

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

ЧАС МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТИ

ЗБІРНИК СТАТЕЙ VIII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ МИСТЕЦЬКА ОСВІТА: ПОШУКИ ТА ВІДКРИТТЯ

16-17 червня 2020 року

I частина

TIME OF ART EDUCATION

**COLLECTION OF ARTICLES VIII OF THE ALL-UKRAINIAN SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

ART EDUCATION: SEARCH AND DISCOVERY

Харків 2020

УДК 37.032

ББК 85я43

Ч-24

Редакційна колегія

Фомін В.В. доктор педагогічних наук, професор (гол. ред.)

Калашник М.П. – доктор мистецтвознавства, професор

Матвеева О.О. - доктор педагогічних наук, професор

Мартинюк Т.В. – доктор мистецтвознавства, 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

Бурма А.В. канд.пед. наук, доцент

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

Протокол № 7 від 19.11.2020р.

У збірнику подано статті VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Мистецька освіта: пошуки та відкриття».. 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 «Мистецька освіта: пошуки та відкриття»: зб. статей VIII Всеукраїнської наук. - практ. конф., (16-17 червня, 2020) / заг.

ред. В.В. Фомін, Харків: ХНПУ імені Г. С. Сковороди, 2020, Ч-І. 186 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

УДК 37.032

ББК 85я43

© Харківський національний педагогічний
університет імені Г.С. Сковороди, 2020

УДК 7012:67

Вероніка Каніковська

*Харківський національний
педагогічний університет
імені Г.С. Сковороди,
м. Харків, факультет мистецтв,
кафедра дизайну
магістр 1 курсу, група 5-М*

ДО ПИТАННЯ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ ВИРОБІВ ТЕКСТИЛЬНОЇ ТА ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Науковий керівник – кандидат психологічних наук, доцент, Я.В.Чеботова

***Анотація.** В статті висвітлюються питання класифікації, методики, етапів розробки графічного дизайну упаковки виробів текстильної та легкої промисловості, яка є невід’ємною частиною сучасної культури. В статті обґрунтовуються положення, що в сучасних умовах, коли комп’ютерні технології стали базою для розвинених нових методів створення зображення, проектування рекламного графічного дизайну упаковки неможливе без використання комп’ютерних програм. А також розглянута класифікація графічного дизайну упаковки зі структурною організацією двох типів: простої і складної.*

***Ключові слова:** графічний дизайн, упаковка, маркетинг, легка промисловість, текстильна промисловість.*

***Abstract.** The article covers the issues of classification, methods, stage of development of graphic design of packaging of textile and light industry products, which is an integral part of modern culture. The article substantiates the position that in modern conditions, when computer technology has become the basis for developed new methods of image creation, the design of advertising graphic design of packaging is inconceivable without the use of computer programs. And also the classification of graphic design of packing with the structural organization of two types is considered: simple and difficult.*

***Keywords:** graphic design, packaging, marketing, light industry, textile industry.*

Постановка проблеми та її актуальність. Останні десятиріччя свідчать про виокремлення пакувального дизайну України у спеціалізовану галузь дизайну, демонструють становлення окремих сфер виробництва, які забезпечують виробництво пакувальних матеріалів, виокремлення спеціального

