

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

**ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ
СТУДЕНТІВ ХДАДМ
ЗА ПІДСУМКАМИ РОБОТИ 2015/2016 НАВЧАЛЬНОГО РОКУ**

17 травня 2016 р.

Харків 2016

Всеукраїнська наукова конференція студентів ХДАДМ за підсумками роботи 2015/2016 навчального року // Збірник статей.
17 травня 2016 р., ХДАДМ. – Харків, 2016. – 256 с.

(Укр., рос, англ., нім. мов.)

У збірнику представлено матеріали з актуальних проблем дизайнерської освіти.

Тематика конференції: дизайн (графічний, комп'ютерний, архітектурний, web, одягу, меблів, середовища, соціальний та інш.);новітні технології в мистецтві та дизайні; технічна естетика, інженерно-технічне забезпечення діяльності дизайнерів і художників; історія та теорія мистецтва, рисунок, живопис, графіка; монументальне, декоративно-прикладне мистецтво, реставрація творів мистецтва, дизайнерська і мистецька освіта з викладанням предметів гуманітарного циклу.

Збірник розрахований на пошукувачів вчених ступенів і знань, викладачів, науковців, студентів, магістрантів мистецьких спеціальностей.

Пропозиції, відгуки і побажання можна надсилати за адресою:
disput@ksada.edu.ua.

Редакційна колегія:

Даниленко В.Я.	головний редактор, член-кореспондент Академії мистецтв України, доктор мистецтвознавства, професор;
Оленіна О.Ю.	доктор мистецтвознавства, доцент;
Мироненко В.П.	доктор архітектури, професор;
Соколюк Л.Д.	доктор мистецтвознавства, професор;
Бондаренко І.В.	кандидат архітектури, доцент;
Котляр Є.О.	кандидат мистецтвознавства, доцент;
Розенфельд М.І.	кандидат архітектури, доцент;
Турчин В.В.	кандидат мистецтвознавства, доцент.

Авраменко Д.А., 4 курс, спец. «Графический дизайн», ХДАДМ
Руководитель: канд. искусствоведения, проф. Сбитнева Н.Ф.

ЛЕТТЕРИНГ

Леттеринг в общем смысле этого слова появился в IV тысячелетии до н.э. Именно тогда сформировалась письменность, пусть и в несколько необычном для нас виде, поскольку была рисуночной. Шумеры и египтяне рисовали, не писали, о своих приключениях, изображая охоту, собирательство и другие ежедневные ритуалы в виде рисунков. Естественно, это не совсем тот леттеринг, о котором мы привыкли говорить в наше время, ведь букв еще не было. Но в смысле оформления информации с целью донесения ее в понятном виде до других людей — это стопроцентный леттеринг, одно из значений которого «рисование букв» (ключевое слово «рисование», восприятие вручную).

Леттеринг — это графический рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную систему, набор символов определенного размера и рисунка, другими словами, это разработка новых шрифтов под конкретный фирменный стиль или шрифтовую композицию. Леттеринг в современном понимании — это искусство рисовать буквы, возникшее на стыке типографики и каллиграфии. В русском языке, к сожалению, нет понятного слова, описывающего этот процесс, поэтому используется слово иностранного происхождения «леттеринг». К нему же относятся самостоятельные рукописные композиции из букв, а также шрифтовые разработки, которые в будущем могут стать основой нового наборного шрифта [1, с. 18].

Очень важно понимать, чем отличается шрифт от леттеринга. Шрифтом называют определенный подбор букв, который впоследствии неоднократно может быть использован и в произвольном порядке. Леттеринг состоит из нескольких букв, уникальных в своем роде и изготовленных для определенной ситуации, например, для создания логотипа.

Большинство людей называют шрифтом все, что имеет буквы. Однако зачастую то, что попадаете нам на глаза, правильнее называть леттерингом. Главное отличие леттеринга — это упор на графическую составляющую, а именно уникальные формы, которые сочетаются друг с другом в конкретном слове или фразе. Один человек провел очень правильную аналогию: как лепка из глины отличается от строительства из кубиков Лего, так и леттеринг отличается от шрифта. В шрифте одни и те же буквы имеют тождественное начертание. В леттеринге буквы обычно написаны или нарисованы единожды, для определенной ситуации [1, с. 251].

Главным леттеристом планеты, возможно, является Марьян Банджес. Она много лет совершенствует эту область, пользуясь не только карандашом и графическими редакторами, но целым арсеналом в хорошем смысле неуместных предметов. В выборе поверхностей Банджес тоже не скромничает. Рисует Марьян свои буквы и сахарной пудрой на морковном кексе, и паль-

цем на замерзшем стекле, и иголками на лепестках цветов, и паяльником по деревянной столешнице, в общем — всем, чем только можно [3, с. 374]. К слову, в 2010 году вышла ее книга «I wonder» с собственными иллюстрациями. Кроме того, что это — образец весьма талантливой литературы, это настоящий художественный артефакт, который невозможно выпустить из рук.

Еще один человек, последовательно занимающийся популяризацией леттеринга, — арт-директор газеты «The New York Times» Арем Дуплесси. Его вклад в это дело можно еженедельно наблюдать в рубрике «On Language», которую с 2005 года от номера к номеру оформляет новый иллюстратор. За более чем три сотни номеров NYT удалось ни разу не повториться и показать миру много красивого леттеринга [3, с. 158].

И несколько зарубежных имен, которые стоит запомнить в плане леттеринга: Мартина Флор, Джессика Хиш, Дана Танамачи, Сэм Бевингтон. В наше время качественный леттеринг открывает много возможностей для дизайнеров. Невозможно представить журнал, газету, или буклет, пакеты в супермаркете или аптеке, а также рекламные ролики, щиты, календари, обложки, поздравительные открытки, каталоги без надписей. Леттеринг применяется всюду. Например, в фирменном стиле, упаковке, логотипах компаний, ритейл — всё, что угодно. Рисовать на досках — это маленький сегмент: это очень быстро, дешево и эффективно. Рисование мелом — это помощь малому бизнесу: рестораны, кафе, свадьбы, реклама. Сегодня у художника, который умеет работать с текстом, есть реальное преимущество. Сейчас модно включать в интерьер типографические композиции. Они придают некий шарм интерьеру в зависимости от того, какого стиля нужно добиться в итоге, — это простой способ без лишних элементов придать пространству смысл. Примером могут послужить великолепные работы молодого дизайнера Покраса-Лампаса. Они не всегда читабельны и разборчивы (что тоже зависит от вкуса клиента), но они очень живые и пластичные.

Иными словами, леттеринг — часть визуальной среды, он присутствует во всем, что нас окружает. Ручной леттеринг, естественно, ценится дороже, потому что платить приходится как за результат, так и за время, уделенное конкретному проекту. В данный момент леттеринг — очень популярное направление и графическом дизайне. Хорошие аналоги можно наблюдать на крупных сайтах, таких как behance, dribbble.

Литература:

1. Дорн А., Рокуэлл Н. Курсы известных художников: [Электронный ресурс], А. Дорн, Н. Рокуэлл [пер. с англ. Андрей Алексеев]. — 64 с. — Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/1622340/>, свободный
2. Таранов Н.Н. Искусство рукописного шрифта / Николай Таранов. — Москва: МПИ, 1991. — 156 с.
3. Проненко Л.И. Каллиграфия для всех / Леонид Проненко. — Москва: Студия Артемия Лебедева, 2011. — 269 с.

Агєєнко Г., 4 курс, спец. «графічний дизайн»

Керівник: канд. мистецтвознавства, професор Сбітнєва Н.Ф.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА САКРАЛЬНА МІСІЯ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Сучасною проблемою пострадянського графічного дизайну є так звана «чорна конкуренція», коли дизайном займаються непрофесіонали. «Чорна конкуренція» займає велику нішу в сфері, орієнтуючись на маргінальний та люмпенізований елемент дрібного та середнього бізнесу. Ця проблема запускає ефект «замкненого кола», коли неякісний дизайн створює негативне естетичне та загальнокультурне середовище, яке виховує нове покоління, запускаючи процес деградації знову і знову. До того ж, у цьому негативно-му процесі роль митців часто не усвідомлюється як соціумом, так і самими митцями.

Виходом може бути лише сильний культурний підйом. У цьому, в першу чергу, полягає пряма громадянська місія митців. На мою думку, для того, аби виконати цю місію, графічний дизайнер має переслідувати наступні принципи:

1. Створювати *якісний дизайн*.

