

Міністерство освіти і науки України
Департамент освіти і науки
Харківської обласної державної адміністрації
Національна академія мистецтв України
Харківська організація Спілки дизайнерів України
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Матеріали міжнародних науково-методичних конференцій

**ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ
ВИКЛАДАЧІВ З ВІЗУАЛЬНОГО
МИСТЕЦТВА ТА ДИЗАЙНУ:
СУЧАСНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
МИСТЕЦТВОЗНАВСТВА:
ВИКЛИКИ ХХІ СТОЛІТТЯ**

9–12 жовтня 2017 року

«Педагогічні аспекти підготовки викладачів з візуального мистецтва та дизайну: сучасність і перспективи» та «Актуальні питання мистецтвознавства: виклики XXI століття» // Збірник матеріалів Міжнародних науково-методичних конференцій професорсько-викладацького складу і молодих учених в рамках IX Міжнародного форуму «Дизайн-освіта 2017», м. Харків, 9-12 жовтня 2017 року / За загал. ред. Даниленка В.Я. — Харків: ХДАДМ, 2017. — 368 с.

У збірнику представлено матеріали Міжнародних науково-методичних конференцій професорсько-викладацького складу і молодих учених **«Педагогічні аспекти підготовки викладачів з візуального мистецтва та дизайну: сучасність і перспективи»** та **«Актуальні питання мистецтвознавства: виклики XXI століття»**, які проходили в рамках IX Міжнародного форуму «Дизайн-освіта 2017» 9–12 жовтня 2017 року у Харківській державній академії дизайну і мистецтв.

Основні питання, що були запропоновані для обговорення учасниками конференції:

- 1) Проблеми підготовки кадрів в сфері мистецтва, художньої та художньо-проектної культури.
- 2) Художня освіта в контексті міждисциплінарної парадигми.
- 3) Нормативне забезпечення освітньо-наукової діяльності мистецьких вишів.
- 4) Науково-мистецька діяльність як основа підготовки кваліфікованих кадрів в умовах сучасного конкурентного середовища суспільства знань.
- 5) Проблеми підготовки кадрів вищої кваліфікації на третьому рівні вищої освіти (доктор філософії/кандидат наук, доктор наук) в мистецьких вишах відповідно нових положень МОН України
- 6) Міжнародне співробітництво в сфері мистецької освіти.

Збірник розрахований на пошукувачів вчених ступенів і звань, викладачів, науковців, студентів.

Матеріали конференції розміщено в електронному вигляді на сайті ХДАДМ:
www.ksada.org.

Редакційна колегія:

Даниленко В. Я.	головний редактор, академік Національної Академії мистецтв України, доктор мистецтвознавства, професор;
Гончар О. В.	доктор педагогічних наук, професор;
Соколюк Л. Д.	доктор мистецтвознавства, професор;
Бондаренко І. В.	кандидат архітектури, доцент;
Турчин В. В.	кандидат мистецтвознавства, доцент.

Міхєєва Леся Валеріївна

викладач кафедри дизайну, КВНЗ «Хортицька національна навчально-рабїлтаційна академія» ЗОР, м. Запорїжжя

ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ МУЗИЧНИХ КОЛЕКТИВІВ

Сьогодні світ українського графічного дизайну став дуже символічним у своєму прагненні до створення бренду, що візуально виокремлюється та запам'ятовується. Велику роль для впізнаваності бренду відіграє візуальна (графічна) ідентифікація, яка розглядається як загальноприйнятий ефективний засіб представлення товару або послуг на ринку.

В процесі функціонування системи графічної ідентифікації активно використовується поліграфічна та сувенірна продукція, що містить в собі такі основні елементи, як логотип, шрифти, кольорова гама та інші, що ідентифікують певну організацію чи колектив, утворюючи візуальний стиль.

Візуальний стиль – одна із форм комунікації, що має на меті забезпечити відмінність об'єкта та його зорове виокремлення особливими графічними характеристиками [3]. Мета ідентифікації полягає у встановленні тотожності або справжності товару чи послуги.

Про графічну ідентифікацію у своїх роботах писали Гелегер Р., Мовчан В., Морган Г, розглядаючи її як «відображення культури підприємства, її окремих елементів за допомогою художніх і графічних засобів, стилістичних прийомів, які забезпечують формування єдиного образу фірми на всіх напрямках її діяльності» [1]. На прикладах фірм, організацій та колективів, що працюють у різних сферах діяльності дослідники приходять до висновку, що візуальна (графічна) ідентифікація, включає в себе частку тотожності, тобто сприйняття об'єкту як елементу певної категорії чи ніші ринку, а також частку інакшості, тобто візуальне виокремлення цього об'єкту з тотожних. Все це забезпечує візуальне сприйняття, збирає всі візуальні елементи та моменти психологічного впливу у візуальний стиль, що впливає на створення бренду певного колективу, у тому числі й музичного.

