навчити майбутнього вчителя образотворчого мистецтва орієнтуватися в сучасному інформаційному просторі зображувальних засобів, як відрізнити якісну рекламу від неякісної і, нарешті, як донести до учнів розуміння тих гуманних принципів, що повинна нести в собі дійсно висококласна реклама?

Вирішення цих проблем тісно пов'язане з необхідністю озброєння майбутнього художника-педагога навчально-методичною літературою з основ зовнішньої реклами, яка має визначити її місце в загальній структурі реклами, підпорядкованість основним її принципам, зазначити особливості впливу зовнішньої реклами на споживача та відшукати певні орієнтири для засвоєння цих знань.

Саме тому, недостатність розробки такого роду літератури надає нам підставу для складання орієнтовної програми з дисципліни "Основи зовнішньої реклами", яка наводиться нижче.

Таблиця 1

Орієнтовна програма з дисципліни "Основи зовнішньої реклами"

Назва дисципліни	Загальний обсяг годин	Кількість кредитів	Лекції, год.	Лабор., год.	Інд. роб., год.
Основи зовнішньої реклами	108	2	10	76	22

Мета. Окреслити роль і місце зовнішньої реклами в суспільному житті; оволодіти навичками практичної роботи з сучасними матеріалами для зовнішньої реклами; формувати серед у студентів естетичний смак в оцінці рекламної продукції.

Завдання. Охарактеризувати основні принципи, види зовнішньої реклами, методи її практичного виготовлення, особливості її психологічного впливу на сприйняття людини; знати й дотримуватися естетичних і правових норм зовнішньої реклами.

Прищепити навички практичної роботи з матеріалами та інструментами для виготовлення продуктів зовнішньої реклами.

Застосовувати знання з основ образотворчого мистецтва та художньої грамоти щодо втілення творчого задуму в матеріалі.

Лекції (10 год., IV семестр)

Тема 1. Історія розвитку реклами та її зв'язок з життям і розвитком суспільства (2 год.).

Тема 2. Основні види зовнішньої реклами та їх класифікація. Принципи та функціональна характеристика зовнішньої реклами (2 год.).

Тема 3. Основи психології та етики зовнішньої реклами. Правові норми розміщення зовнішньої реклами (2 год.).

Тема 4. Сучасні технології проектування та виготовлення зовнішньої реклами (2 год.).

Тема 5. Принципи й методи проектування та конструювання продуктів зовнішньої реклами (2 год.).

Лабораторні заняття (22 год., IV семестр)

Тема 1. Введення в практичну діяльність з основ зовнішньої реклами (2 год.).

Цитання, що розглядаються: особливості матеріалу для виготовлення рекламної продукції, інструментарій, техніка безпеки під час практичної роботи, постановка програмних завдань та послідовність їх виконання.

Тема 2. Виготовлення найпростіших елементів вивіски (20 год.).

Питання, що розглядаються: планшет як модуль просторово-об'ємної композиції, об'ємна літера як елемент графічно-шрифтової композиції, логотипу, фірмового знаку тощо;

- розкрій матеріалу для виготовлення планшету (4 год.);
- клеєння планшету (4 год.);
- зачищення та шліфування планшету (2 год.);
- нанесення ПВХ-плівки на планшет (2 год.);
- розкрій матеріалу для виготовлення об'ємної літери (2 год.);
- клеєння об'ємної літери (2 год.);
- зачищення та шліфування об'ємної літери (2 год.);
- нанесення ПВХ-плівки на об'ємну літеру (2 год.).

Лабораторні заняття (54 год., V семестр)

Тема 3. Виконання ескізу-проекту фасадної вивіски магазину, салону, офісу та іншої установи за вибором студентів (10 год.).

Питання, що розглядаються: пропорційне співвідношення фасадної вивіски і архітектурної споруди, образність художньо-творчого рішення, доцільність використання кольору та графічних елементів;

- пошук розміру та загальної маси фасадної вивіски по відношенню до архітектурної споруди (4 год.);
- вибір кольору, пошук шрифтової композиції, розробка логотипу (4 год.);
- уточнення окремих графічних елементів композиції, нанесення зображення на фотографічних знімок фасаду (2 год.).

Тема 4. Виконання ескізу оформлення вітрини за образною тематикою вивіски (8 год.).

Питання, що розглядаються: взаємозв'язок графічного зображення вітрини та фасадної вивіски, композиційне і кольорове вирішення ескізу вітрини.

Тема 5. Виконання оригінал-макету об'ємної фасадної вивіски та вітрини в матеріалі (36 год.).