2. Не робити неякісний продукт, навіть якщо за нього пропонуватимуть велику платню.

3. Захищати якісний дизайн та боротися за його реалізацію.

4. Повністю вкладатися в круту ідею.

5. Бути соціально активним, інформованим.

6. Постійно вдосконалюватись, бути сучасним.

7. Бути ерудованим та володіти своїм ремеслом.

При цьому під поняттям *«якісний дизайн»* маємо на увазі дизайн, що відповідає наступним вимогам:

1. Несе в собі ідею, концепцію.

2. Є практичним та естетичним.

3. Не має зайвих елементів.

4. Тяжіє до універсальності.

5. Витриманий в одному стилі або ґрунтується на вдалому поєднанні декількох стилів.

6. Дотримується культури шрифту.

7. Дотримується культури кольору.

8. Є адекватним та актуальним.

9. Є наслідком творчої та інтелектуальної роботи дизайнера.

Отже, місією митця є створення прийнятного, зручного та естетичного середовища для того, аби суспільство розвивалося гармонійно. Головним ворогом цьому є «чорний», неякісний дизайн, який штампують неосвічені люди.

Я виділив такі засоби боротьби з цим негативним явищем:

1. Законотворчий, тобто закони щодо якості реклами, закладення основ естетичного виховання у школах, виховання культури замовника.

2. Соціально-культурний, тобто плакатна графіка, інтернет-агітація, м'яка пропаганда естетики, збільшення «культурних годин» у телевізійному ефірі, проведення культурних популярних заходів, запрошення видатних особистостей на семінари та виступи.

Якщо ці засоби будуть втілені у життя, позитивне культурне середовище дасть потужний поштовх у розвитку суспільства та його менталітету. І графічний дизайн може і має відіграти в цьому значну роль.

Література:

1. Черневич Е.В. Язык графического дизайна / Елена Всеволодовна Черневич. — М: ВНИИТЭ, 1975. — 137 с.
2. Кривцун О.А. Творческое сознание художника / Олег Александрович Кривцун. — М: Памятники исторической мысли, 2008. — 376 с.
3. Еремеев А.Ф. Границы искусства: Социальная сущность художественного творчества / Аркадий Федорович Еремеев. — М: Искусство, 1987. — 320 с.

Акіньшина Ю.В., 3 курс, спец. «Графический дизайн»

Керівник: викладач: Шауліс К.К.

УКРАЇНЬСЬКА ІКОНА БОГОМАТЕРІ: ВІДХІД ВІД ВІЗАНТІЙСЬКИХ КАНОНІВ

Іконопис (від ікона і писати) – іконописання, іконне писання, вид середньовічної живопису, релігійної по тем і сюжетів, культової за призначенням. У найбільш загальному сенсі – створення священних зображень, призначених бути посередником між світом Божественним і земним при індивідуальній молитві або в ході християнського богослужіння, одна з форм прояву Божественної істини.

Зародилося мистецтво іконопису у Візантії. Візантійським іконописцям вдалося створити зримий образ Всевишнього і показати його світу. Не дивно, що весь православний світ прийняв цей спосіб втілення Бога, і іконописна культура поширилася у всіх країнах і Україна не стала винятком. [2]

Щоб розглянути, що спільного і різного в іконографії України та Візантії, порівняємо візантійську ікону Божої матері з українськими іконами 12-го, 13-го і 15-го сторіччя.

Візантійська (Володимирська) ікона Божої Матері

Ікона Богородиці, шанована у Православній церкві. Візантійська ікона відноситься до іконописної типом Одигітрія, що в перекладі з грецького означає «Путеводительница». Іконографічно Володимирська ікона відноситься до типу Елеуса (Розчулення).

На правій руці Богородиці зображено немовля Ісуса, який припав щокою до щокі Матері. Ікона передає повне ніжності спілкування матері та дитини. Марія передбачає страждання Сина в Його земному шляху.

Відмітна особливість Володимирської ікони від інших ікон типу Розчулення: ліва ніжка Немовляти Христа зігнута таким чином, що видна підощва ступні, «пяточка» [1].

Холмська ікона Божої Матері XI–XII століття

Холмська ікона Пресвятої Богородиці датується XI–XII століттям і відноситься мистецтвознавцями до константинопольської школи візантійського іконопису епохи Дук, Комнінів і Ангелів.

Іконографічно Холмська ікона так само належить до типу Одигітрії Праворучиця. Ця іконографічна особливість наповнена глибоким богословським змістом, тісно пов'язаним з текстом книги Буття про насіння жінки, яке

вразить спокусника в голову, і спокусника, жалячи в п'яту народженого женою. Як ми можемо помітити в цій іконі чітко простежується наслідування візантійським канонам: немовля Ісус так само сидить на правій руці Божої Матері. Його взгляд спрямований на Богородицю і сповнений любові і ніжності, його руки трепетно стосуються неї. Одна з найважливіших деталей, помітних в ультрафіолетовому випромінюванні – стопа Немовляти, яка так само розгорнута до глядача пяточкой [3].

Іверська ікона Божої матері XIII століття

У даній іконі ми вже можемо простежувати деякі відхилення від Візантійських канонів і виявити деякі новаторські моменти для 13 століття: немовля Ісус сидить тепер вже на лівій руці Богородиці, її права рука в молінні протягнута до Спасителя, одночасно вказуючи на Нього. Голова Спасителя піднята, і лик трохи повернутий до Богоматері, трохи схилила до Нього голову. Вираз осіб – спокійне, з напівпосмішкою. Не дивлячись на таку кількість відмінностей, залишилися і деякі спільні риси: стопа Ісуса все ще розгорнута пяточкой до глядача, а щічки обох зображених все ще ніжно торкаються один одного.

Ікона Богородиці «старорусському» XV століття

«Староруська» ікона Богородиці датується 15 століттям. Тут вже явно простежуються зміна традицій звичних Візантії в іконописі. Немовля сидить на лівій руці богородиці, проте погляд його направлена від Божої матері вліво вниз, права рука Ісуса тримається за одіяння Богородиці, лівою рукою він стосується свого обличчя. Богородиця обом руками обняла немовляти, як би захищаючи його від усього світу. Обличчя зображених на іконі спокійні і сумні [2].

Висновок. Отже, як ми бачимо, українська ікона протягом століть повільно відходила від канонів Візантії, тим самим поступово формуючи свої власні. Всі ці зміни були обумовлені внутрішніми факторами, що відбувалися в державі та української церкви, яка зберегла свою ідентичну територію та організаційну структуру. В результаті цих подій відбувся подальший розвиток іконописного мистецтва визначив національні художні риси.

Література:

1. Кондаков Н.П. «Иконография Богоматери»
2. Павлова О. Ю. «История украинской иконы»
3. Членова Л. «Украинская иконопись XII – XIX в.»

Александрова А., 4 курс, спец. «Графический дизайн» ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н. Ф.

АМЕРИКАНСКИЙ КИНОПЛАКАТ XX ВЕКА

Американский киноплакат интересен и уникален, ведь именно он стал прародителем современных аналогов, тех, которые мы сегодня видим практически на каждом шагу. Киноплакат является неотъемлемой частью американского искусства XX века и занимает особую нишу в сфере графического дизайна.

Любой дизайн отображает эпоху, в которой он существовал и напрямую зависит от геополитического и экономического положения страны, уровня ее развития и настроения общества. XX век для США стал одним из наиболее позитивных периодов. Распространение автомобилей и реактивной авиации, начало атомной и космической эры – все это вдохновляло тогдашнюю молодежь на создание нового стиля – яркого, позитивного и футуристического. Это было время, проникнутое безграничным оптимизмом. Так во многом сформировался образ американца XX века в целом – смелый, активный, пестрый.

В начале XX века в Америке стало появляться огромное количество киностудий. С каждым годом количество кинотеатров увеличивалось, и к 1908 году их было уже более трех тысяч [1]. Очевидно, что с такой конкуренцией моментально стал вопрос о рекламной продукции. Именно это стало причиной зарождения нового направления в графическом дизайне – киноплаката.

Развитие американского киноплаката происходило достаточно быстро. За один десяток лет он трансформировался из таблички со списком сеансов до настоящего произведения искусства. Ранние плакаты представляли собой простой коллаж из черно-белых фотографий (ключевых кадров фильма, которому и был посвящен плакат) [3]. Но такая методика продержалась недолго – позже перестали использовать фото, заменяя их рисованной графикой, что было не только выгодным, но и более привлекательным для посетителей.

