КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

Божко Тетяна Олександрівна

УДК 766 (043.3)

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЕКТУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

17.00.07 - дизайн

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата мистецтвознавства

Київ-2011

Дисертацією є рукопис

Роботу виконано у Київському національному університеті культури і мистецтв

Науковий керівник: доктор архітектури, професор
Абизов Вадим Адільович,
завідувач кафедри дизайну середовища КНУКІМ

Офіційні опоненти: доктор мистецтвознавства, професор
Сєлівачов Михайло Романович,
завідувач кафедри дизайну
Інституту художнього моделювання і дизайну

кандидат мистецтвознавства, доцент
Міщенко Ірина Іванівна,
завідувач кафедри теорії та історії мистецтв
Київського державного інституту
декоративно-прикладного мистецтва і дизайну
ім. Михайла Бойчука

Захист відбудеться 05 липня 2011 р. о 12-й годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 26.807.03 у Київському національному університеті культури і мистецтв
за адресою: 01133, м. Київ, вул. Щорса, 36, ауд. 209.

З дисертацією можна ознайомитись у науковій бібліотеці Київського національного університету культури і мистецтв
(01133, м. Київ, вул. Щорса, 36).

Автореферат розісланий 03 червня 2011 р.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність даного дослідження зумовлена постійним збільшенням кількості візуальних комунікацій, створенням нових видів носіїв, впровадженням інтернет-технологій та посиленням їх значення для процесів розвитку суспільства. Кількісне накопичення носіїв вимагає індивідуалізації кожного з них, забезпечення якості трансляції змісту, та його збереження протягом максимально тривалого часу. Вирішення означених проблем фахівцями графічного дизайну вимагає постійного оновлення науково-методичної бази щодо форм і способів виготовлення та представлення продукції.

Актуальність наукових досліджень з проблем дизайну стверджується постановою Кабінету Міністрів України "Про першочергові заходи щодо розвитку національної системи дизайну та ергономіки і впровадження їх досягнень у промисловому комплексі, об'єктах житлової, виробничої і соціально-культурної сфери" (від 20 січня 1997 р., № 37). У ній зазначено, що зростання попиту на фахівців з дизайну обумовлено переходом суспільства від індустріальної до інформаційної стадії розвитку, необхідністю підвищення конкурентоздатності продукції та її представлення на споживчому ринку.

Необхідний для дизайну синтез художньо-образного мислення, технічної творчості та наукових знань, потребує, в сучасних умовах, наукової обгрунтованості результатів проектування, застосування методів, прийомів і засобів удосконалення графічної продукції. Для цього необхідна інтеграція культурологічних, технологічних, психологічних наук та утворення нових знань щодо закономірностей організації інформаційно-графічних повідомлень різного рівня складності.

Загальною основою дослідження теоретичних засад проектування в графічнму дизайні (надалі ГД) і встановлення його інфраструктури, є фундаментальні праці В. Глазичева, В. Даниленка, Є. Лазарєва, М. Кагана, Г. Руньге, В. Сеньковського. Умови системного підходу до проектування розглядаються в роботах Н. Валькової, Ю. Грабовенка, І. Розенсон. Творчий характер проектної діяльності, її специфічні відмінності й методи підвищення ефективності дій проектувальників, висвітлено у наукових працях С. Альтшулера, Д. Джонса, В. Папанека. Окремі аспекти, пов'язані з виявленням чинників, впливових на властивості продукції ГД, знаходимо у роботах В. Абизова, К. Данилова, І. Крилова, А. Лаврентьєва, Е. Лазарєва, Ю. Легенького, А. Моля, О. Павловської, Г. Почепцева.

Психофізіологічні механізми образного мислення і сприйняття візуальної інформації, досліджено в працях О. Авраменко, Р. Арнхейма, Г. Голіцина, В. Зінченка, Т. Краско, А. Лебедева-Любімова, Р. Харріса. Семіотичні властивості візуальної мови розглядались у роботах Каспера Дж. Веркмана, Ю. Лотман, Л. Резнікова, О. Рубіна, В. Семенова, К. Холмквіста, В. Ценева, О. Черневич, М. Ельбрюна. Принципи композиційної організації об'єктів проектування досліджено Й. Іттеном, В. Кандинским, В. Ковалевим, Т. Костенко, І. Ревель, Б.Устіном, М. Шороховим. М Я [illegible] Дегалізований огляд закономірностей і правил колористичного кодування продукції дизайну здійснено у роботах

Г. Автанділова, Г. Ашкеназі, В. Береснєва, М. Дерібе, Й. Іттена, Л. Міронової, С. Прищенко, Н. Романова, М. Суріної та О. Суріна, Ф. Юрьєва.

Питання забезпечення функціонального спрямування візуальних комунікацій (надалі ВК) та їх складових розглядаються у роботах значної кількості науковців і практиків з ГД. Закономірності побудови шрифтів, шрифтових композицій й композиційної організації друкованих видань, присвячені публікації Ю. Гордона, О. Капра, В. Кричевського, В. Лесняка, В. Ляхова, І. Птахової, М. Різника, Е. Рудера, В. Семенова, Т. Самари, В. Фаворського, Е. Файоли, Я. Чихольда. Особливості сучасної реклами та вимоги до дизайну рекламної продукції визначено У. Аренсом, К. Бове, С. Московічі, Д. Огілві, Є. Роматом. Умови забезпечення змістоутворення рекламної продукції та принципи образного кодування інформації досліджено у роботах О. Павловської, С. Проніна, І. Стор, В. Шевченка. Вимоги до дизайну пакувань висвітлювались Т. Божко, Ю. Подцерковським, Т. Хантом. Стильові характеристики графіки у пакуваннях виявлені Н. Сбітнєвою. Наукову фундацію застосування здобутків ГД для формування інтернет-середовища знаходимо у роботах Д. Бородаєва, Д. Віна, Т. Мандела, Л. Пахомова, Е. Файоли, М. Філіпова.

Нагальність визначення комплексних вимог до візуальних комунікацій та сучасних методичних підходів їх проектування обумовила вибір теми дисертаційного дослідження, спрямованого на виявлення специфіки продукції ГД, відмінностей кожного з продуктів, етапності проектування, та розробку методичних положень з удосконалення проектування в графічному дизайні.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Роботу виконано як частину загального напряму досліджень Київського національного університету культури і мистецтв (КНУКІМ), за темою: «Трансформаційні процеси в культурі та мистецтвах України», 0107 U 009539, та за програмою роботи кафедри графічного дизайну і реклами КНУКІМ: «Графічний дизайн XX-XXI століть: проблеми актуальності і екологічності». Тема дисертаційного дослідження затверджена вченою радою КНУКІМ, протокол № 8 від 23. 04. 2008 р.

Мета дослідження – визначити методичні основи удосконалення проектування продукції графічного дизайну.

