

Міністерство освіти і наук і України
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди
Факультет мистецтв
Кафедра теорії і методики мистецької освіти та диригентсько-хорової
підготовки вчителя

Теорія і методика виховання художньо- обдарованої особистості у закладах мистецької освіти

**ЗБІРНИК СТАТЕЙ
VII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

ЧАС МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТИ

17 – 18 жовтня 2019 року

Частина II

TIME OF ART EDUCATION

**Collection of Articles VII of the All-Ukrainian Scientific-Practical
Conference**

**«Theory and methods of education of the artistically gifted person in the
institutions of art education»**

**Харків
Україна
2019**

УДК 37.032

ББК 85я43

Ч-24

Редакційна колегія

Калашник М.П. – доктор мистецтвознавства, професор

Матвеева О.О. - доктор педагогічних наук, професор

Полубоярина І.І. – доктор педагогічних наук, професор

Смирнова Т.А. - доктор педагогічних наук, професор

Соколова А.В. - доктор педагогічних наук, професор

Тарарак Н.Г. - доктор педагогічних наук, професор

Тушева В.В. - доктор педагогічних наук, професор

Перетяга Л.Є - доктор педагогічних наук, професор

Фомін В.В. – доктор педагогічних наук, професор (голов.ред.)

Бурма А.В.- кандидат педагогічних наук, доцент

Затверджено редакційно видавничою радою Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди

Протокол № 6 від 05.11.2019

У збірнику подано статті VII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Теорія і методика виховання художньо-обдарованої особистості у закладах мистецької освіти». Збірник розрахований на студентів, магістрантів, аспірантів, докторантів, здобувачів, педагогічних і науково-педагогічних працівників науково-дослідних інститутів, ЗВО, учителів мистецьких шкіл.

Ч-24 Час мистецької освіти «Теорія і методика виховання художньо-обдарованої особистості у закладах мистецької освіти: зб. статей VII Всеукраїнської наук. - практ. конф. 17-18 жовтня 2019 року) , ч. II / заг. ред. В.В. Фомін – Харків: ХНПУ імені Г. С. Сковороди, 2019 – 268 с.

ISBN 978-617-7298-28-0

Редакційна колегія не завжди поділяє позицію авторів.

Автори статей несуть повну відповідальність за опублікований матеріал.

Мова видання: українська, англійська.

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди, 2019

УДК 37.032

ББК 85я43

© Харківський національний педагогічний
університет імені Г.С. Сковороди, 2019

Дмитро Головаш

АНІМАЦІЯ В СИСТЕМІ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ:
РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АНІМАЦІЇ 48

Наталія Грибовська

СТИЛЬ МІЛІТАРІ В ЖІНОЧОМУ ОДЯЗІ..... 51

Кальченко Валерія

ПСИХОЛОГІЯ КОЛЬОРІВ В ПЛАКАТАХ..... 55

II. СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ

Анастасія Солонченко

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «МУЗИЧНА СПАДЩИНА» У ДОВІДКОВІЙ
ТА НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ 58

Л.І.Донченко

ОСОБЛИВОСТІ ЕВОЛЮЦІЇ РЕКВІЕМУ ЯК ЖАНРУ ХОРОВОЇ
МУЗИКИ 62

III. ВИДАТНІ ТВОРЧІ ОСОБИСТОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТА СВІТОВОЇ МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТИ

Олексій Безруков

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА СПІВАЦЬКО-РЕЖИСЕРСЬКОГО
ДОСВІДУ ДМИТРА ГНАТЮКА НА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ
МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА 69

Купкіна Наталія

СПЕЦИФІКА ЖАНРУ МЕСИ У ТВОРЧОСТІ ФРАНЦУЗЬКИХ
КОМПОЗИТОРІВ ХІХ СТОЛІТТЯ..... 76

І. Теоретико-методологічні основи виховання художньо-обдарованої особистості у закладах мистецької освіти

УДК 159.923

Дмитро Головаш

*Харківський національний педагогічний
університет імені Г.С.Сковороди,
факультет мистецтв
кафедра дизайну
б.м група*

АНІМАЦІЯ В СИСТЕМІ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АНІМАЦІЇ

Науковий керівник: кандидат мистецтвознавства, доцент Л.А Сухорукова

Розглядаються функції, які виконувала анімація на різних етапах розвитку. Вивчаються комунікативні ресурси анімації.

Ключові слова: засоби масової інформації, телебачення, анімація, мультфільми, агітація, сатира.

The functions animation performed at different stages of its evolution are considered. Communicative resources of the animation are studied.

Key words: mass media, television, animation, animated cartoons, agitation, satire

Постановка проблеми. У зв'язку із зростаючою комп'ютеризацією суспільства комп'ютерно-демонстраційна інтерактивна техніка дизайну активно долучається до таких важливих сучасних соціокультурних процесів як комунікація та інформація. Тенденції сучасного світу актуалізують дослідження ступіні важливості форми подачі інформації як у своїй традиційній, так і в новій комп'ютерній формі.