В американском киноплакате первой половины XX века используются привлекательные и красивые образы. Девушки – красавицы с золотистыми кудрями, пухлыми красными губами, черными бровями и томным взглядом. Художники пытались максимально ярко и сочно передать материальность и структурность объектов. Большую роль играет освещение – контрастное, чтобы придать большей напряженности и драматичности. Изображаемые на плакатах персонажи были очень живыми и эмоциональными. Шрифты использовали различные – от классических наборных, до акцидентных и рукописных. Ограничений цветовой гаммы не было, но чаще использовали теплую палитру для вестернов, комедий и мелодрам и холодную для драм и ужасов. Плакаты отличались своей помпезностью и насыщенностью [4]. До 1985 года плакаты печатали строго определенного размера – 686 на 1040 мм, после – 686 на 1020 мм или, так называемый «one sheet». [2]

Ближе к середине 70-х, плакаты стали быть более детализированными и реалистичными. Композиция тоже усложнилась, появились многофигурные и многоплановые композиции. Также, в связи с использованием офсетной печати, в плакатах появились сложные визуальные эффекты. Плакат состоял из самого изображения, крупного и яркого названия фильма, немного меньше были имена актеров (их максимально выделяли, сносили в нижнюю или верхнюю часть композиции, реже – в центр), имена режиссера и сценариста, названия студии, и слоган [1]. В 70–80-е года стали добавлять спонсоров и короткое описание фильма.

К концу XX столетия технический прогресс привел к изменению плакатов. Изображения стали заменяться компьютерными, гораздо более дешевыми в производстве, что отняло хлеб у многих мастеров плаката, таких,

наприклад, як Дрю Струзан – прославлений мастер, подаривший миру плакаты трилогии «Назад в будущее» и других культовых фильмов, был вынужден объявить о преждевременном уходе на пенсию.

Сравнивая американский плакат с плакатами других стран, можно выделить следующие характерные черты: реалистичность изображения; практическое отсутствие символизма; ясность и простота сюжета; некая наивность; экспрессивность, эмоциональность и насыщенность.

Идентифицировать принадлежность ранних плакатов какому – либо художнику сложно, ведь они редко подписывались, да и занимались созданием не отдельные дизайнеры, а киностудии в целом. Только со второй половины 40-х – начала 50-х годов можно отследить авторов плакатов. Однако некоторые художники таки стали известными благодаря работам, например, Ричард Амсел, Рейнольдс Браун, Том Чантрелл, Билл Голд, Дрю Струзан и другие.

С течением времени вся мода и культура в целом стала упрощенной. Реализм и экспрессионизм сменил всеми сейчас любимый минимализм. Яркие реалистичные иллюстрации больше не вызывают такого восхищения, как раньше. Американский киноплакат XX столетия попросту изжил себя, перестал существовать, оставив за собой скромное наследие оригинальных работ.

Литература:

1. National screen service [Электронный ресурс] / Louisiana «LAMP» — Режим доступа: // <http://www.learnaboutmovieposters.com>
2. Glossary Sizes: catalog / [Martin Smith etc.]. — London: Movie Poster Art Gallery, 2007. — 13p.
3. Kelly Crabb. The Movie Business: The Definitive Guide to the Legal and Financial Secrets of Getting Your Movie Made. / Kelly Crabb. — В.: Simon and Schuster, 2005. — 72 p.
4. Wolfe Ernie. Extreme Canvas 2: The Golden of Hand – Painted Movie Posters from Ghana. / Wolfe Ernie. — В.: Kesho Press, 2012. — 482p.

Альніков Є.М. магістрант спеціалізації «Дизайн меблів», ХДАДМ

Наук. керівник: канд. арх., проф. Трезуб Н.Є.

ФОРМОТВОРЕННЯ ПРЕДМЕТНОГО ДИЗАЙНУ PREMIER PALACE HOTEL KHARKIV ЗАСОБАМИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ 3D-ДРУКУ

Однією з новітніх технологій, що стала застосовуватися в середовищному дизайні, є технологія 3D-друку, яку часто називають «магічною» технологією. 3D-принтер – пристрій, що використовує метод створення фізичного тривимірного об'єкту шляхом накладання послідовних шарів матеріалу на основі віртуальної 3D-моделі. 3D-друк є однією з форм технологій адитивного виробництва. На 3D-принтері можливо надрукувати деталі та механізми з декількох матеріалів, з різними механічними і фізичними властивостями за один процес складання. Ще відносно недавно технології 3D друку в дизайні використовувались лише в макетуванні і прототипуванні. Голандський дизайнер Йоріс Лаарман створив власний пристрій 3D-друку металом, без використання дорогих порошків, вакуумних камер і лазерів. Пристрій малює металом у повітрі, дозволяючи створювати витончені реплетені композиції.

Завдяки використанню технології 3D-друку: 1) зменшується тривалість виробничого процесу та зайнятих в ньому працівників (отже і собівартість); 2) збільшується якість виробів (цільні деталі); 3) поліпшується екологічність виробництва (безвідходне виробництво, можливо з вторинної сировини); 4) розширюються творчі можливості для дизайнера.

Об'єктом, який був нами обраний для розробки проектної пропозиції із застосуванням інноваційних технологій 3D-друку, є Premier Palace Hotel Kharkiv, розташований на центральній площі Свободи м. Харкова. Дизайн-концепція базується на ідеї трансформації інтер'єрного простору цього туристично-гостевого комплексу з метою регулярного оновлення образу стандартних номерів та 4-х ресторанів. З існуючих 3D-технологій для інноваційного предметного наповнення екстер'єрного та інтер'єрного середовища Premier Palace Hotel Kharkiv пропонуються наступні технології 3D-друку:

- моделювання методом наплавлення (англ. Fused deposition modeling, FDM). Матеріал (ливарний віск або пластик), що надходить з котушок, нагрівається до температури плавлення і подається в зону друку на платформу, яка охолоджується. Матеріал, що швидко застигає, зліпається один з одним, формуючи шар майбутнього об'єкту. Голівка переміщається по двох координатах, синтезуючи певний шар моделі. Потім платформа опускається, створюється новий шар і т.д. Поява композитних матеріалів для FDM-друку зробило можливим друк «дерев'яних» меблів, які практично нічим не відрізняються від справжніх. В матеріалі для друку Laywoo-D3 присутня мікрогірса. Готові об'єкти навіть мають запах деревини і легко піддаються механічній обробці та покриттю лаком. За цією технологією можливо створювати меблі, предмети інтер'єру та декору. Потребує побудови опорних структур, якщо об'єкт має нависаючі елементи, виступи, консолі. В цій технології є можливість виконання різнокольорового друку та можливість друку різними матеріалами одночасно;
- фотополімеризація (SLA-DLP). DLP-проектор засвічує на фото-полімері одразу цілий шар. Мінімальна товщина шару 15 мікрон. Можливі вироби різних механічних характеристик від твердих пластиків до гуми. Основним недоліком DLP, як і SLA, є досить висока ціна витратних матеріалів і неможливість виконання різнокольорового друку та друку різними матеріалами одночасно. Специфіка технології дозволяє створювати деталі практично необмеженої складності. Не потребує побудови опорних структур. DLP-принтери мають найвищий ступінь деталізації та швидкість друку. Цією технологією можливо створювати світильники, предмети декору, інформаційні покажчики та ін.;
- формування шару на вирівняному шарі порошку (3D Printing, 3DP). Склеювання порошку шляхом нанесення рідкого клею за допомогою струминного друку. Контури моделі викреслюються друкуючою голівкою, яка наносить матеріал, що зв'язує, на порошок. Одна з найстаріших технологій адитивного виробництва розроблена у 1993 р. в Массачусетському технологічному інституті. Не потребує побудови опорних структур. В цій технології є можливим різнокольоровий друк та неможливий друк різними матеріалами одночасно. На основі цієї технології можливо створювати

меблі, предмети інтер'єру та декору. Недоліком є неможливість досягти високоточного друку, проте це може бути помітним лише за допомогою спеціального обладнання;

- електронно-промінева плавка (англ. Electron beam freeform fabrication, EBF) – новаторський метод адитивного виробництва, розроблений Дослідницьким центром NASA в Ленглі (LaRC) під керівництвом Карен Тамінгер. Плавлення проволочного матеріалу електронним випромінюванням. Технологія націлена на виробництво комплексних моделей з пониженими витратами матеріалів і практично відсутньою необхідністю механічної обробки. NASA планує використовувати цю технологію для виробництва металевих частин в умовах відсутності гравітації (в космосі). Ця технологія дає можливість отримати високоякісні об'єкти, що не потребують додаткової обробки після друку. На основі цієї технології можливо створювати меблі, предмети інтер'єру та декору.