Відповідно до мети дослідження сформовано такі завдання:

- на основі аналізу теорії і практики графічного дизайну систематизувати наукові погляди та підходи до проектування візуальних комунікацій, та виявити їх специфіку;
- визначити і систематизувати чинники впливу на властивості продукції, що визначають сучасні вимоги до неї;
- на основі встановлення пріоритетних якостей візуальних комунікацій, розробити типологію продукції ГД за рівнями складності;
- унаочнити структуру проектування в графічному дизайні;
- проаналізувати методи наукової та практичної діяльності та виявити можливості їх адаптації до вимог проектування в графічному дизайні;
- встановити критерії оцінювання якості продукції графічного дизайну;
- розробити методичні положення з вдосконалення проектування продукції графічного дизайну.

Об'єкт дослідження – проектування продукції графічного дизайну.

Предмет дослідження – методичні основи удосконалення проектування продукції графічного дизайну.

Методи дослідження. У роботі з літературними джерелами, що висвітлюють проблеми проектування і специфічні властивості продукції ГД, застосовано метод теоретичного аналізу. Порівняльний аналіз покладено в основу виявлення та систематизації чинників впливу на формування візуальних комунікацій і пов'язаних з ними вимог. Системно-структурний аналіз застосовано при визначенні пріоритетних якостей продукції, її класифікації за рівнями складності та при укладанні структури проектування. За допомогою методу проектного моделювання визначено заходи підвищення ефективності проектування. Метод наукового експеременту впроваджено у розробці методичних основ створення продукції графічного дизайну. Проведені дослідження базувались на результатах експериментальнного проектування, зокрема авторських розробок щодо мінімізації зусиль в процесі проектування продукції графічного дизайну.

Наукова новизна одержаних результатів дисертаційного дослідження, які винесено на захист, полягає в тому, що:

- систематизовано, уточнено та доповнено кількісний і змістовий склад чинників, що подиктовують вимоги до продукції ГД;
- на основі виявлення структурної складності і пріоритетних якостей кожного з продуктів, визначено типологію продукції графічного дизайну з трьома рівнями складності та ієрархічним наповненням кожного з рівнів;
- укладено структуру проектування продукції ГД з виявленням спільних та індивідуалізованих для кожного з продуктів засобів та компонентів процедури діяльності;
- встановлено критерії оцінки якості результатів проектування в графічному дизайні, а саме: аналітичний, креативний, технічно-графічний, з деталізованим висвітленням кожного з них;
- запропоновано методичні положення щодо удосконалення проектування продукції графічного дизайну, відповідно до рівнів складності продукції.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у:

- сприянні розвитку культурного рівня суспільства та стимуляції збуту продукції українських виробників;
- реалізації запропонованих методичних положень в практиці проектування фахівців з графічного дизайну з метою подальшого удосконалення візуальних комунікацій;
- можливості підвищення комунікативної взаємодії між замовниками і дизайнерами через чіткість визначення проектних завдань і неухильність їх дотримання в процесі проектування;
- використанні типових задач та структури діяльності у стандартах підготовки фахівців вищих нанавчальних закладів (ВНЗ), вдосконаленні викладання фахово-орієнтованих дисциплін за спеціалізацією графічного дизайну;
- можливості застосування критеріїв та методів оцінювання якості результатів

проектування як для встановлення досягнень фахівців, так і для оцінювання кваліфікаційних проектів випускників ВНЗ.

У роботі визначені два її основних аспекти: проблемно-теоретичний, що висвітлює питання подальшого наукового вивчення та обґрунтування специфіки продукції ГД, і прикладний, що враховує дизайнерську практику й сучасні завдання створення нормативно-методичної бази для дизайн-освіти.

Особистий внесок здобувача в опублікованих у співавторстві працях полягає у встановленні пріоритетних якостей візуальних комунікацій [1] та в укладанні змісту розділу «графічний дизайн» програми профільного навчання з основ дизайну [11], затвердженої грифом Міністерства освіти і науки України (наказ № 122 від 22.02 2008 р.) та підручнику з основ дизайну [12].

Апробація і впровадження результатів дослідження здійснювалась на: науково-практичній конференції Академії педагогічних наук України з питань змісту і методів освіти (2-3. 04. 2004 р.), науково-практичних конференціях викладачів і студентів Київського державного інституту декоративно-прикладного мистецтва і дизайну (КДІДПМД) ім. М. Бойчука (27.11. 2006. та 28.11. 2008 р.), науково-практичній конференції "Мистецтво молодих" у Харківській державній академії мистецтв і дизайну (25. 04. 2006 р.), на І і ІІ Всеукраїнських науково-практичних конференціях: «Пакувальна індустрія України: стан та перспективи» (22-25.05. 2007 р., і 20-23.05. 2008 р., м. Алушта, Україна); на конференціях Київського національного університету культури і мистецтв: «Роль митця і традиційних інститутів мистецтв за умов всезростаючого впливу культурних індустрій» (23-24.12. 2009) та науково-практичній конференції професорсько-викладацького складу, докторантів, аспірантів, студентів в межах Днів Науки КНУКІМ (14.04. 2010 та 15-25.04. 2011 р.).

Результати дослідження було впроваджено в процесі фахової підготовки студентів КНУКІМ, КДІДПМД ім. М. Бойчука та Інституту Реклами. Розроблено програми підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра з дисциплін: «Дизайн-проектування», «Фірмовий стиль», «Дизайн упаковки і етикетки», «Шрифт», для спеціалізації графічного дизайну та відповідні кожній із програм навчальні завдання.

Типові фахові задачі та структуру діяльності впроваджено у державних стандартах підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра у КДІДПМД ім. М. Бойчука та у КНУКІМ.

Публікації. Результати дослідження висвітлено у десяти публікаціях. З них, зокрема, дві у спеціалізованих виданнях ВАК з мистецтвознавства; чотири статті у провідних педагогічних фахових виданнях України, інші у журналі ВАК «Упаковка».

Структура роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів та висновків, викладених на 168 ст., списку використаних джерел (245 позицій), ілюстрацій (9 рисунків), 8 таблиць, 6 додатків з ілюстраціями продукції ГД та списку ілюстрацій із зазначенням авторів продукції.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, сформульовано мету та завдання роботи, визначено предмет, об'єкт, наукову новизну, практичне значення та засвідчено результати апробації роботи.

У першому розділі **«Сучасні проблеми графічного дизайну у системі художнього проектування»** здійснено аналітичний огляд наукових літературних джерел за темою дисертації, узагальнено специфічні відмінності графічного дизайну, систематизовано та доповнено чинники впливу, що втілюються у якісних характеристиках продукції та визначають вимоги до проектної ситуації.

Застосований у роботі об'єктністний підхід ґрунтується на висновках науковців психологічної галузі та мистецтвознавства О. Авраменко, В. Турчина, В. Сидоренка, згідно яких специфіка дизайну визначається через сукупне і цілісне співставлення якісних характеристик, притаманних як мисленню проектувальників, так і результатам проектування. Доцільність такого підходу, заснованого на системному врахуванні вимог, стверджено у працях Всесоюзного науково-дослідного інституту технічної естетики (ВНДІТЕ), а також у роботах науковців Н. Валькової, Ю. Грабовенка, І. Розенсон.

Значна кількість номенклатури продукції ГД та практичних рекомендацій щодо розробки кожного з продуктів, визначають потребу вивчення всіх складових проектування, зв'язків між ними та обґрунтованого застосування кожного з складових.