М. Ньюмеєр в своїй монографії визначає бренд як «шосте чуття клієнта щодо продукту, послуги або компанії» [2,31]. З його точки зору бренд – це не логотип і не рекламна стратегія, тобто не те, що перебуває у зоні контролю компанії. Він наголошує на тому, що люди самі створюють бренди для впорядкування хаотичної інформації, і таким чином, бренд можна замінити словом «репутація», але й це слово недостатньо точно передає значення бренду. Важить не те, що каже про себе компанія, а те, що кажуть про неї люди.

З огляду на роботу музичних колективів, то велике значення тут має не стільки сам бренд (сприйняття людьми), скільки їх творчість, спрямована на виокремлення серед маси таких же гуртів, що працюють в тому ж музичному стилі. Саме тому ідентифікація є основним двигуном успішного бренда будь-якого музичного колективу чи окремого виконавця.

Тут можна казати про те, що найпоширенішим елементом ідентифікації, за яким споживач чи глядач визнає певний музичний колектив, є логотип,

який має відображати як назву гурту (через характер певного шрифту), так і його імідж (веселий, сумний, агресивний тощо), а також приналежність до певного музичного стилю. Але що стосується саме ідентичності музичних колективів, – не все так просто, важливим компонентом ідентифікації, крім візуальних ознак, є й звук, тобто набір певних інструментів з оригінальною манерою звуковидобування.

Якщо розглядати функціонування музичного бренду в цілому, то найважливішим і найвпливовішим чинником створення елементів його графічної ідентифікації є музичний стиль, в якому працює певна команда. І хоча музичний стиль не є візуальним (графічним) ідентифікатором, він має великий вплив на образні якості візуальних компонентів. Від музичного стилю залежить характер накреслення логотипу, кольорова гама рекламної продукції, стиль одягу для сцени, використовувані аксесуари, носії візуального стилю для фанатів тощо.

Взагалі, в музичній теорії виділяють шість основних стилів: класика, джаз, блюз, поп, хіп-хоп, рок. Для кожного з цих стилів є вже сталі образи та кольори, але й додаються нові елементи, нове графічне відображення нових знаків, з огляду на реалії сьогодення у галузі музичного мистецтва.

Найпоказовішим та найрозгалуженим музичним стилем, за основними компонентами ідентифікації музичних колективів, мабуть, є рок. Тут можна вести мову про те, що для логотипів рок-гуртів обирається здебільшого готичні шрифти з гострими кутами чи ознаками руйнації. В кольоровій гамі переважає співвідношення чорного-білого-червоного з незначним додаванням інших кольорів. Якщо казати про культуру одягу, то переважає чорний колір (шкіра та тканина), в окремих рок-жанрах нормою є джинси, але це не закон, а лише найчастіше використовувані елементи.

Кожен рок-стиль відрізняється своїми візуальними компонентами за якими колектив можна віднести до певного жанру, виокремити його, але не слід забувати й про компонент звуку. Так, для жанру важкого року, як елемент додається і жорсткий грим та звучання гітар на ефекті дисторшену; для метал-року, крім жорсткого звучання гітар, поєднання шкіри та металевих аксесуарів; для фолку це елементи національної ідентичності, національний одяг або його елементи чи національні музичні інструменти; для інді це не дуже складні мелодії та прості інструменти, чи то взагалі інструменти зроблені з підручних матеріалів, хоча цей жанр на сьогодні є не таким й простим, як на початку його становлення, коли він став окремим явищем в музичному світі; для панку це фрікові зміни зовнішності артистів, а також жорстка манера вокалу, що може переходити у неприхований крик; для виконавців глэм-року характерні яскравий образ, що виражається через театральну ефектність екзотичних костюмів, багате використання макіяжу, андрогенний вигляд. У свою чергу прогресив, як і техно, ідентифікують лише за звучанням, бо саме ці два жанри здебільшого використовують синтезовані звуки. Окремо можна розглянути такий жанр як психоделіка, що використовує поєднання музики та світлових ефектів. Цей ряд можна про-

довжувати і іншими рок-жанрами, такими як джаз-фьюджен, реп-рок, емо, скрим тощо, але головне, щоб графічні візуальні образи були зрозумілим потенційному споживачеві, створювали свій оригінальний бренд.