Нажаль, у формотворенні предметно-просторового середовища об'єкти, зроблені за технологію 3D-друку, вітчизняні архітектори та дизайнери майже не використовують або використовують дуже рідко. Причиною цього є:

- недоступність якісних 3D-принтерів, що не дозволяє багатьом дизайнерам експериментувати та освоювати цю технологію на практиці;
- мала швидкість друку, наприклад для технології модулювання методом наплавлення (FDM), яка представляє собою нанесення розплавленого пластику з товщиною шару від 0,1 до 0,4 мм для друку об'єкту висотою 10 см принтер створить від 250 до 1000 шарів, кожен з яких буде складатися з багатьох сотень ліній. В залежності від складності об'єкту він буде друкуватися від 5 годин і більше, в середньому 8-9 годин.

Проведений аналіз зарубіжної дизайнерської практики щодо застосування технологій 3D-друку, доводить перспективність цього напрямку формотворення елементів предметного наповнення сучасного середовища.

Антипина Е., 4 курс, спец. «Графический дизайн» ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ЛОГОТИПОВ В ТВОРЧЕСТВЕ МИЛТОНА ГЛЕЙЗЕРА

Создание логотипа — одна из важных задач графического дизайнера, поскольку постоянно появляются новые организации, нуждающиеся в элементах идентификации. Одним из известнейших современных дизайнеров, создавших огромное количество логотипов, в том числе знаменитый логотип I love NY, является американский дизайнер Милтон Глейзер. Он также пишет эссе, читает лекции в университетах и дает интервью, из которых молодые дизайнеры могут извлечь для себя много ценной информации. В одном из своих интервью Милтон Глейзер говорит: «Я не понимаю, почему люди так одержимы логотипами. Лично мне они кажутся одним из наименее интересных объектов графического дизайнера. Но из-за того, что логотипы повсеместны и легко запоминаются, они часто заставляют о себе говорить. Я редко задаюсь вопросом, почему занимаюсь тем или иным ви-

дом деятельности, но всегда радуюсь результату, если он превзошел мои ожидания» [2].

Всякий художник знает, что все результаты творчества опираются на созданное раньше. Нет ничего абсолютно оригинального. Как заметил французский писатель Андре Жид, «все что должно быть сказано, уже сказано. Но поскольку этого никто не слышал, можно все что угодно сказать еще раз» [4]. Однако Милтон Глейзер не советует копировать чужие работы, стиль и приемы: «Вместо копирования все это можно использовать, чтобы посмотреть с новой точки зрения на свое собственное творчество» [1].

Интересна история создания логотипа «I love NY». В 1977 году Департамент штата Нью-Йорк по торговле обратился в рекламное агентство «Wells Rich Greene» с просьбой разработать маркетинговую кампанию для штата Нью-Йорк. М. Глейзера также привлекли к работе над проектом. Дизайнер нарисовал логотип на общественных началах (т.е. бесплатно), думая, что кампания продлится всего пару месяцев и бесследно исчезнет. Но этот логотип стал настолько популярным, что его начали использовать повсеместно, и многие называют «I love NY» самым удачным логотипом в истории графического дизайна. Глейзера вдохновила реклама монреальского радио: «Монреаль — город с сердцем» (Montreal — the city with a heart). Глейзер сделал набросок логотипа на куске бумажного конверта, пока ехал в такси. Сейчас этот набросок хранится в Музее современного искусства Нью-Йорка. Сам автор так рассказывает о создании логотипа: «Я был взбудоражен. В моей идее присутствовало чувство неизбежности. Форма и содержание были объединены настолько, что невозможно было отделить одно от другого» [5].

М. Глейзер говорит, что дизайнер не должен повторяться, что каждый проект должен иметь уникальное решение: «Если вам нужен хирург, вы, скорее всего, обратитесь к тому, кто делал именно эту операцию много раз. Вам не нужен человек, который намерен изобрести новый способ пользоваться скальпелем. Никаких экспериментов, пожалуйста, делайте все так, как вы делали это всегда и как делали до вас. В нашей работе все наоборот: хорош тот, кто не повторяет за собой и за другими. Хороший дизайнер хочет каждый раз пользоваться скальпелем по-новому или вообще решает вместо скальпеля использовать садовую лейку» [5].

Когда дизайнер заканчивает работу над логотипом, ему необходимо принять решение: логотип готов или еще нуждается в корректировке. Вот что об этом говорит известный дизайнер: «Это очень интересно, потому что мои студенты чаще всего меня спрашивают именно об этом: как Вы понимаете, что работа закончена? Единственный точный ответ, который я знаю — что это не связано со временем. Иногда нужно десять минут, чтобы сделать всю работу, а иногда вы не успеваете закончить ее ни за недели, ни за месяцы. Здесь нет никаких отработанных алгоритмов, чтобы оценить, что вы достигли лучшего результата из возможных — вы, скорее всего, поймете это интуитивно. Практикующий дизайнер привык жить среди ограничений: его работу ограничивает заказ клиента, собственные возможности, время. Нужно все время соответствовать этим требованиям. Понравится ли вашей аудитории эта работа? Почувствует ли клиент, что

с помощью вашей работы он сможет достичь своих целей — например, продать что-то или убедить людей в чем-то? Чувствуете ли вы сами, что нашли подходящее решение проблемы, может быть, лучшее из возможных? Если вы трижды ответите «да», то работа сделана. Мне трудно сформулировать это точнее, но любой опытный дизайнер учится это понимать и чувствовать» [3]. Милтон Глейзер в одном из своих интервью рассказывает о десяти правилах для дизайнеров. В одном из правил он советует: «Вкладывайте в работу все свое сердце. Если делаете что-то — делайте это хорошо. Не ведитесь на славу и деньги. Это фундаментальные идеи, которые работали, когда я был молод, и будут работать всегда» [1].

Милтон Глейзер — великий дизайнер, создавший за свою жизнь множество известных логотипов. Его работы являются объектом для изучения и подражания. Он учит, что проблемы, возникающие в процессе создания логотипа, можно решить путем анализа ситуации и поиска нестандартного подхода, а также большой требовательности к себе и любви к своему делу.

Литература:

1. Ламехов Д. Создатель логотипа I love NY Милтон Глейзер [Электронный ресурс] / Д.Ламехов. – Режим доступа: <http://www.be-in.ru/people/34974-milton-glaser-interview/>
2. Новикова А. Милтон Глейзер : «Не понимаю, почему люди так одержимы логотипами» [Электронный ресурс] / А. Новикова. – Режим доступа: <http://style.rbc.ru/person/2015/07/28/21636/>
3. Анциперова М. Милтон Глейзер о перфекционизме и русском авангарде [Электронный ресурс] / М. Анциперова. – Режим доступа: <http://theoryandpractice.ru/posts/10634-milton-glaser>
4. Клеон О. Кради как художник [Электронный ресурс] / О. Клеон. –Режим доступа: http://www.uzlit.net/pdf/Kradi_kak_khudozhnik_Ostin_Kleon.pdf
5. Баранова А. Милтон Глейзер — живая легенда дизайна [Электронный ресурс] / А. Баранова, К.По, Д. Аске. — Режим доступа: <http://www.vltramarine.ru/mag/design/graphic/151>

Афанасьев О.С., 5 курс, спец. «Мистецтвознавство», ХДАДМ

Керівник: доцент, канд. мистецтвознавства Корнев А.Ю.

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ СКУЛЬПТУРИ В УКРАЇНІ

Головними ознаками соціальної скульптури є робота з суспільними явищами та проблемами, а також залучення до колективної творчої дії людей, які не відносяться до художнього середовища. Перші прояви соціальної скульптури в Україні почали з'являтися після розпаду СРСР, на початку 90-х років. Спочатку вона не отримала великого поширення і популярності, тому що художники, які багато років були в ізоляції, концентрувалися на прояві творчого індивідуалізму та намаганні вписатися в західний культурний контекст. Їх проекти були орієнтовані не на широкі суспільні кола, а на вузько орієнтованих професіоналів. Отже тема соціальної скульптури є малодослідженою в Україні, через недавню появу цього явища в нашій країні, та відсутності можливості його розвитку і теоретичного аналізу за радянських та пострадянських часів.