Необхідність синтезу різноспрямованих наукових знань, зокрема досягнень мистецтва і технологій, для забезпечення якості продукції дозволяє розглядати ГД як складно-динамічну систему, що швидко розвивається і потребує виявлення механізмів взаємодії.

Залежність візуальних комунікацій від технологій виготовлення та тиражування, постійного зростання обсягу знань щодо властивостей матеріалів і умов роботи з ними, призводить до помилкового визнання пріоритетності техніко-економічної складової в процесі визначення якісних характеристик переважної більшості продукції ГД. Означене становище значною мірою зумовлене недостатньою розбудовою теоретичної бази ГД, нечіткістю визначень у порівняннях значущих якостей кожного з продуктів.

Дослідженням не виявлено наукових праць із системним висвітленнням властивостей різних візуальних комунікацій, що б сприяли встановленню типології продукції та складових проектування у графічному дизайні. Сформована ще на початку 70-х років ідея Т. Мальдонадо і А. Моля щодо необхідності класифікації продукції дизайну за ступенем її структурної складності, так і не отримала завершеної практичної реалізації у графічному дизайні. Не відпрацьовані комплексні підходи до вивчення інфраструктури проектування продукції ГД, що негативно впливає на результати роботи фахівців, в той час як вимоги до підвищення якості та обмеження термінів виконання проектів лише посилюються. У дослідженнях І. Розенсон,

О. Черневич, В. Устина наголошується на необхідності суттєвого збільшення кількості часу на виконання проектів, внаслідок поглиблення та ускладнення фахових завдань, застосування «проблематизуючого підходу», постійного розширення «кордонів проектної ситуації», співставлення й вивчення залежностей між індивідуальними властивостями продукції та можливими варіантами графічної мови, задіяними в процесі її створення. Звідси протиріччя між необхідністю постійного варіювання, уточнення, удосконалення і корегування складових ВК та умовами ринкової праці, вимогами до мінімізації зусиль проектувальника і скороченням термінів часу на виконання завдань.

Творчий характер проектної діяльності, її специфіку і методи, що сприяють підвищенню ефективності дій проектувальників, висвітлено у працях С. Альтшулера, А. Антонова, Д. Джонса, Я. Дітріха, В. Папанека та у спеціалізованих виданнях ВНДІТЕ. Але наявні у цих працях методичні рекомендації розроблені або для інженерної творчості, або для інших спеціалізацій дизайну і не можуть бути механічно застосовані до специфіки проектування та властивостей продукції ГД.

Дослідженням встановлено неообхідність уточнення та коригуванння методичних підходів, визначених в якості спільних для всіх напрямків і спеціалізацій дизайну, відповідно до властивостей продукції та інфрастуктури проектування у ГД. З цією метою необхідно встановити типологію продукції та структуру проектування, уточнити вимоги до етапів виконання проектів, здійснити адаптацію методів, та встановити критерії оцінки якості роботи.

Аналіз наукових літературних джерел акцентував увагу на функції ГД, що вимагає встановлення і врахування комплексної дії різноманітних чинників впливу, серед яких дослідники називали: функціональні, соціальні, культурні, естетичні, тощо. Деталізований і вичерпний огляд чинників, що впливають на властивості об'єктів архітектурного середовища, подано у монографії В. Абизова, чинників, що впливають на властивості продукції промислового дизайну, у підручнику В. Даниленка, чинники впливу на дизайн одягу розглянуто Т. Ніколаєвою. Вивчення наукових літературних джерел не виявило досліджень з комплексним і системним висвітленням усіх чинників впливу на властивості продукції ГД. Узагальнення досліджень та власних наукових розвідок автора дозволило суттєво доповнити та систематизувати перелік таких чинників, з виділенням наступних основних угрупувань: соціокультурні; естетичні; психологічні; світоглядні; технологічні; комунікативні чинники.

Встановлено, що до соціокультурних чинників належать: соціально-економічний стан розвитку суспільства і рівень соціальних запитів різних прошарків населення; культурні та духовні потреби суспільства у прогностичній інформації щодо можливих моделей майбутньої культури; історико-культурні особливості й традиції; вплив моди на зміну смаків і потреб споживачів; соціально-демографічна структура населення; рівень освіти та ступінь ознайомлення із змістовими контекстами творів мистецтва різних історичних періодів; стан споживчого ринку та інноваційних пропозицій на ньому; наявність зворотних зв'язків від споживачів до виробників; рівень юридичного захисту

об'єктів інтелектуальної власності, в тому числі творів мистецтва і дизайн-проектів. Ці чинники вимагають: юридичного захисту комунікативних елементів; забезпечення зв'язків із соціумом; відповідності візуальної інформації змістовим контекстам різних соціальних та етнічних прошарків населення; урахування запитів маркетингової системи; застосування вже існуючих і встановлення нових прийомів образоутворення.

Естетичні чинники складаються з: естетичних характеристик архітектурного та інформаційного середовища; стильових характеристик об'єктів мистецтва різних історичних періодів; рівня відповідності інформації естетичним нормам та умовам системного відтворення. Ними обумовлено наступні вимоги: до цілісності композиції та супідрядності її складових частин, доречності впровадження прийомів художньо-образної трансформації; до відповідності образотворчих засобів асоціативному змістовому наповненню і стильовим характеристикам графічних творів; до забезпечення високого ступеня синергічності та гармонійності продукції ГД за рахунок застосування законів, принципів і правил композиційної організації та кольорокодування, узгодженості елементів графічної мови й індивідуалізації візуальних комунікацій.

До психологічних чинників віднесено здатності свідомості людини до сприйняття та обробки інформації, прискореного аналізу та виділення з інформаційного середовища тих повідомлень, елементи яких укладають цілісну структуру, виявляючи суттєві загальні або специфічні інформаційні характеристики. Психологічні чинники вимагають: лаконічності образоутворюючих засобів; співвіднесення способів візуалізації елементів графічної мови із певними змістовими кодами; структурування елементів графічної мови, забезпечення їх взаємозв'язку в процесі укладання системи ВК, логічності і упорядкованості композиційної організації інформації.

В якості світоглядних чинників виділено: авторське ставлення до змісту візуальних комунікацій; колективна взаємодія, повага до альтернативних світоглядних фундацій та конфесій, відповідність проектних ідей нормам суспільства та демократії; зв'язки між різними галузями знань; творчі проектні концепції, відповідні функціям кожного із продуктів ГД та впливові на формування систем кодування інформації, задіяних у них. Ці чинники встановлюють вимоги до: креативності продукції ГД; поєднання епатажності і культури представлення інформації; наявності концептуальних підходів до проектів; виявлення і утримання авторської позиції до інформації, пропагування моральної та екологічної культури; впровадження нових проектних технологій (брендінгу); впровадження прийомів змістоутворення в новітні теоретичні та методичні конструкції; дієвість впливу візуальних комунікацій на масові стереотипи.