VI. ВИКОНАВСЬКА МАЙСТЕРНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МИСТЕЦЬКИХ ДИСЦИПЛІН

устаткування, розробку дизайну упаковки, тиражування упаковки за допомогою поліграфії, тощо[1]. Графічний дизайн – один із найважливіших засобів комунікації в сучасному світі. Дослідники і професіонали в галузі маркетингу та реклами давно довели, що упаковка товарів безпосередньо впливає на успіх продажів. Рекламний графічний дизайн упаковки відіграє значну роль в теорії «Маркетинг-міксу» (від англ. Marketing mix), яка активно використовується на заході, а у нас тільки набирає популярності. Графічний дизайн упаковки виробів текстильної та легкої промисловості різноманітний у зв'язку з тим, що даний сегмент світового виробництва товарів, володіє найбільшою кількістю асортиментних груп і охоплює до сорока відсотків усього товарного виробництва. В Україні найбільш розгорнуто рекламна функція упаковки почала подаватися у статтях з 90-х років ХХст., коли упаковка стала відігравати важливу роль в умовах ринкової економіки[2]. Зростаюча актуальність грамотно і ефективно спроектованого графічного дизайну упаковки для вітчизняного виробника об'єктивно ставить перед дизайном і його теорією цілий ряд питань, на які у вітчизняній літературі з дизайну в даний час немає вичерпної відповіді. Це підтверджує доцільність звернення до аналізу процесів формоутворення графічного дизайну упаковки в країнах Західної Європи, Великобританії і США, який розвивався протягом майже двох століть в загальному контексті становлення графічного дизайну і вичленування його в окрему область проектної діяльності. Наприклад, на це вказують рекламні каталоги продукції відомих фірм «HUGO Boss», «ARROW», «BHS», «Principies», «GIORGIO ARMANI», «Triumph», «ChristianDior», «MARY QUANT», «TadeBaker», «NIKE», «WEIRD», «Levi's», «Adidas», «OldNavy», «Celio», «Habitat», «Burberry» та ін. А також комерційні проекти і концептуальні роботи різних зарубіжних студій та бюро дизайну: «Good-creative» (Великобританія), «PaulCartwrightBranding» (Великобританія), «DragonRouge» (Франція), «SDL» (Швеція), «BVD» (Швеція), «Capsule» (США) и др. Матеріали міжнародних виставок «Упакмаш», «Світ упаковки», «Етикетка», «УПАКОВКА-УПАК ІТАЛІЯ», матеріали міжнародного спеціалізованого салону «Сучасна етикетка». В останні роки

популярним став Київський Міжнародний фестиваль «Українська ірка упаковки» [3].

Аналіз основних досліджень і публікацій. Історії та теорії дизайну присвячені праці створені В. Ароновим, Н. Вороновим, Н.Єфремовим, К. Кантором, І. Стор, В. Смиреним, А.Лаврентьєвим, Е. Глінтернік, Е. Черневич, С. Серовим, В. Сидоренко, С. Михайловим, В.Шредером та інші.

Мета статті - вивчення графічного дизайну упаковки виробів текстильної та легкої промисловості, що базуються на дослідженні історії, теорії та практики графічного дизайну.

Виклад основного матеріалу. Першими носіями рекламної графіки на упаковці текстильних виробів в кінці XVIII - початку XIX ст. століть у Великобританії, ряді європейських країн і США з'явилися футляри різноманітних аксесуарів костюма – рукавичок, віял, головних уборів, виготовлених вручну. Використання товарного знаку для одягу починається у другій половині XIX століття, коли зароджується Висока мода. Поряд з мальованими ілюстраціями на початку XX століття вперше в графічному дизайні упаковки почали застосовуватися фотографічні зображення. На межі XX і XXI століття інноваційні рішення в області упаковки виробів текстильної та легкої промисловості проникли відразу в кілька сфер її дизайну: проектування форми і конструкції, комбінацію різних матеріалів, їх економічність, ергономічність і функціональність, графічний дизайн [4]. Класифікація графічного дизайну упаковки зі структурної організації передбачає два типи: просту і складну. Простий тип - рішення упаковки для текстильного виробу, який складається тільки з одного первинного рівня, представленого різними варіантами споживчої упаковки (паперові та поліетиленові пакети, пластикові і картонні коробки тощо) з нанесеною на них рекламною графікою. Складний тип структурної організації рекламного графічного дизайну упаковки передбачає крім первинного рівня наявність ще декількох: коробки, конверти, пакети, пакувальний папір та ін. з нанесеними на них різними або тотожними графічними композиціями. Класифікація графічного дизайну упаковки з графічних засобів виразності була

VI. ВИКОНАВСЬКА МАЙСТЕРНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МИСТЕЦЬКИХ ДИСЦИПЛІН

проведена за кількома параметрами: за кольором, за графікою, за фотографією, за типографією, за особливими пакувальними матеріалами, за фінальним декоруванням.