Добре, якщо музичний колектив працює у визначеному жанрі, але існує багато гуртів, які поєднують кілька жанрів. У таких випадках музична теорія каже про появу нових альтернативних напрямків, а от ідентифікувати їх, віднести до певного жанру стає важко.

Таким чином можна констатувати, що використання візуальних (графічних) компонентів ідентифікації, що ототожнює і виокремлює музичний колектив, є основою для його впізнаваності, створює візуальний стиль, який впливає на визначення бренду (сприйняття колективу іншими). Але графічна ідентифікація музичного колективу, скільки б графічних компонентів вона в собі не містила, завжди спирається на образні якості, властиві певному музичному стилю. І тому розглядати компоненти графічної ідентифікації без розгляду компонентів звуковидобування та відношення до певного музичного стилю, є недоцільним і відкриває нові питання у графічній ідентифікації музичних колективів.

Література:

1. Морган Г. Имиджи организации / Морган Г. – М.: Вершина. 2006. – 416 с.
2. Ньюмеер М. ZAG: найкращий посібник із брендингу / Марті Ньюмеер / пер. з англ. – Харків: КСД, 2017. – 192 с.:іл.
3. Шевченко В.Е. Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання / В.Е. Шевченко // Наукові записки: Соціальні комунікації. – Київ, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2015. – №2 (51). – С. 139-147
4. Трофимов Я. Брендинг и идентификация настоящего и будущего. – Одесса: Пласке, 2009. – 96 с.

Мосендз Оксана Олегівна

аспірант, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ОСНОВНІ ТИПИ УКРАЇНСЬКОГО КОСТЮМА В ОБРАЗОТВОРЧОМУ МИСТЕЦТВІ УКРАЇНИ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Будучи найважливішою й невід’ємною частиною національного образу, український костюм, починаючи з часу свого становлення в XVI столітті в ансамблевих формах, поступово займає важливе місце в образотворчому мистецтві. Нині серед усіх складових частин традиційного образу життя, саме костюм виступає своєрідним візуальним знаком національної ідентичності, національним символом і насичує художні образи характерним українським колоритом.

Уплив історико-культурних подій кінця ХІХ – початку ХХ століття відчувається в галереї українських образів, що сформувалися в образотворчому мистецтві України. Центральною темою, найчастіше, представлений сільський костюм, що можна пояснити, з одного боку, особливо виразним

Міненко О.А. Антична мода: світова практика у контексті перукарського мистецтва . . .	234
Міхєєва Л.В. Основні компоненти ідентифікації музичних колективів	236
Мосендз О.О. Основні типи українського костюма в образотворчому мистецтві України кінця ХІХ – початку ХХ століття	238
Мудаліге О.І. Іконописні символи козацької доби в храмах м. Охтирки (Сумська обл.)	241
Мудаліге О.І. Друкована графіка Японії Кінця ХХ ст. (з колекції Асоціації дизайнерів-графіків «4-й Блок»)	243
Обуховська Л.В. Модель формування поліфункціональних малих архітектурних форм	245
Ожога-Масловська А.В. Раку-кераміка в мистецтві сучасних українських гончарів . . .	247
Олексієнко А.М. Сучасні тенденції у дизайні тематичних парків (з досвіду курсового проектування на кафедрі «Дизайн інтер'єру» ХДАДМ) . . .	249
Оленіна О.Ю. Мистецтво в проблематиці американського наукового дискурсу . . .	252
Осадча О.А. Образ-парадигма храму в творчості українських митців 2000-х – 2010-х рр. . .	254
Осадча О.А. Проблеми вітчизняного сакрального мистецтва у контексті його відродження	257
Осадча О.А. Спростування сталих стереотипів щодо принципів створення художньої мови в іконопису візантійської традиції.	259
Осадчий В.В. Історичні періоди розвитку мистецького життя м. Кременчука. . . .	262
Павельчук І.А. Витоки народної тематики у творчості Ф. Кричевського (до проблем поширення постімпресіонізму в образотворчому мистецтві України ХХ ст.)	265
Павлов А. Є. Графічний дизайн і молодіжні субкультури: проблеми вивчення, теоретичні підходи	269
Павлова Т.В. Мульти-арт об'єднання «Панорама» в Харькове (1987-1991) как инновационная инфраструктура современного украинского искусства . . .	270
Пантус Н.М. Методика проектування графічних комплексів	272
Пасічник В.О. Конструювання як важлива складова підготовки дизайнера одягу . . .	273
Пашкевич К.Л. Тектоніка як формотворчий аспект в дизайні одягу	274
Первишева І.Б. Принципи монтажності в умовах дисипативної художньої культури . .	276
Пилипчук О. Д. Определение основных критериев восприятия зрителем художественно-декоративной формы в интерьерем пространстве	278
Підлісна О.В. Дизайнерські інновації у пристосуванні колишніх територій промислових підприємств до загальнономіського середовища Харькова	280
Повшик С.Я. Суть трансформаційної функції технічного рисунку	283
Погребняк Е.А. Художественный витраж в современном искусстве и дизайне	285
Позднякова-Кирбят'єва Е.Г., Сілявіна Ю.С. Роль ландшафтного та паркового дизайну в створенні реабілітаційного парку на о. Хортиця	288
Пономаренко М.В. Золото в живопису: сакралізація художнього простору в портретних композиціях	290
Попова І.І. Сучасні меблі-трансформери: технологічний процес та естетичний аспект	292
Попович К.М. Літографії українських художників першої третини ХХ ст.: основні стилі та напрями	293
Прокоф'єв Є.О. Рисунок – відображення думки як головний аспект психологічних відношень у соціумі	296
Рашевська А. Козацька тема в художніх творах з колекції Дніпропетровського історичного музею ім. Д.І. Яворницького	299
Рибалко С.Б. Костюм у театральній традиції ногау.	302
Руденко В. В. Модерністський рух в образотворчому мистецтві Індії ХХ ст. . . .	305
Серпионова Э.Н. Креативные игры на занятиях по методике художественного обучения . .	307
Соколюк Л.Д. Галерея діячів українського національного відродження в творчості Михайла Жука	310