Техніко-економічними чинниками є: інваріантність технологій, що застосовуються як "сукупність приладів і засобів праці", а також як сукупність професійних прийомів індивідуалізації і забезпечення ступеня виразності творів мистецтва; властивості різних матеріалів поліграфічної і пакувальної галузей; виробничо-економічні умови виготовлення і тиражування об'єктів проектування;

взаємозалежність матеріалів і технологій; впровадженн нових інформаційних технологій. Технологічні чинники встановлюють наступні вимоги: до опанування широкого спектру технічно-графічних засобів та індивідуально-графічної майстерності виконання елементів ВК, їх максимального урізноманітнення; що забезпечує образні характеристики кожного з продуктів, до економічної доречності застосування технологій створення елементів ВК при тиражуванні продукції; до якісного оволодіння методами і технологіями проектування, чіткості формулювання і реалізації проектного завдання будь-якого рівня складності.

До комунікативних чинників віднесено: поширення переліку та обсягів продукції ГД; утворення нових форм візуальних комунікацій; забезпечення єдності конструктивного і графічного вирішення; зменшення кількості часу на процеси створення та сприйняття ВК. Комунікативні чинники обумовлюють вимоги до точності відтворення змісту, зручності сприйняття інформації, варіативного застосування художніх і технологічних способів її представлення.

Значна кількість вимог і необхідність їх комплексного застосування спонукають здійснити їх узагальнення та співвіднесення з найбільш значущими якісними характеристиками об'єктів проектування. Дослідженням встановлено, що комплексні вимоги призводить до формування проектної ситуації, для якої є характерним інваріантний характер зв'язків між чинниками впливу, з переважним впливом одного з угрупувань, внаслідок чого: соціокультурні чинники і встановлені ними вимоги виявляються через універсальні якості; вплив естетичних вимог реалізується у естетичних якостях; впливу психологічних чинників і обумовлених ними вимог відповідають консервативні (традиційні) якості; вимоги, подиктовані світоглядними чинниками, реалізуються через креативні якості; вимоги технологічних чинників забезпечуються раціональними якостями; вплив комунікативних чинників закріплюється в утилітарних якостях.

Для проектної ситуації є характерною наявність протилежностей, закладених у таких якостях, що водночас унеможливлює просте сумарне забезпечення всіх вимог. Взаємопротилежність якостей вимагає встановлення пріоритетності серед них, деталізованого висвітлення властивостей та функціонального призначення кожного з продуктів ГД.

У другому розділі **«Складові процесу змістоутворення продукції графічного дизайну»** досліджено якісні характеристики кожного з продуктів проектування ГД, виділено угрупування та розроблено типологію продукції з урахуванням можливих подальших розгалужень у спеціалізації ГД, укладено структуру процесу проектування у графічному дизайні.

Встановлення пріоритетних якостей кожного з продуктів ГД супроводжувалось виділенням їх індивідуальних відмінностей та функціонального призначення. Виявлено, що вимоги, подиктовані впливом різноспрямованих чинників, зумовлюють наявність не однієї пріоритетної якості, а їх угрупування, що є індивідуалізованим для кожного з продуктів.

Встановлено, що для креслень, шрифтів, формалізованих та стилізованих зображень пріоритетною є тільки утилітарно-функціональна якість, що

обумовлюється наявністю одного типу функціональних зв'язків між змістом інформації і способами його забезпечення.

Для айдентіки характерним є поєднання креативних та консервативних якостей. Креативні якості обумовлюються необхідністю емоційної виразності, художньої образності, знакової асоціативності, наявністю нових контекстів змісту. Їх реалізація активізує емоційну реакцію споживачів та посилює економічний ефект від впровадження проекту. Консервативні якості зумовлені закономірностями психологічного сприйняття візуальної інформації, зіставленням елементів графічної мови із певними «іконами», відповідними подіям або явищам матеріального світу. Вони спрямовані на мінімізацію образоутворюючих засобів, ущільнення змістової компоненти.

Друкована рекламна продукція характеризується поєднанням універсальних та креативних якостей. Універсальні якості уособлюють відповідність інформації змістовим контекстам різних соціальних та етнічних прошарків населення; вимогам маркетингової системи та нормам юридичного захисту інформації. Ці якості передбачають обгрунтованість прийомів образоутворення, врахування існуючих та можливих запитів населення, адаптивність візуальної інформації до змін.

У книгах та газетно-журнальній продукції пріоритетними автор вважає поєднання утилітарно-функціональної та універсальної якостей. Таке поєднання обумовлено наявністю зв'язків між змістом інформації і способами його забезпечення, а також між різнохарактерними елементами, задіяними для його представлення.

Продукції іміджевого та виставкового дизайну, WEB-сайтам, мультимедійній продукції, сценарному моделюванню, конструктивному та графічному вирішенню пакувань, суперграфіці на архітектурних будівлях і спорудах, а також конструктивному і графічному вирішенню пакувань властива пріоритетність трьох якостей.

Для іміджевого та виставкового дизайну це поєднання раціональних, консервативних та креативних якостей. Раціональні якості обумовлені існуючими технологіями та усталеними способами виробництва продукції, спрямовані на мінімізацію витрат та відповідність способів виявлення графічної інформації до матеріально-економічної бази промислового тиражування продукції.

WEB-сайти та мультимедійна продукція, конструктивне та графічне вирішення пакувань вирізняються поєднанням раціональних, утилітарно-функціональних та креативних якостей.

У сценарному моделюванні й анімації поєднуються утилітарно-функціональні, консервативні та універсальні якості.

Суперграфіка на архітектурних будівлях і спорудах вимагає поєднання раціональних, естетичних та консервативних якостей. Актуалізація естетичних якостей подиктована все зростаючою потребою протидії урбаністичному впливу середовища, необхідністю його художнього облаштування за законами гармонійності, композиційної узгодженості та упорядкованості.

На основі порівняння кількості пріоритетних якостей, систем кодування інформації, статичного або динамічного характеру зв'язків між такими системами, встановлено типологію продукції графічного дизайну за ієрархічними рівнями складності. Згідно запропонованої автором типології, продукція, згрупована в межах одного рівня, може поділятися на підрівні, що відрізняються кількісним складом. Розподіл на рівні здійснювався з урахуванням кількості систем кодування інформації, кількості елементів в межах кожної з систем, та здатності кожної системи, набувати властивості структурної одиниці елементу на більш високому рівні структурних зв'язків. Звідси, кожний вищий рівень розглядався як такий, що утримує в собі властивості продукції підлеглих рівнів, та ускладнює їх за рахунок вищого ступеня організації. У розподілі продукції на рівні враховано системи знань, відповідні іншим спеціалізаціям дизайн-проектування. Для виявленого типологічного ряду було визначено умови відповідності продукції кожному з рівнів складності.

Продукція першого рівня складності мінімізована за кількісним і якісним складом елементів графічної мови. Вона визначається наявністю однієї пріоритетної якості, однієї або двох систем кодування інформації, акцентуванням семантичних властивостей елементів і композиційних зв'язків між ними за рахунок спільних технічно-графічних способів виконання, дотримання чітко визначеного характеру взаємодії, кольорографічного кодування. До продуктів першого рівня складності увійшли: креслення, шрифти, стилізовані і формалізовані графічні зображення, а також знаки інформації та ідентифікації.

У продукції другого рівня складності наявні дві пріоритетні якості, три системи кодування інформації і ускладнена структура, в якій взаємодіють системи, утворені за рахунок кількох мікросистем. Вимоги, встановлені до продукції першого рівня, у другому доповнюються необхідністю застосування прийомів образоутворення та формування нових соціокультурних ідей та запитів. До продукції другого рівня автором віднесено: айдентіку, друковану рекламну продукцію, в тому числі дизайн книг та періодичних видань, а також персоніфікацію корпоративних і літературних героїв.