Однак зараз в Україні, як і у всьому світі, ігнорування соціальної відповідальності та бажання відокремити мистецтво, зробити його автономним, є недоречними в умовах глобалізованого суспільства та розширення засобів комунікації. Тому актуальність соціальної скульптури в Україні останнім часом зростає. Цей процес почав відбуватися з 2000-х років. Явищем, тісно пов'язаним з соціальною скульптурою, є так звана арт-джентрифікація, яка активно розвивається і в Україні. Це поступове освоєння територій та соціальних просторів, не пристосованих до традиційної системи експонування: покинутих будинків, заводів, гаражів, магазинів, різноманітних транспортних засобів і т.д.

Поштовхом для розвитку соціальної скульптури в Україні стали внутрішні соціально-політичні проблеми, які декілька раз виливалися в революційні події за участю великої кількості людей. Яскраво себе проявила соціальна скульптура на Майдані в 2004 та 2013-2014 роках. На Майдані художники та звичайні протестуючі часто зверталися до художніх форм протесту: інсталяцій, акцій та геппенінгів із залученням людей.

Художники, які працюють з соціальною скульптурою, розглядають та досліджують не тільки великі за масштабами проблеми на рівні країни чи світу, а і локальні проблеми окремих регіонів, міст та соціальних груп, а також – своє особисте життя, своє існування в соціумі та взаємодію з ним.

В Україні поширеною є практика поєднання інсталяцій та акцій, а точніше – геппенінгу, у рамках одного проекту. Часто проекти української соціальної скульптури дуже лаконічні з точки зору естетики, але мають складну та глибоку концептуальну складову, і передбачають не тільки емоційально-рефлексивний, а й інтелектуальний підхід до його розуміння. Не боїться українська соціальна скульптура і зв'язку з наукою та новітніми технологіями. Це дає більш широкі можливості та шляхи донесення своїх ідей, а також відповідає своєму часу та його потребам.

Українську соціальну скульптуру можна поділити на 2 категорії. До першої відносяться проекти, створені у рамках заходів, організованих великими інституціями із залученням адміністративного ресурсу та значної фінансової підтримки. До другої категорії відносяться невеликі за масштабами та інформаційним освітленням, але більш гострі, радикальні та наближені до життя акції від деяких художників та арт-груп, які здебільшого є представниками так званого соціально-ангажованого мистецтва. Важливу роль у розвитку соціальної скульптури в Україні відіграють не тільки художники, а й куратори.

Проекти соціальної скульптури дають змогу у художній спосіб досліджувати та розуміти сучасне українське суспільство, його настрої та проблеми.

Література:

1. Буррио Н. Эстетика взаимодействия // Н. Буррио. — М.: Художественный журнал № 28/29, 2000. — С. 33–38.
2. Єфімова А. Практики «публічного мистецтва» як культурний феномен постмодернізму / А. Єфімова. – Електр. ресурс. – Спосіб доступу: <http://postmodern.in.ua/?p=1277>. – Загол. з екрану.
3. Изюмцев А. Протестное искусство на Майдане: Плакаты, перформансы, стрит-арт / А. Изюмцев. – Електр. ресурс. – Спосіб доступу: <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/169811-protestnoe-iskusstvo-na-maydane>. – Загол. с екрана.

Барлет Ю.С., 3 курс, спец. «Станковий живопис», ХДАДМ
Керівник: ст. викладач кафедри українознавства Токар М.І.

ТЕХНІКА МОВЛЕННЯ ОРАТОРА

Техніка мовлення — невід’ємна частина мистецтва звучної мови, ораторського мистецтва. І коли йдеться про неї, зважають не тільки на «техніцизм», «віртуозність», а й на технічні навички, без яких ораторського мистецтва не існує.

В понятті «техніка мовлення» відбиваються три відносно самостійні проблеми: володіння голосом, інтонування, управління аудиторією. Прийоми управління аудиторією: це дидактичні (композиційні), стилістичні (мовні), психологічні. Коли мова іде про управління аудиторією, то це означає, що, як писав Емерсон, «дійсне красномовство не має потреб ні в колокольному дзвоні, аби скликати народ, ні в поліції, аби підтримувати порядок. Оратор цього досягає вмінням проголошувати промову». Існує думка, що є три категорії ораторів: «Одних можна слухати, інших неможливо слухати, третіх не можна не слухати». В певній мірі це залежить від техніки мовлення, від нашого голосу, адже голос — це ми і наші думки. За невеликим виключенням, кожна людина має від природи голос, який може стати чітким, сильним і багатим відтінками. І все ж більшість людей часто ковтають окремі звуки, їх голос стає монотонним, невизражним. В історії красномовства давно було опрацьоване вчення про три стилі красномовства. У цьому сенсі показово є праця Феофана Прокоповича «Про риторичне мистецтво».

Для високого стилю характерне досягнення оратором атмосфери піднесення, зворушення слухачів. Тому оратору слід підбирати відповідні емоційні та величні засоби впливу на аудиторію. До таких можна віднести метафори, катахрези, алегорії, метонімії та інші фігури піднесення.

Середній (або квітчастий) стиль промови покликаний надати слухачам насолоду від почутого. У такій промові слушно використати засоби, які покращують зміст виступу: гіперболи, епітети, метафори, усілякого роду вислови знаних мислителів і поетів, гумористичні вклучення, жарти тощо. Адже після такої промови слухачі повинні залишити аудиторію у гарному в веселому настрої.

Низький стиль — це стиль повчання і розповідей. Переважно його вживають у ситуаціях, коли ми інформуємо, повчаємо або проповідуємо людям якісь істини. Тут, як правило (але не обов’язково!), промовці не застосовують риторичних фігур і тропів. Хоча ніхто й не стверджує, що у повчанні не може бути жарту чи оповідання обов’язково має бути сухим і позбавленим емоцій.

Під час промови необхідно обрати для себе тактику мовленнєвого впливу: пряму або непряму. Останнім часом непрямі форми комунікації привертають до себе все більшу увагу дослідників. Зокрема висловлюються думки про те, що: «...людина звертається до прямої комунікації тільки у випадку, коли засоби непрямої комунікації виявляються менш ефективними й економічними для досягнення комунікативних цілей». Вибір прямої чи непрямої форми впливу передбачає врахування двох основних проблем: проблеми щирості та проблеми ефективності висловлювання. Пряма форма мовленнєвого впливу

є відкритою тактикою. Користуючись нею, оратор безпосередньо повідомляє аудиторії те, що він має на увазі. Непряма форма мовленнєвого впливу є прихованою тактикою. =Непряма форма мовленнєвого впливу задає, по суті, множинність способів сприйняття промови. У такий спосіб слухач приєднує до виголошеного оратором того змісту, що є актуальним для самого слухача. Ефективність непрямої комунікації якраз і виявляється в цій свободі аудиторії. Непряма форма впливу забезпечується використанням у промові певних засобів виразності, якими є риторичні фігури.

Будь-який виступ оратора, розрахований на переконання аудиторії, має містити в собі оригінальну ідею, достатню аргументацію, яскравий стиль, оптимальне емоційне забарвлення та досконалу техніку мовлення

Література:

1. Культура української мови: Довідник / За ред. В. М. Русанівського. – К., 1990.
2. Мацько Л. І. Стилїстика української мови: Підручник/ Л.І. Мацько. – К.: Вища школа, 2003.
3. Чибїсова Н. Риторика: Навчальний посїбник для студентів вищих навчальних закладів/ Наталя Чибїсова, Ольга Тарасова,; М-во освіти і науки України, Народна українська академія. – К.: Центр навчальної літератури, 2003.

Бессалова А.С., 4 курс, спец. «графический дизайн» ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ГЕРБЕРТ ЛЮБАЛИН

Шрифт был и остается основой любого произведения печати. Шрифт, однако, — вовсе не открытие новейшего времени: это культурное наследие, сложившееся на протяжении веков, которое досталось нам и должно нами же быть завещано потомкам в целостности и сохранности [3].

Герберт Фредерик Любалин родился в 1918 году, учился, жил и работал в Нью-Йорке, и вряд ли был еще такой графический дизайнер в США в 1960, 1970-х годах, который был бы так высоко оценен публикой и критикой. Его судьба полностью связана с этим городом. Но только частью своей сущности он принадлежал Нью-Йорку, имея по отцу русские корни, он считал себя наполовину русским. Любалин с самого начала ориентировался на борьбу с предрассудками в рекламе и издательских проектах. Инновационные идеи, которые он придумал, стали его фишкой. Он начал с себя, со своего имени, считая своё имя неуклюжим, решил сократить его до Герб [4].