Аналіз останніх досліджень та отримані результати. Зазвичай контент веб-ресурсів поділяють на два види: вербальний (текстовий), який передається за допомогою системи знаків мультимедіа та візуальний контент, що є частиною мультимедіа. Дослідник І.Мащенко звертає увагу на технічні особливості використання цього терміна: «Мультимедіа – комп'ютерно орієнтований метод, що передбачає використання текстових, графічних і звукових можливостей комп'ютерних пристроїв в інтерактивному режимі» [3, с. 241]. Б.Потятиник наголошує на знаковій природі складових частин поняття:

I. Теоретико-методологічні основи виховання художньо-обдарованої особистості у закладах мистецької освіти

У перекладі з латинської – «multum» – багато. Отож термін multimedia – буквально означає «багатомедійність». У сучасному розумінні – це поєднання різних медіумів, які тісно взаємодіють один з одним. Переважно йдеться про текст, аудіо, відео, анімацію та нерухомі образи у новинно-аналітичних ресурсах зазвичай базовим є текст, який ілюструють, застосовуючи вищезазначені можливості [4, с. 63]. Авторський колектив німецьких дослідників у енциклопедії «Публіцистика. Масова комунікація», окрім структури, чітко описує канали комунікації: «Мультимедіа – інтеграція усіх можливих модальностей комунікації, усної мови, тексту, відео, аудіо, телекомунікації, розважальної електроніки та комп'ютерної техніки». [1, с. 461].

Мета статті полягає в огляді медійного дизайну як нового напрямку наукових досліджень в Україні, що, в умовах розвитку комп'ютерних технологій та інформаційного суспільства потребує розвитку, нових досліджень, підготовки фахівців, формування чіткого уявлення українського суспільства про медіадизайн як науковий напрямок, а не аматорське мистецтво.

Виклад основного матеріалу. Візуальний контент формується за допомогою наповнення візуальним змістом, це є продукуванням та споживанням інформації у візуальній формі; процес обміну, зв'язку, спілкування між адресатом, каналом та реципієнтом на рівні зорових рецепторів. Якщо побудувати повне визначення, то воно матиме такий вигляд: "Візуальним контентом є інформаційне наповнення засобу масової комунікації (у нашому випадку це веб-ресурс), виражене за допомогою візуальної мови: зображення, знаки, інфографіка, відео тощо".

Цей контент формує новий канал комунікації, який у XXI столітті отримав назву "візуальні комунікації". Не варто забувати й про зорове сприйняття, що відіграє неабияку роль у цьому процесі.

Класифікації візуального контенту. Існує багато класифікацій різних видів інформації, проте для визначення поняття "візуальний контент" актуальними залишаються дві:

I. Теоретико-методологічні основи виховання художньо-обдарованої особистості у закладах мистецької освіти

1. За способом сприйняття людиною. Залежно від того, яким шляхом надходить інформація, розрізняють п'ять її видів: візуальну, аудіальну, нюхову, смакову, тактильну.

2. За способами опрацювання інформація поділяється на числову, текстову, графічну та звукову. За характером інформації візуальний контент може бути комерційного банери, анімації, розважального ілюстрація та інформаційного змісту, вираженого у різних форматах одночасно.

Висновки. Таким чином, у сучасному розумінні поєднання різних медіумів вони тісно взаємодіють один з одним. Переважно йдеться про текст, аудіо, відео, анімацію та нерухомі образи (малюнок, фото, діаграми тощо). У новинно аналітичних ресурсах зазвичай базовим є текст, який ілюструють, застосовуючи вищезазначені можливості" [2, с. 63]. Більшості випадків нині люди сприймають інформацію візуально. Це пов'язано з природньою побудовою їхнього організму, а також із розвитком технологічних засобів, орієнтованих на візуальні образи. Логотипне, кліпове сканування навколишнього притаманне нашому сучасникові завдяки глобальному розповсюдженню візуальних образів, створених підприємницькими структурами, головний мотив яких — просування товару чи послуги, отримання прибутку. Візуальний контент є складовою мультимедіа, що разом із текстовим контентом становить частину загального інформаційного наповнення веб-простору.

Список використаних джерел

1. Вільке Ю. Публіцистика. Масова комунікація: медіаенциклопедія / редкол.:Ю. Вільке [та ін.]. К. Акад. укр. преси, 2007. 780 с.
2. Марчук Л. М. Словник термінології сучасної журналістики / Л. М. Марчук, А. С. Попович. Кам'янець-Подільський : Ка-м'янець-Поділ. нац. ун-т імені Івана Огієнка, 2010. 89 с.
3. Мащенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа: глосарій термінів і виразів : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. Г. Мащенко Київ. міжнар. ун-т. К: [б. в.], 2007.417 с.
4. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика навч. посіб. / Борис Володимирович Потятиник. Львів ПАІС, 2010. 244 с.