Для продукції першого і другого рівнів характерно знаходження елементів системи у статичному стані, що сприймаються незалежно від точки зору та часових характеристик.

Продукція третього рівня складності вимагає додаткового врахування знань, що не завжди розглядаються в процесі підготовки фахівців з ГД, а саме: технологічних, юридичних, містобудівних, тощо. Для неї характерна наявність трьох пріоритетних якостей одночасно, застосування трьох систем кодування інформації та відповідність всім вимогам, встановленим до попередніх рівнів складності. До того ж, у продукції третього рівня складності, графічні елементи можуть знаходитись також і у динамічному стані, та змінювати образні і комунікативні характеристики не тільки у просторі, а також і у часі, або при сприйнятті з інших точок зору і інших ракурсів. До продукції третього

рівня складності віднесено: іміджевий дизайн, дизайн виставок, суперграфіку на об'єктах архітектурного середовища, WEB-сайти та мультимедіа, сценарне моделювання та дизайн пакувань.

Врахування чинників формування і систем знань, відповідних іншим спеціалізаціям дизайну, дозволило здійснити прогноз щодо можливих подальших розгалужень у ГД. Такими розгалуженнями визнано: айдентіку та іміджевий дизайн; друковану рекламну продукцію; дизайн та ілюстрування книг, газет, журналів; дизайн упаковки та етикетки; проектування WEB-сайтів та мультимедіа.

Специфікою проектування у ГД є наявність двох ритмів розумової діяльності. Перший спрямований на усвідомлення та встановлення сутності завдання, можливих способів його вирішення, та формування проектного образу. Другий забезпечує комплексну перевірку доречності і якості взаємодії чинників впливу, точність графічної фіксації змісту у композиційних схемах, порівняння варіантів технічно-графічних способів виконання елементів та перевірку ефективності кожного з них.

Зіставлення продуктів ГД із засобами та компонентами процесу проектування, відповідно до вимог державних стандартів, дозволило встановити структуру проектування фахівців з ГД, та здійснити її коригування і уточнення, згідно вимог даного дослідження.

Згідно встановленої структури у процесі проектування виділено зв'язки між наступними компонентами: чинниками впливу, обумовленими ними вимогами та пріоритетними якостями продукції; методами формування візуальних комунікацій та системами кодування інформації, задіяними у продукції кожного рівня складності. Встановлено двоєдність засобів проектування, обумовлену застосуванням як матеріалів й обладнання класичних мистецьких технологій, так і технологій створення й редагування зображень у електронних графічних редакторах. Враховуючи значну кількість таких технологій, та їх постійне оновлення, автор вбачає необхідним подавати і акцентувати двоєдність засобів, як одну із умов вдосконалення проектування. Найбільш значущі для забезпечення якості результатів компоненти проектування, розглянуті за підрівнями.

У третьому розділі **«Напрями удосконалення проектування продукції графічного дизайну»** досліджено методи проектування, необхідні для роботи з кожним із продуктів ГД та умови їх адаптації до специфіки продукції, самого процесу проектування та етапності його проведення.

Методи проектування у ГД є механізмами корелювання складних ієрархічних зв'язків між засобами і компонентами процесу проектування. До методів, відповідних властивостям продукції ГД, віднесено: метод структурно-семіотичного аналізу, порівняльний, оцінювальний, метод аналогії, метод синектики, метод асоціацій, матріци ідей, мозкового штурму, метод рольових перевтілень. У дослідженні запропоновано адаптацію кожного з методів до специфічних властивостей продукції ГД і процесу її проектування.

При визначенні якості результатів проектування застосовано критерії

оцінювання, що є виміром достовірності, відповідності знань, досягнень, результатів наукового пізнання предметам та явищам об'єктивної дійсності. У встановленні критеріїв враховано: специфіку продукції ГД, структуру процесу проектування, його етапність і наявність типових задач. Якість результатів проектування визначається взаємодією трьох критеріїв: аналітичного, креативного та технічно-графічного, кожен з яких детально розглянутий за складом.

Причиною виділення аналітичного критерію є необхідність встановлення задач проектування, обґрунтування засобів і прийомів, застосованих у реалізації проекту. До його складу входить: експертиза проблем візуалізації змісту та ефективності його сприйняття у ВК; встановлення відповідностей між історичними тенденціями та сучасними проблемами формотворення; визначення стильових та семантичних властивостей історичних зразків матеріальної культури та творів мистецтва. Виділення креативного критерію зумовлено необхідністю евристичного застосування принципів і прийомів образоутворення, запозичених з аналогових проектів, творів станкового та декоративно-прикладного мистецтва. Він визначає відповідність систем кодування інформації та їх складових елементів до образів і ідей, що мають суспільну вартість і здійснюють чітко спланований і передбачений вплив на свідомість споживачів. Виділення техніко-графічного критерію зумовлено вимогами до індивідуалізації та якості відтворення кожного з проектів. Він забезпечується опануванням двоєдності засобів: як мистецьких, так і сучасних технологічних (електронних графічних редакторів). Його застосування виявляє відповідність якісних характеристик елементів графічної мови і їх композиційної організації до необхідного образного сприйняття, мінімізацію витрат на виготовлення продукції при тиражуванні.

При визначенні якості результатів проектування запропоновані критерії варто поєднувати з методом експертних оцінок та статистичними методами обробки результатів. Взаємодія означених методів дозволяє отримати об'єктивну систему оцінювання і варіативно враховувати вплив кожного із критеріїв та їх складових.

В результаті дослідження встановлено, що методика проектування є спільною для всієї продукції ГД та реалізується протягом п'яти основних етапів, а саме: формування проектних завдань, дослідження аналогів, формування проектного образу, його реалізація, оцінка якості продукції. Удосконалення проектування забезпечується завдяки уникненню значної кількості «випадкових» варіантів вирішення проектного завдання, зменшення витрат часу на визначення пріоритетних якостей кожного з продуктів, взаємоузгодження етапів, типових задач та методів проектування, що мінімізують кількість проектних пропозицій, сприяють чіткості визначення і обумовленості засобів, застосованих у виконанні завдань. Кожному з етапів відповідають типові задачі: етапу встановлення вимог до продукції відповідають аналітичні задачі; на етапі вивчення якостей аналогів реалізуються експертні задачі; для етапу формування проектного образу є характерним поєднання двох задач: проектних і евристичних; етапу реалізації

проектного образу відповідають технічні; етапу оцінки якості контрольні та прогностичні. Організаційні задачі є наскрізними для всіх етапів. Адаптовані методи проектування можуть варіативно застосовуватись на кожному з етапів, залежно від рівнів складності продукції і її тематичного спрямування.

Застосування методів на етапі формування проектного завдання дозволяє уникнути випереджаючих питань щодо технологій створення елементів графічної мови у кожній з систем кодування інформації. Тут вирішуються аналітичні задачі, визначається рівень складності проектів, пріоритетні якості продукції та кількісний і якісний склад систем кодування інформації, необхідних для забезпечення точності трансляції змісту. Для продукції другого і третього рівнів складності додатково здійснюється уточнення всіх впливових чинників, в тому числі вимог до формування нових соціокультурних запитів, встановлюються системи обмежень і узагальнень у змістовому наповненні інформації.