Соколюк О.В. Харківські авангардисти кінця 1910-х – 1920-х рр. в еміграції	313
Сосницький Ю.О. Інноваційні принципи та прийоми організації об'єктів реклами площі конституції у м.Харків	316
Сталінська Г.Д. Меблі як інструмент створення образу вінтажної інтер'єра	317
Станичнов О.О. Особливості образу янгола в творчості Я. Мальчевського	320
Стеценко К.М. Розвиток креативності майбутніх дизайнерів одягу	323
Стещенко С.В. Регіональні особливості храмових розписів доби модерну на Харківщині	326
Сушко В.А. С.А. Таранушенко як фундатор Музею українського мистецтва в Харкові	328
Терехов М.О. Методика хімічного розшарування різночасового живопису з проміжним шаром ґрунту	331
Тищенко Г.В. Возрождение Святыни	335
Філатова М. І. Колекція європейської політичної карикатури з фондів Харківського художнього музею: історія побутування, виставкові проекти та значення політичної карикатури у сучасному світі	337
Хабарова І.М., Лагода О.М. Інновації як показник дизайну в життєдіяльності людини ХХІ ст.	339
Хлестова А.В. Виставковий простір сучасного Львова.	342
Хоменко К.О. Витоки портретного мистецтва Слобожанщини в аспекті творчості художників-іконописців	344
Цяо Шубей. Тенденції в проектуванні дитячого ігрового пространства в Китає	349
Чуйко О.Д. Культуротворча роль торговельно-економічних зв'язків Галицько-Волинської Русі зі Сходом.	350
Шипова М., Бокарева Ю.С., Дейнеко Ж.В. Шрифтовой дизайн в современном плакате	353
Шуліка В.В. Ікони Св. Миколая в іконостасах Слобожанщини ХVІІ століття	355
Щербина Е.Б. На шляху трансформації	359
Щигольєв В.С. Мультимедійні технології, комп'ютерна віртуальна та доповнена реальність	360

Збірник матеріалів

Міжнародних науково-методичних конференцій «Педагогічні аспекти підготовки викладачів з візуального мистецтва та дизайну: сучасність і перспективи» та «Актуальні питання мистецтвознавства: виклики ХХІ століття»

м. Харків, 9-12 жовтня 2017 року

Свідоцтво про внесення до держ. реєстру суб'єкта видав. справи ДК №860 від 20.03.2002р.

Оригінал-макет підготовлено в редакційно-видавничому відділі ХДАДМ
Комп'ютерна верстка: Мастерова Ю.Р.
Редактор: Кригіна О.

Підп. до друку 28.10.2017. Формат 60x80 1/16.
Папір: друк. Друк: ризограф. Ум. друк. арк. 23.00.
Тираж 200 прим.

ХДАДМ, Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Україна, 61002, Харків-2, вул. Мистецтв, 8.