Методика графічного дизайну упаковки виробів текстильної та легкої промисловості складається з наступних етапів: розробки креативного брифу, пошуку ключової ідеї візуальної концепції графічного дизайну упаковки, пошуку стилістики ілюстративного матеріалу, пошуку колірної гами, пошуку типу використовуваних шрифтів і характеру типографічних композицій, мануального створення серії первинних ескізів, створення цифрового двомірного зображення дизайну упаковки з використанням сучасних пакетів графічних програм, створення тривимірного цифрового варіанту ескізу упаковки [5]. Вихідним моментом для будь-якого проекту рекламного графічного дизайну є художній задум дизайнера. Естетична цінність, оригінальність, художньо-образна виразність і ефективність графічного дизайну упаковки як рекламного послання залежить від знань, суджень, смаку, досвіду та творчого потенціалу дизайнера. Однак в сучасних умовах, коли комп'ютерні технології стали базою для розвинених нових методів створення зображення, проектування рекламного графічного дизайну упаковки немислимо без використання комп'ютерних програм: Adobe Photoshop, AdobeIllustrator, AdobeLightroom, CorelDraw, CorelPhoto-Paint, MacromediaFreeHand, пакет програмEskoSuite (PackEdge, ColorTone, StoreVisualizer, StudioToolkitforFlexibles, StudioToolkitForLabels, StudioToolkitforShrinkSleeves, StudioToolkitForBoxes), пакет програмнихмодулейEskoDeskPack, EngViewPackageDesinerSuiteVersion 4, 3Ds Max, Rhino3D, Maya, V-Ray.

Висновки. Упаковка є невід'ємною частиною сучасної культури і розвивається разом з графічним дизайном. Використання спеціалізованих комп'ютерних програм в рекламному графічному дизайні упаковки виробів текстильної та легкої промисловості сприяє: формальному ускладненню графічної складової дизайну упаковки; формування баз нових засобів графічної виразності; оптимізації витрат часу на розробку рекламного графічного дизайну

упаковки виробів текстильної та легкої промисловості в умовах промислового виробництва.

Список використаних джерел

- 1.Бойчук, А.В. 2013. Пространство дизайна, Харьков: Новое слово.
- 2.Вежель, Л.М. 2006. Основи рекламної діяльності, Київ: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут журналістики.
- 3.Вергунов, С.В. 2010. Тривимірне моделювання у промисловому дизайні України кінця ХХ – початку ХХІ ст. Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків.
- 4.Даниленко, В.Я. 2003. Нові погляди на дизайн промисловий, графічний, середовищний. Дизайн-освіта 2003: досвід, проблеми, перспективи: Всеукраїнська науково-методична конференція, 24–28 березень 2003 р., Харків: ХДАДМ, с. 120– 126.
- 5.Рижова, І.С. 2006. Філософія дизайну: теоретико-методологічні засади, Запоріжжя: Запорізький національний технічний університет.

Дар'я Трубнікова

СУТНІСТЬ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ
МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА В ПРОЦЕСІ ДИРИГЕНТСЬКО-ХОРОВОЇ
ПІДГОТОВКИ 105

V. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ХУДОЖНЬО-ОБДАРОВАНИХ УЧНІВ У ЗАКЛАДАХ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

Євгенія Кумейко

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ
МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА ДО СПІВРОБІТНИЦТВА З УЧНЯМИ 110

Юлія Панасенко

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ
МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА ДО РОЗВИТКУ ХУДОЖНЬО-ТВОРЧОЇ
СИНЕСТЕЗІЙНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ НА УРОКАХ
МИСТЕЦТВА..... 121

VI. ВИКОНАВСЬКА МАЙСТЕРНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МИСТЕЦЬКИХ ДИСЦИПЛІН

Алла Соколова

Ван Чжень

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ДИРИГЕНТА ЯК НАУКОВА
ПРОБЛЕМА 126

Анастасія Сенюттич

ПРОФЕСІЯ «ДИЗАЙНЕР ОДЯГУ» В УКРАЇНІ 136

Вероніка Каніковська

ДО ПИТАННЯ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ ВИРОБІВ ТЕКСТИЛЬНОЇ
ТА ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ 141

Ольга Рибка

ДИЗАЙН КОЛЕКЦІЇ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ЗА МОТИВАМИ ЕТНІЧНОГО
УКРАЇНСЬКОГО КОСТЮМУ 146

Євгенія Галіченко

СТВОРЕННЯ СЦЕНІЧНОГО ОБРАЗУ ВОКАЛЬНОГО ТВОРУ НА ЗАНЯТТЯХ
З ПОСТАНОВКИ ГОЛОСУ 154

Олена Рись

ІНТЕР'ЄР ЖИТЛОВОГО ПРИМІЩЕННЯ В СТИЛІ ЛОФТ: ЙОГО
ХАРАКТЕРНІ РИСИ ТА ОСОБЛИВОСТІ..... 158