Етап проведення досліджень і вивчення аналогів характеризується зіставленням методів з визначеними вимогами до продукції, що реалізується через експертні задачі, спрямовані на індивідуалізацію образно-змістового наповнення кожного з продуктів, формування нових соціокультурних ідей та запитів. Для продукції другого і третього рівнів складності додатково визначається доцільність застосування прийомів образного кодування інформації. У продукції третього рівня встановлюється характер динаміки взаємодії елементів кожної із систем кодування та необхідність специфічних знань, відповідних властивостям кожного з продуктів.

На етапі формування проектного образу вирішуються проектні і евристичні задачі. Поєднання методів з встановленими вимогами, прийомами і умовами, необхідними для їх реалізації, дозволяє значно обмежити кількість пошукових варіантів у вигляді композиційних схем, здійснити коригування системної взаємодії елементів; варіативно застосувати принципи композиційної організації та властивості елементів графічної мови кожної із систем. Синергічність взаємодії проектних і евристичних задач реалізується через зв'язки між змістом інформаційних повідомлень і способами їх технічно-графічного виконання. На цьому етапі у продукції другого і третього рівнів складності мінімізується кількість ієрархічних рівнів в межах кожної із систем та уточнюються образні властивості елементів; визначаються умови єдності стильових характеристик та правила кольорокодування. Продукція третього рівня складності потребує генерації інноваційних ідей на основі інтеграції знань та практичних навичок з різних видів мистецтв, традиційних технік та новітніх технологій.

Етап реалізації проектного завдання спрямовує увагу та зусилля проектувальників на дотримання встановлених вимог, прийомів образоутворення, умов і технологій їх реалізації. Дотримання методів дозволяє зосередитись на якості виконання завдань, їх естетичному рівні та проектній культурі. Тут вирішуються організаційні і технічні задачі, спрямовані на забезпечення якості у застосуванні арсеналу проектно-графічних матеріалів і технологій. Для продукції

ГД другого і третього рівнів складності організаційні і технічні вимоги узгоджуються із технологічними та економічними. Продукція третього рівня складності потребує додаткових знань, що не розглядаються під час підготовки фахівців з ГД, щодо нових технологій виготовлення та тиражування об'єктів, або щодо функціональних характеристик об'єктів проектування і чинників впливу, відповідних іншим спеціалізаціям дизайну.

На етапі оцінки результатів діяльності і моніторингу споживачів вирішуються контрольні та прогностичні задачі. Застосування методів оцінки та обробки результатів забезпечує комплексне врахування результативності кожного з етапів. Взаємодія контрольних і прогностичних задач реалізується у можливостях коригування образного і логічного кодування інформації промисловими технологіями друку продукції, з одночасним отриманням моніторингової оцінки щодо результатів проектування. Результати оцінювання впливають на вибір зразків продукції, відповідної новим естетичних критеріям, визначення таких критеріїв, встановлення нових запитів, поширення методів проектування на нові види продукції, отримання нових знань щодо умов кодування змісту інформаційних повідомлень.

ВИСНОВКИ

Проектування у графічному дизайні уособлює складно-динамічну систему, утворену внаслідок інтеграції різноспрямованих наукових знань, досягнень мистецтва і технологій. Швидкий розвиток такої системи здійснюється за рахунок збільшення кількості номенклатури рекламно-графічної продукції, засобів і компонентів процесу проектування, чинників впливу на властивості кожного з продуктів.

Поширена на початку XXI ст. відмова від чітко артикульованої, художньо-проектно-виробничої діяльності, зневага до системного пошуку засобів і послідовного встановлення необхідних прийомів образного відтворення змісту, призвели до масового тиражування знеособлених інформаційних клонів. Якості встановленя і виконання завдань також суттєво заважає непорозуміння між замовниками і дизайнерами, спричинене різнотлумаченням професійних термінів, запозичених з інших галузей знань. Водночас, необхідність забезпечення якості трансляції змісту візуальної інформації, узагальнення й ущільнення знань щодо створенння продукції ГД, разом із мінімізацією часу на її проектування, спонукає як до встановлення і застосування ефективних методів стимуляції конструктивного мислення, так і до вдосконалення методики проектування.

Сучасний стан проблеми характеризується відсутністю комплексного підходу до вивчення інфраструктури проектування продукції графічного дизайну, що негативно впливає на результати роботи фахівців. Водночас, методичні рекомендації, спрямовані на значне підвищення ефективності виконання проектів, розроблені переважно для інших спеціалізацій дизайну, і не можуть бути механічно застосовані до специфіки проектування та властивостей продукції ГД.

1. Вивчення та аналіз наукових літературних джерел, спільно із власними науковими дослідженнями автора, дозволили упорядкувати, систематизувати і доповнити перелік чинників формування продукції графічного дизайну, серед яких виділено: соціокультурні; естетичні; комунікативні; психологічні; світоглядні; технологічні.

Дослідженням встановлено, що комплексний вплив чинників та подиктованих ними вимог призводить до формування проектної ситуації, для якої є характерним інваріантний характер зв'язків між чинниками впливу, що детально розглянуто в роботі. Внаслідок переважного впливу одного з угрупувань, вимоги, встановлені через соціокультурні чинники, втілюються в універсальних якостях; вплив естетичних вимог реалізується у естетичних якостях; вимогам психологічних чинників відповідають консервативні (традиційні) якості; вимоги, подиктовані світоглядними чинниками, реалізуються через креативні якості; технологічними — через раціональні якості; вплив комунікативних чинників закріплюється в утилітарних якостях. Проектна ситуація характеризується наявністю протилежностей, закладених у таких якостях, що унеможливлює їх просте сумарне застосування, обумовлюючи встановлення пріоритетності серед них для кожного з продуктів ГД.

2. Результатом проведеного аналізу стало виділення пріоритетних якостей кожного з продуктів ГД, або їх угрупувань. Встановлено, що для креслень, шрифтів, формалізованих та стилізованих зображень пріоритетною є тільки утилітарно-функціональна якість; для айдентіки – поєднання креативної та консервативної якостей; для друкованої рекламної продукції – поєднання універсальної та креативної; для книг та газетно-журнальної продукції — поєднання утилітарно-функціональної із універсальною якістю. Водночас для іміджевого та виставкового дизайну це поєднання раціональної, консервативної та креативної якостей; для WEB-сайтів, конструктивного та графічного вирішення пакувань – раціональної, утилітарно-функціональної та креативної якостей; для сценарного моделювання і мультимедійної продукції — поєднання утилітарно-функціональної, консервативної та універсальної якостей; для суперграфіки на архітектурних будівлях і спорудах — поєднання раціональної, консервативної та естетичної якостей.

3. На основі порівняння кількості пріоритетних якостей, систем кодування інформації та статичного або динамічного характеру зв'язків між такими системами в межах цілісної структури візуальних комунікацій, виявлено типологію продукції графічного дизайну з ієрархічними рівнями складності. Згідно запропонованої типології, продукція, угрупована в межах одного рівня, може поділятися на підрівні, що вирізняються за кількісним складом. У розподілі на рівні, враховано чинники впливу та системи знань, відповідні іншим спеціалізаціям дизайну.