В начале 1940-х он определился с профессией для себя и стал арт-директором, сначала в Reiss Advertising, а затем в течение почти двадцати лет в Sudler & Hennesey Inc, с 1945 года одновременно занимая пост вице-президента компании. В 1950 году, в период расцвета графического дизайна в Америке, Любалин включается в «гонку визуальных образов», когда каждый старался вложить свое творчество в создание образцов коммерческого дизайна. Его логотипы — шедевры, в которых его идеи становились видимыми широкой публике. Его работы прокладывали путь к сердцам людей, его идеи становились резонансными. Мало кто в его время действительно мог делать это лучше, чем Любалин, — он был действительно мастером в своём деле.

Основное, что привело его к успеху, то, что он мастерски владел типографией. Для Любалина «типографика» — было не просто слово, дизайнер просто обязан был применить ее в своей работе. «То, что я делал, не было в действительности той типографией, о которой я знал как о системе набора и механическом средстве появления букв на странице», — писал дизайнер [1]. Свои типографические работы он сначала не относил к типографике, считая, что это как раз ближе к общему дизайну: сопряжению заголовков, текста и иллюстраций. Аарон Бернс называл это термином «typographics» — размещение названий на вещах, которые делают их незабываемыми, поэтому у Герба Любалина так хорошо получались логотипы — он попросту делал вещи незабываемыми.

Любалин показал в своих лучших работах то, как можно использовать типографику, и тем самым шокировал публику своим типографически ориентированным дизайном, экспрессивной и инновационной типографией. Логотип журнала «Avant Garde» буквально вырывается вперед стремительными повторяющимися формами буквы А. В логотипе «Mother & Child» можно увидеть ребенка, а в «Families» — дружную семью. Если слова — это путь создания внутреннего значения, надления смыслом, то форма их написания придает голос, цвет, характер и индивидуальность этому значению. Слова, надписи, заголовки, логотипы, дополнения к связям и комбинациям и виртуозные манипуляции с текстом — все это Любалин и его типографика. «Типографский импресарио нашего времени», — Лу Дорфсман называл его человеком, кто «глубоко повлиял и изменил наше видение и восприятие форм письма, слов, да и самого языка» [1], Гарольд Хайс патетично выразил общую точку зрения: «Герб Любалин — это американская школа графического экспрессионизма!» [2].

В 1959 году Садлер и Хеннеси признают за Любалиным полноправное партнерство, и к названию компании добавляется знаменитая фамилия, к тому времени уже ставшая брэндом. Инициалы учредителей дают жизнь еще одному знаменитому логотипу мастера, основанному на «голой» типографике. В рекламном объявлении, созданном на идее логотипа, контрастные буквы, которые интересно переплетаясь, соседствуют с наборным шрифтом, встроенным в свободное пространство. А в продолжение этих тенденций — потрясающий логотип «U&Ic». Надление смыслом простых текстовых надписей вызывает восхищение, которое происходит от внешнего вида и внутреннего понимания. Любалин использовал свой экстраординарный талант и вкус, чтобы преобразовать слова и их смысл в визуальное сообщение. Так он поднял типографику от уровня ремесла до высокого искусства.

Таким образом, воображение Любалина, взгляды и понимание внутренней сущности стерли границы и раздвинули горизонты творчества в типографике и дизайне. Фактически он сломал существующие границы «дизайна хорошего вкуса». Вместе с другими корифеями дизайна 1950–60-х годов Любалин помог пересечь барьер воздействия и восприятия дизайна — от неточно обозначенного, узко признанного ремесла к мощной среде коммуникации. И, наконец, он подтолкнул следующие поколения дизайнеров нарушать дозволенные границы и правила.

Литература:

1. Лаптев В. Авангард Герба Любалина // «ПРОсто дизайн»: [Электронный ресурс] / В. Лаптев. — Режим доступа: <http://www.advertology.ru/print47528.htm>.
2. Рудер Э. Типографика: Руководство по оформлению: [Электронный ресурс] / Э. Рудер, 2012. — Режим доступа: <http://static.my-shop.ru/product/pdf/119/1185440.pdf>
3. Лаврентьев А. История дизайна: учеб. пособие / А. Лаврентьев. — Москва: Гардарики, 2007. — 303 с.
4. Ромашин А. Экспрессионизм Герба Любалина. Великие дизайнеры Америки: [Электронный ресурс] / А.Ромашкин. — Режим доступа: http://blog.romashin-design.com/статья/gerb_lyubalin.html.

Бондарева С., 3 курс, спец. «Мультимедийный дизайн», ХДАДМ

Руководитель: доцент Звоник А.А.

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ КРЕДИТА

На сегодня самой распространенной услугой банка является потребительский кредит физическим лицам. Это самый простой способ получить кредит на личные цели в кратчайшие сроки, представив банку для рассмотрения заявки минимальный пакет документов. Естественно, у данного вида кредитования имеются как плюсы, так и минусы.

Потребительский кредит можно классифицировать по следующим группам:

- *По способу погашения (аннуитентные, единовременные, индивидуальные).* Банками чаще используются аннуитентные платежи, когда выплата по кредиту и процентам происходит ежемесячно с фиксированной суммой.
- *По способу обеспечения (залог, поручительство).* Наблюдается зависимость вида обеспечения от размера кредита. При увеличении размера последнего банк требует поручительство либо залог недвижимости или транспортного средства.
- *По срокам кредита.* При потребительском кредитовании практически все банки ставят сроки от года до пяти лет.
- *По размеру ставки.* Как правило, ставки годовых могут варьироваться от 18% до 35%, а иногда до 40%. Все зависит от банка.
- *По целевому использованию.* Зачастую потребительский кредит в основном берется на личные нужды, но при суммах более 500 000 рублей банки требуют обоснование цели кредита. Соответственно, если целью является покупка автотранспорта или недвижимости, то потребительский кредит переходит в разряд автокредита или ипотечного кредитования.

Плюсы потребительского кредита

Несомненно, наибольшим плюсом является то, что для получения кредита необходимо предоставить минимальный пакет документов – паспорт, трудовую книжку, справку, подтверждающую доходы, анкету.

Вторым плюсом можно считать сроки рассмотрения заявки. После предоставления полного пакета документов в банк рассмотрение заявки может занять всего лишь пять рабочих дней. При этом уже в первый день будет ясно пройдет ли заявка дальше или будет дан отказ по результатам кредитного скоринга.

Банки не ставлять обмеження на сумму щомісячних платежів. Заемщик в праві сам вказати сумму щомісячних платежів і при бажанні досрочно погасити кредит.

Мінуси потрeбительського кредиту

Основним мінусом потрeбительського кредиту – високі ставки щорічних. Вони значно перевищують ставки для юридических осіб.

Ще одним мінусом можна вважати підхід деяких банків, які приймають тільки офіційні доходи заемщика. Естесно, можливість отримання великої сумми для отримувача «серої» зарплати зменшується.

Багато банків ставлять вікові обмеження на отримання кредиту. Вік заемщика повинен знаходитися в межах від 25 до 60 років. В деяких банках пропонуються кредитні програми студентам на інших умовах.

Найголовніший мінус, який потрібно врахувати при оформленні потрeбительського кредиту – це відповідальність. Після оформлення кредиту у заемщика виникають зобов'язання перед банком, які необхідно виконувати. Їх порушення влечуть певні наслідки для заемщика. Наявність прострочок і задолженостей по потрeбительським кредитам можуть в майбутньому закрити доступ в інші банки. Зазначено, що по потрeбительським кредитам спостерігається збільшення кількості прострочок. Найбільші прострочки виникають по кредитним карткам, багато власників яких забувають про необхідність їх обслуговування.

Брик А.В., 3 курс, спец. РСМЖ

Наук. керівник: ст.викладач кафедри українознавства Токар М.І.

ПЕРЕКОНАННЯ ЯК МИСТЕЦТВО

Мета — переконати аудиторію прийняти вашу точку зору та вважати її єдиною й неповторною без застосування сили. Ключові слова: переконання, точка зору, докази, інтерес, віра.

Створення необхідності. Даремно намагатися переконати інших людей повірити вам, якщо ви не будете наполегливим. У професійному світі завжди існують два фактори: час і непередбачені дії вашого конкурента. Щоб переманити людей на свій бік, треба переконати їх у необхідності, про яку вони й не підозрюють. Наприклад, ви негайно згортаєте рекламну кампанію, оскільки минув час, коли саме це дасть найкращі результати.