Питання, що розглядаються: масштабність оригінал-макету, його відповідність щодо задуму та ескізу, виконання завдання в матеріалі;

- перенесення розмірів та розкрій матеріалу (8 год.);
- касення оригінал-макету (10 год.);
- плоттерна обробка плівки для нанесення графічно-шрифтових елементів (2 год.);
- шліфування та нанесення ПВХ-плівки на оригінал-макет (10 год.);
- закріплення оригінал-макету на планшеті, уточнення деталей, подання роботи для перегляду (6 год.).

Індивідуальні заняття (8 год., IV семестр)

Тема 1. Виготовлення інструменту для практичної роботи (4 год.).

Тема 2. Тренування якісного нанесення ПВХ-плівки на рівну поверхню (4 год.).

Індивідуальні заняття (14 год., V семестр)

Тема 3. Пошук за вибором студента фасаду архітектурної споруди (фотографування, сканування знімку, підготовка до нанесення ескіз-проекту фасадної вивіски) (4 год.).

Тема 4. Пошук та обробка інформаційного матеріалу щодо спеціалізації обраного за вибором студента установи, ескіз-проект вивіски якої необхідно виконати (6 год.).

Тема 5. Розробка конструкції та елементів кріплення фасадної вивіски, креслення та пояснювальна записка до оригінал-макету (4 год.).

Висновки. Таким чином, дисципліна “Основи зовнішньої реклами” є однією з дисциплін блоку “Дизайн реклами”, а її вивчення обов’язково повинно базуватися на твердому оволодінні знаннями з фахових дисциплін, зокрема композиції та декоративно-прикладного мистецтва, врахуванні психічних особливостей сприйняття кольору, форми об’єктів та ін. Наведена вище програма відкриває змогу майбутньому випускнику вищого навчального педагогічного закладу за спеціальністю “Образотворче мистецтво. Дизайн реклами” оволодіти практичними навичками роботи з матеріалами для реклами, навчитися орієнтуватися в різноманітних засобах та формах їх застосування, використовувати новітні технології як інструмент для реалізації власного творчого задуму. Все це надасть можливість ефективніше працювати в галузі освіти, формувати естетичні смаки школярів загальноосвітніх шкіл та навчально-виховних закладів, творчо реалізовувати себе в сучасному суспільстві.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Подальшій розробці програмних завдань з дисципліни “Основи зовнішньої реклами” необхідно приділити більше уваги в плані вивчення та впровадження їх в практику навчання студентів художньо-графічних факультетів вищих навчальних закладів з додатковими спеціалізаціями “Дизайн реклами”. Оволодіння цими знаннями надасть змогу широкого застосування можливостей майбутніми вчителями образотворчого мистецтва в загальноосвітніх школах та навчально-виховних закладах.

Література

1. Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник. – К.: Т-во “Знання”, 2001. – 465 с.
2. Кнорре К. Наружная реклама. – М.: Бератор-Пресс, 2002. – 192 с.
3. Лифинцев Н. А., Лифинцев С. Н., Воронина Т. Н. Реклама: теоретико-методологический аспект (опыт теоретического исследования). Учебно-методическое пособие. – К.: ИППР, 2002. – 62 с.
4. Программа дисциплины “Основы дизайна” для инженерно-технических высших учебных заведений / Сост. Семкин В. В. – К., 1989. – 21 с.
5. Семкин В. В. Дизайн и реклама. – К.: ИППР, 2002. – 33 с.

ДО ПИТАННЯ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС НА ХУДОЖНЬО-ГРАФІЧНИХ ФАКУЛЬТЕТАХ

Трубчанинова Т. Л.,

Криворізький державний педагогічний університет

Анотація. В статті розглядається проблема запровадження нових інформаційних технологій у процес фахової підготовки художників-педагогів. На основі аналізу можливостей відомих графічних програм простежуються шляхи удосконалення викладання інженерної графіки.

Ключові слова: інформатизація освіти, графічні програми, інженерна графіка.

Аннотация. Трубчанинова Т. Л. К вопросу о внедрении информационных технологий в учебный процесс на художественно-графических факультетах. В статье рассматривается проблема внедрения новых информационных технологий в процесс специальной подготовки художников-педагогов, на основе анализа возможностей известных графических программ прослеживаются пути совершенствования преподавания компьютерной графики.

Ключевые слова: информатизация образования, графические программы, инженерная графика.

Annotation. Trubchaninova T. L. To the question about introduction of information technologies in an educational process on artistically-graphic faculties. The problem of introduction of new information technologies in the process of the special preparation of artists-teachers is examined in the article. On the basis of analysis of possibilities of the known graphic programs the ways of improvement of teaching of computer graphics are traced.

Key words: informatization of education, graphic programs, engineering graphic arts.