Серед продукції ГД виділено перший, другий і третій рівні складності. До першого рівня складності увійшли креслення, шрифти, стилізовані і формалізовані графічні зображення; до другого айдентіка, друкована рекламна продукція, дизайн книг та періодичних видань, персоніфікація й анімація

літературних і корпоративних героїв. До третього рівня складності віднесено іміджевий дизайн, дизайн виставок, WEB-сайти, сценарне моделювання і мультимедійну продукцію, дизайн пакувань та суперграфіку на архітектурних спорудах.

Встановлено відповідність між продукцією та можливими подальшими розгалуженнями у спеціалізації ГД. Такими розгалуженнями є: айдентіка і персоніфікація корпоративних й літературних героїв; друкована рекламна продукція; дизайн та ілюстрування книг, газет, журналів; WEB-сайти, мультимедіа та сценарне моделювання, конструктивне і графічне вирішення пакувань.

Структурна складність продукції графічного дизайну обумовлює взаємодію двох ритмів розумової діяльності: перший з яких спрямований на усвідомлення та встановлення сутності завдань, можливих способів їх вирішення та формування проектного образу. Другий забезпечує комплексну перевірку доречності і якості взаємодії чинників впливу, точність їх графічної фіксації у композиційних схемах, порівняння варіантів технічно-графічних способів виконання елементів та перевірку ефективності кожного з них. Взаємодія означених ритмів забезпечує перетворення предмету діяльності у продукт.

4. Визначення можливих розгалужень ГД і їх зіставлення з засобами та компонентами процедури проектування дозволило виявити структуру проектування фахівців з ГД, відповідну вимогам даного дослідження. Згідно цієї структури у процесі проектування виділено: зв'язок чинників формування і пріоритетних якостей із методами проектування; системами кодування інформації, проектними концепціями, принципами композиційної організації багатоелементних та багаторівневих структур; умовами формування нових соціокультурних запитів, прийомами образоутворення; умовами кольорокодування; технологіями друку та післядрукової обробки поліграфічної і пакувальної продукції; закономірностями формотворення об'ємно-просторових структур із пружньоеластичних матеріалів. Найбільш значущі, для забезпечення якості результатів, компоненти процедури проектування розглянуті за підрівнями.

5. Методи проектування у графічному дизайні є механізмами кореляції складних ієрархічних зв'язків між засобами і компонентами процедури проектування. До методів, відповідних специфічним властивостям проектування у графічному дизайні автором віднесено: метод структурно-семіотичного аналізу, порівняльний, оцінювальний, метод аналогії, метод синектики, метод асоціацій, матріци ідей, мозкового штурму, метод рольових перевтілень. За результатами аналізу сутності кожного з методів запропоновано їх адаптацію до властивостей продукції ГД і процесу проектування.

6. При визначенні якості результатів проектування застосовано критерії оцінювання, що є виміром достовірності, відповідності знань, досягнень, результатів наукового пізнання предметам та явищам об'єктивної дійсності. У встановленні критеріїв враховано: структуру проектування, його етапність і типові задачі. Якість результатів проектування визначається взаємодією трьох критеріїв: аналітичного, креативного та технічно-графічного, кожен з яких отримав деталізоване висвітлення за складом.

7. Вдосконалення проектування забезпечується уникненням значної кількості «випадкових» варіантів вирішення проектного завдання з дотриманням наступних умов: зменшенням витрат часу на визначення пріоритетних якостей кожного із продуктів; взаємоузгодженням етапів, типових задач та методів проектування, що мінімізує кількість проектних пропозицій, сприяє чіткості визначення і обумовленості засобів, застосованих у виконанні завдань.
8. Методика проектування має бути спільною для всієї продукції ГД, і реалізується за наступними етапами: встановлення проектного завдання, дослідження аналогів, формування проектного образу, його реалізація, перевірка якості та ефективності дії візуальних комунікацій. Методи проектування можуть варіативно застосовуватись на кожному з етапів, залежно від рівнів складності продукції і її тематичного спрямування.

В дисертації детально розглянуто змістове наповнення кожного з етапів, типові задачі та завдання, відповідні до рівня складності кожного з продуктів ГД, а також методи, що доцільно застосовувати на кожному з етапів.

ОСНОВНІ ПУБЛІКАЦІЇ АВТОРА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Абизов В.А. Пріоритетні якості об'єктів проектування у графічному дизайні / Вадим Адільйович Абизов, Тетяна Олександрівна Божко.// Вісник КНУКІМ— К.: КНУКІМ, 2011. — Випуск 24. — С.35 — 42.

2. Божко Т.О. Фахова підготовка у дизайн-освіті /Тетяна Божко//Упаковка. — Київ. АІЦ "Упаковка". —2002.—№3. — С.54, 55.

3. Божко Т.О. Дизайн пакування синтез мистецтв/ Тетяна Олександрівна Божко // Упаковка.—2002.—№ 4. — С. 40,41.

4. Божко Т.О. Використання графічної культури в нових технологічних моделях освіти / Тетяна Олександрівна Божко // Мистецька освіта: зміст, технології, менеджмент. Випуск 2: Збірник наукових праць / Ред. кол.: В.М. Мадзігон (головний редактор) та інші.— К.: ТОВ. "ТОНАР", 2007. —188 с.

5. Божко Т.О. Вимоги до професійного мислення дизайнерів-графіків. / Тетяна Божко // Мистецька освіта: зміст, технології, менеджмент // Зб. наукових праць.— К., 2008.— № 3. — 325 с.

6. Божко Т.О. Інтеграція знань, як умова підготовки дизайнерів-графіків. / Т. О. Божко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв [Текст]: зб. наук. пр. / за ред. Даниленка В.Я. - Х.: ХДАДМ, (Мистецтвознавство, архітектура). —2008. — №3.— С. 13 — 23.

7. Божко Т.О. Формування проектної культури дизайнерів-графіків, як науково-педагогічна проблема / Т. О. Божко // Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи: зб. наукових праць.— К.; Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2010. — Випуск 2. — 312 с. —С.109–117.

Опубліковані тези конференцій

8. Божко Т.О. Використання традицій українського декоративно-прикладного мистецтва у сучасному дизайні пакувань. Матеріали до науково-практичної конференції: " Народні традиції у декоративно-прикладному мистецтві"/ Тетяна Олександрівна Божко. — К.: КДІДПМД ім. М. Бойчука, — 2006. — С. 30—34.
9. Божко Т.О. Креативність як інтегрований показник якості у дизайні пакувань. / Т. О. Божко // Пакувальна індустрія України (стан та перспективи): матеріали II науково-практичної конференції (20-23 травня 2008 р., м.Алушта, Україна). Додаток до часопису "Упаковка". — К., 2008. — № 3. — 214 с. — С. 70 — 78.