Використання вагомих слів. Уоррен Баффетт часом говорить про своїх інвесторів як про “партнерів”, хоча вони й не сприймають таке визначення прихильно. Однак він знає, що таким чином він прищеплює почуття рівності і спорідненості з ними.

Говорити їхньою мовою. Знову спадає на думку фраза: “Люди частіше говорять “так” тим, кого вони знають і люблять”. У цьому контексті основою переконання є не лише використання зрозумілих для аудиторії жаргонних слів, а й просто вимовляння імен ваших слухачів. Це важливо такою ж мірою, як і при знайомстві з новими людьми. Якщо ви відразу запам’ятаєте ім’я лю-

дини і будете згадувати його під час розмови, то справите краще враження. Це дає змогу переконати слухача, по-перше, у тому, що ви запам'ятали його ім'я, а по-друге, що його ім'я звучить приємно.

Апелювання до впливу (традиції). Апеляція до впливу означає задоволення бажань вашої аудиторії з позиції сили: ви демонструєте свої глибокі знання предмета, відмінну кваліфікацію, а також свій інтерес і віру в те, що говорите, або посилаєтеся на праці інших людей, яких вважають у цій галузі експертами.

Апелювати до емоцій (сприйнятливість). Ключовим моментом тут є спричинення відповідної емоційної реакції на вдало дібрані метафори або апеляція до щемливого передчуття ризику й пригод, які властиві кожному з нас.

Апеляція до розуму (логос). Апеляція до розуму — це застосування бездоганних фактів і доказів, які дають змогу переконати вашу аудиторію. На професійному рівні іншої форми переконання для багатьох і не існує.

Розкажіть історію. Нарешті, колишні голлівудські консультанти Роберт Дікман і Річард Максвелл (автори книги “Елементи переконання”) вважають, що не можна нехтувати силою переконання розповідей. На їхню думку, увесь процес людської уяви базується на історіях. Вони переконані, що “кожен великий лідер — це чудовий оповідач”. Для них історія — це “факт, загорнутий в емоції, що спонукають до дій, які перетворюють наш світ”. Саме тому історії можна використати як метод переконання. Безперечно, таку історію треба розповідати пристрасно.

Добре сплановані хитрощі. Мистецтво переконання складається, крім наведених у цій статті, з безлічі інших методів. Деякі з них досить неетичні (наприклад навмисний обман), але мета в усіх них одна: переконати аудиторію прийняти вашу точку зору та вважати її єдиною й неповторною.

Література:

1. Аристотель. Риторика. — Москва: Лабіринт, 2000 — 224 с.
2. Митрошенков О.А. Ефективні переговори. — М., 2003. С. 53
3. Корнилова Е.Н. Риторика – искусство убеждать. Свообразие публицистической античной эпохи: Учеб. пособие. — М.: УРАО, 1998. — 208 с.

Буймер К.В., 3 курс, спец. «ПД»

Керівник: викладач Шауліс К.К.

РОЗВИТОК РУКОПИСНОЇ КНИГИ В УКРАЇНСЬКОМУ МИСТЕЦТВІ

Рукописна книга — унікальна книга, в якій текст, ілюстрації та орнаментальне оформлення відтворені від руки.

Найдавніші слов'янські рукописні книги відомі з X-XII століть. Вони написані двома видами письма — кирилицею і глаголицею.

У рукописній книзі провідне значення має шрифт — устав та напівустав, скоропис використовувався дуже рідко. Статут та напівустав давали можливість зробити красиву, ритмічно насичену сторінку. Як правило, текст писали у два кольори: чорним і червоним. Червоним — перші рядки, звідси вираз «червоний рядок», а також окремі слова або речення, на які читач повинен був звернути особливу увагу. У рукописах великого формату текст компону-

вався у два стовпчики. У книжках малого розміру на кінцевих сторінках за наявності вільного місця текст закінчувався фігурним трикутником.

Основним матеріалом, на якому написані рукописні книги, є пергамен і папір. Особливості паперу спонукають істориків вельми точно датувати рукописи. На папері є філіграні (водяні знаки), що позначали фабрику-виробника, сорт паперу і її вартість [3]. Сюжети для філіграней вибиралися самі різні: звірі, птахи, глечики, герби. Водяні знаки постійно змінювалися, через рік-два малюнок втрачав початкові обриси, а новий знак мав свої особливості. Вивчення цих особливостей дозволяє визначити час поширення різних малюнків і знаків, а по ним — дату рукописи. Матеріалом для письма служили чорнило і фарби. Чорнило були залізисті (чорні, з коричневим відтінком — звідси і назва) і поступово вицвітали. Для заголовних букв вживалася червона фарба — кіновар. У літописах кіновар'ю виділяли кожне позначення року.

Рукописні книги були різного формату. Як і зараз, в давнину книги склалися з окремих зошитів, які зшивалися разом. Часто зошити лунали різним переписувачам, кожен з яких писав свою частину книги [2].

Перед писанням сторінки проходились писалом з рогу, без барвника, при цьому визначали також поля. Лівий бік завжди ідеально рівний, а рядки праворуч під це правило не підпадали. Порожні місця заповнювали різними позначками: крапками, рисочками тощо; часто. Допоміжний апарат — колонтитули, колонцифри — також писали червоним кольором — це робило книгу ошатною і святковою. В оформленні староруської книги широко використовували декоративний елемент — в'язь. Це специфічний вид написання літер, коли назва або слово відігравали роль орнаменту, їх писали червоною фарбою, а в престижних виданнях — золотом. Рукописна книга була насичена ініціалами, що виконували декоративні й символічні функції. Вражає їх розмаїтість: геометричні, каліграфічні, рослинні, сюжетні та змішані мотиви. Нерідко зустрічаються зображення сцен повсякденного життя, фігурки рибалок, сіячів, орачів, воїнів тощо. Ініціали-гіганти, що характерні для європейської рукописної книги, у руській майже не зустрічаються або зустрічаються дуже рідко, причому за кольором дуже барвисті: червоні, сині, жовті, зелені та золоті.

Важливою частиною художнього оформлення рукописної книги були мініатюри. Вони поділяються на вихідні, або лицеві, й ті, що власне «відкривають» текст. Зображення займало цілу сторінку. Ілюстрації «розсіпані» по всьому тексту: чверть і полу сторінка на полях. Характерна особливість цього періоду — велика кількість ілюстрацій, що становили цикли по два-три, а то й більше зображень. Окрім функції оздоблення мініатюри допомагали глибше засвоювати зміст. Рукописи з великою кількістю ілюстрацій прийнято називати лицевими. Це прекрасні, високохудожні твори.

Усі рукописні книги «одягалися» в оправи для захисту та надання ошатного вигляду. Для виготовлення оправи використовувалися добре висушені й оброблені дошки, які надійно скріплюлися з блоком, їх покривали шкірою, а подекуди й коштовними тканинами, металевими прикрасами — жуковинами та середниками, які були багатознаменними. Такі оправи називались окладними. Обов'язковим елементом були орнаментовані застіжки, відлиті з

металу, найчастіше з бронзи. За окремим замовленням обріз рукописної книги оброблявся спеціальним інструментом по кольоровому або золотому тлу. Ця техніка називалася басменніє [1]. Відтак книга була схожа на коштовну річ або ювелірний виріб. Напевно можна говорити про школу або напрямки в оформленні книги, характерні лише для певного регіону, де активно використовувалися місцеві особливості декоративного мистецтва та кращі досягнення рукописання в Європі. Рукописні книги стали цінним надбанням нашої культури.

Саме існування книги було, звичайно, обумовлено потребами введення і відправлення церковних служб. Книга була інструментом релігійної пропаганди, освіти, а також духовно-морального виховання. Разом з тим книга, що дійшла до нас з найдавніших часів, є основний і достовірне джерело вивчення вітчизняної культури.

Підводячи підсумок формування рукописної книги можна з упевненістю сказати, що це цінна історична пам'ятка XI-XV століть нашої культурної спадщини, без всебічного вивчення якої ми не зможемо мати цілісного уявлення про книжкову і художньої культури всієї епохи.

Джерела:

1. <http://vserusskie.ru/enciclopedia/?Id=5033&l=%D0%A0>
2. <http://www.rusinst.ru/articletext.asp?id=5033&rzd=1>
3. <http://vilingstore.net/Knigi-zhurnalny-gazety-plakaty-i-poligrafiya-c3/Knigi-drevney-Rusi-i106765>

Вакуленко М.С., 1 курс, спец. «Мультимедійний дизайн»

Руківодитель: ст. преподаватель Онищенко Т.И.