Інші публікації автора за темою дисертації

10. Божко Т.О. Графічний дизайн: розгалуження спеціалізацій і проблеми підготовки фахівців / Т.О.Божко // В зб.: Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи. К.: Інститут педагогіки АПН України, Інститут Реклами, 2004. -- С.76 - 80.
11. Божко Т.О. "Основи дизайну": Програма профільного навчання для загальноосвітніх навчальних закладів з трудового навчання у 10-12 класах/ Т.О. Божко, В.В.Вдовченко, Г.О.Пащенко, А.С.Сімонік, Ю.Б.Швєдова, З.В.Вдовченко, В.П.Тименко // Освіта і управління — т. 11. № 1, — 2008. — С.116—150.
12. Божко Т.О. Основи дизайну: підручник для 10 кл. загальноосв. навч. закл. Профільн. рівень / В.В.Вдовченко, Т.О.Божко, А.С.Сімонік та ін..; [за ред. В.В.Вдовченка]. — К.: Педагогічна думка, 2010. — 304 с., іл.

АНОТАЦІЯ

Божко Т.О. Методичні основи удосконалення проектування продукції графічного дизайну. —Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 17.00.07-дизайн. Київський національний університет культури і мистецтв. Київ, 2011.

У дисертації проаналізовано причини масового поширення візуальних комунікацій, невідповідних вимогам якості закріплення інформації і тривалості її фіксації споживачами. З метою запобігання означеному становищу, в роботі систематизовано, уточнено та доповнено чинники впливу на властивості продукції ГД, що визначають вимоги до проектної ситуації у графічному дизайні. Деталізований аналіз функцій та елементів візуальної мови кожного з продуктів дозволив встановити типологію продукції ГД, з трьома ієрархічними рівнями складності. На основі типології здійснено прогноз щодо можливих подальших розгалужень спеціалізації ГД, та визначено структуру проектування. Встановлено умови адаптації методів стимуляції конструктивного мислення та інженерного проектування до властивостей рекламно-графічної продукції та специфічних відмінностей проектування у ГД. Визначено критерії оцінки якості результатів проектування, запропоновано методичні положення щодо умов вдосконалення проектування продукції графічного дизайну.

Ключові слова: графічний дизайн, візуальні комунікації, продукція ГД, процес проектування, методи проектування.

АННОТАЦИЯ

Божко Т.А. Методические основы совершенствования проектирования продукции графического дизайна. — Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата искусствоведения за специальностью 17.00.07-дизайн. Киевский национальный университет культуры и искусств. Киев, 2011.

Актуальиость исследования вызвана наличием противоречий между потребностями точности трансляции информации в динамично развивающейся информационной среде и низким уровнем ее образно-ассоциативного наполнения, который не способствует надежности фиксации визуальных коммуникаций в сознании потребителей. Необходимость совершенствования проектирования также обусловлена постоянной минимизацией времени и потребностями интеграции знаний отраслей: искусство, философия, психология, маркетинг, технологии.

Исследование методов, направленных на стимуляцию конструктивного мышления и проектирования показало, что они не могут быть механически заимствованы из других специализаций дизайна и инженерной деятельности, а требуют углубленного исследования инфраструктуры графического дизайна и свойств каждого из его продуктов.

В диссертации систематизированы, уточнены и дополнены факторы, влияющие на формирование продукции ГД, определены требования формирования проектной ситуации, дуалистический характер которых предполагает выбор приоритетности в каждом из продуктов. На основе исследования таких качеств и элементов визуального языка, задействованных в каждом из объектов проектирования, создано типологию продукции ГД, с учетом уровней сложности и иерархической структуры. К продукции первого уровня сложности автором отнесено: чертежи, шрифт, формализованные и стилизованные графические изображения, знаки информации и идентификации. В состав продукции второго уровня сложности входят: айдентика, печатная рекламная продукция, дизайн и иллюстрирование книг, газет, журналов, персонификация литературных и корпоративных героев. К третьему уровню сложности отнесено: имиджевый дизайн и дизайн выставок, WEB-сайты и мультимедийную продукцию, в т. ч. сценарное моделирование рекламы, дизайн упаковки, суперграфику на зданиях и архитектурных сооружениях.

Рассмотрены возможности дальнейшего разветвления специализации ГД. Сформировано структуру проектирования, в составе которой выделено: связь факторов влияния и приоритетных качеств с методами проектирования, системами кодирования информации; проектными концепциями; средствами образного представления информации; условиями цветокодирования, технологиями печати и послепечатной обработки продукции. На основе структуры проектирования проведено адаптацию методов научной и проектной деятельности к специфике графического дизайна.

Исследованием установлены критерии оценки качества результатов проектирования, а именно: аналитический, креативный, технично-графический.

Детализация каждого из критериев и их комплексное использование обеспечивают объективный учет достоинств и недостатков проектов ГД. Выделение особенностей работы над продукцией ГД, этапов и задач проектирования, позволило создать методические рекомендации, способствующие совершенствованию проектирования продукции каждого из уровней сложности.

Использование предложенных методических рекомендаций способствует значительному сокращению времени на определение условий проектной ситуации, повышает обоснованность проектных концепций, темпы создания визуальных коммуникаций, уровень информационной культуры и стимулирует развитие рыночных отношений. Их реализация обеспечивает четкость определения проектных заданий, и неуклонность их соблюдения. Типология продукции и структура проектирования обеспечивают комплексный учет всех составляющих процесса проектирования, установление связей между ними, что позволяет существенно минимизировать время на выполнение проектов и обеспечить высокий качественный уровень продукции.

Разработанные типология продукции и структура проектирования использованы также для формирования стандартов подготовки специалистов графического дизайна в высших учебных заведениях, учебных программ и заданий, способствующих успешному освоению профессиональных задач.

Предложенные критерии оценки качества продукции могут быть задействованы как по отношению к проектной деятельности специалистов, так и для оценивания квалификационных проектов выпускников ВУЗов.

Ключевые слова: графический дизайн, визуальные коммуникации, продукция ГД, процесс проектирования, методы проектирования.

ANNOTATION

Bozhko T.O. Methodical foundations of the graphical design production project perfection. – Manuscript.

Dissertation for the receiving of the Candidate of Art academic degree by the speciality 17.00.07 - design.–Kyiv National University of Culture and Art.–Kyiv, 2011.

The dissertation analises the reasons of modern spreading of the visual communications which are not don't corresponded to the contemporerary requirements of it's quality. For the solution of this problem the factors of the product's influence were systemised, specified, and complemented and also corresponding design requirement's estimated. On the base of the deep analisis of each products it were graphic design typology formed and planning structure defined. The conditions of adaptation of the scientific methods and also of the graphical design results project perfections were given. The investiganion defines quality criterias of the improvement of designing of the graphical design production. The methodical positions, concerning the production proect were proposed.

The key words: graphical design production, visual communications, advertising productuction; the process of designing, methods of designing; methodical foundations.

Підписано до друку 01.06.2011.
Формат 60 x 90 $^{1}/_{16}$. Папір офсетний № 2.
Друк трафаретний.
0,75 облік.-вид. арк., 1 умовн. друк. арк.
Тираж 100 екз. Замовлення №72

Віддруковано в міні-типографії ФОП Степенко А.О.
02660, м. Київ, вул. М. Раскової, 11Б.
тел.: (044) 223-29-39, E-mail: 2238179@ukr.net, www.1-a.com.ua