СТИЛИ СЛОЕВ В ADOBE PHOTOSHOP

В программе Adobe Photoshop изображение, как правило, состоит из многих слоев. Каждому слою можно задать определенные свойства — эффекты слоя, позволяющие быстро применять к слоям (кроме фона) различные визуальные эффекты и преобразования.

Чтобы добавить к слою какой-либо эффект, следует щелкнуть по кнопке *fx* в нижней части палитры *Layers (Слои)* и выбрать нужный эффект в контекстном меню. Аналогичный результат дает команда меню палитры *Layers (Слои) Blending Options (Опции смешивания)*. В результате выполнения этих действия будет открыто диалоговое окно *Layer Style (Стиль слоя)*.

К слоям можно применять следующие эффекты:

- *Drop Shadow (Падающая тень)* — эффект падающей тени. Допускается регулировать мягкость тени, расстояние от объекта, угол, степень интенсивности, цвет тени, режимы наложения на нижележащий слой;
- *Inner Shadow (Внутренняя тень)* создает эффект тени, распространяющейся внутрь от всех видимых областей слоя. Имеет те же параметры, что и предыдущий эффект;
- *Outer Glow (Внешнее свечение)* создает эффект внешнего свечения, исходящего от границ всех видимых областей в слое. Допускается настраивать яркость свечения, мягкость, режимы наложения на нижележащий слой, цвет свечения;

- *Inner Glow (Внутреннее свечение)* аналогичен предыдущему, только свечение исходит от границ внутрь видимых областей слоя;
- *Bevel and Emboss (Фаска и барельеф)* создает эффект объема видимых областей слоя. Допускается изменять виды фасок, высоту, резкость границ, цвета тени и света, режимы наложения;
- *Contour (Контур)* добавляет контур к объемным элементам, созданным с помощью предыдущего эффекта;
- *Texture (Текстура)* добавляет текстуру, т.е. повторяющийся узор. В качестве текстуры может использоваться любое изображение;
- *Satin (Атлас)* придает видимым областям текстуру переливающейся ткани. Можно изменять масштаб текстуры, ее цвет, форму, угол, режим наложения и прозрачность;
- *Color Overlay (Наложение цвета)* заливает видимые области слоя цветом. Допускается регулировать прозрачность заливки и режим наложения;
- *Gradient Overlay (Наложение градиента)* добавляет к видимым областям слоя градиентную заливку. Можно применять различные градиенты, настраивать их, изменять угол, под которым происходит наложение, режим наложения и прозрачность;
- *Pattern Overlay (Перекрытие текстурой)* накладывает на видимые области слоя текстуру;
- *Stroke (Обводка)* обводит видимые области слоя контуром заданного цвета. Можно изменять толщину обводки, прозрачность, режим наложения и направление внутри от границы области, наружу или по центру. Обводка может быть как одноцветной, так и градиентной.

К одному и тому же слою можно одновременно применять несколько эффектов. Эффекты связаны со слоем, к которому применяются, и перемещаются вместе с ним.

Эффект слоя можно временно отключать, копировать на другой слой и удалять, просто перетаскивая мышью нужный эффект на другой слой или на соответствующие кнопки палитры *Layers (Слои)*.

В сочетании с различными эффектами наложения, эффекты слоя являются мощнейшим средством для быстрого создания профессиональных изображений.

Литература:

1. Питер Бойер. Использование Adobe Photoshop 7. Специальное издание / Питер Бойер, Джефф Фостер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 1055 с.

Виноградова М.К., 4 курс, спец. «Графічний дизайн» ХДАДМ

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, професор Сбітнєва Н.Ф.

ВНЕСОК СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РОЗВИТОК ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Сьогодні Інтернет — це динамічне середовище з важливою суспільною та культурною складовою. Оскільки дизайн як сфера комунікації завжди віддзеркалює новітні тенденції, то постає питання: як само соціальні мережі та технічні досягнення впливають на поступовий перехід до електронного

світу, тим самим змінюючи звичне уявлення про графічний дизайн. За таких обставин культурні погляди, сформовані поза межами соціальних мереж, також зазнають змін.

«Віртуальне спілкування, яким ми знаємо його зараз, з'явилося як свого роду об'єднання попередніх форм онлайн-ового і віртуального спілкування, воно розвивається разом з мінливими потребами суспільства» [4, с. 46]. Швидка загибель йому не загрожує. Соціальні мережі, мабуть, являють собою потужне явище, що незамінне в епоху змін.

В наш час мережа так й кипить величезним вибором віртуальних спільнот, що зможе задовольнити будь-яку цікавість. Серед них Facebook, Twitter, Behance, Dribbble, LinkedIn, Youtube та інші. Протягом всього життя ми оточені й навіть іноді «засипані» графічними повідомленнями, починаючи з упаковки зубної пасти зранку, і закінчуючи строкатою рекламою у мережі. Дизайн проникає у всі сфери життя й діяльності людей, надає всеохоплюючий вплив на широкі верстви населення. За масовістю і силою естетичного впливу він не тільки може зрівнятися з телебаченням, а в певному сенсі навіть перевершує його. Отже, світ перейшов на «екранне» сприйняття реальності, де речі мають іншу цінність і функціональність. Графічний дизайн, як і соціальні мережі, слугує для створення зв'язків між людьми — глядачами, читачами, мешканцями та перехожими. Суспільство Інтернету є найактивнішим у своїх думках та діях. Воно впливає на загальне відношення до тієї чи іншої ситуації, створюючи власну моду чи ідею, що за секунди може облетіти увесь світ та повернутися до відправника, вплинувши на перебіг реального життя.

«За останні десятиліття практика графічного дизайну зазнала вагомих змін, пікселі стали зручними заміниками для друку і програмного забезпечення, зменшилася залежність від традиційних інструментів — пера і паперу, та безперечно комп'ютерні технології перейшли до пріоритетних знань у професії» [5, с. 5]. Графічний дизайн отримав більше можливостей для свого існування, ніж будь-коли. Професія розширює та розвиває кордони нового техносередовища.

У сучасному інформаційному просторі формується певний симбіоз графічного дизайну та програмування, навіть нового рівня графічного дизайну, тільки у віртуальному середовищі. Друковані книжки перетворилися на «цифру» без потреби у матеріальній копії, знецінивши таким чином традиційну додрукарську підготовку. Результатом творчості графічного дизайнера завжди були брошури, листівки, банери, головне завдання яких — донести до публіки певну інформацію. Але сьогодні потрібно більше: графічний дизайн — це мова, засіб комунікації, що вражає суспільство та розвиває його.

Звідси, якщо соціальні мережі мають вплив на всі осередки людського життя, то дизайн як частина суспільства (культурного осередка) також піддається змінам. Вплив соціальних мереж на розвиток графічного дизайну можна розглядати у різних аспектах. З одного боку, поява мережі Інтернет створила потребу в якісному оформленні інформації, яка повинна бути зрозумілою користувачу, незалежно від місця його проживання чи мови спілкування. З іншого боку, змінилося ставлення до подачі інформації. За висловом

А. Уолтера, «Якщо ми знайдемо щось, що працює, ми будемо цим користуватися. Нам не цікаво, як це все працює, головне щоб працювало правильно» [4, с. 76].

Зараз з впевненістю, можна казати про існування нового виду графічного дизайну – веб-дизайну, який знаходиться в складному процесі адаптації нових можливостей візуалізації інформації. Отже, прийдемо до думки, що веб-дизайн є одним з видів графічного дизайну, тоді поява і розвиток у графічному дизайні певних стилів, безумовно, буде впливати на веб-дизайн, тоді і в самому веб-дизайні можуть зароджуватися стилі, які в подальшому вплинуть на весь графічний дизайн в цілому.

Ці оновлення відображають прагнення соціальних мереж зробити ставку на мобільні додатки: тонкі лінії і велика кількість білого простору навколо букв можуть зробити логотип виразнішим на пристроях з невисоким дозволом екрану. Але, в цей же час, рух до реалізації простих форм, перейшов до друкованого графічного дизайну. Це визначає те, наскільки змінилося сприйняття мережевого спілкування.

Оскільки сьогодні соціальні мережі є одним із впливовіших осередків, що швидко змінюється й затягує за собою, наче у виворіт, усі сфери життя, то графічний дизайн не може залишатися осторонь. Він теж змінюється разом з людиною, як з точки зору засобів виразності, так і у сприйнятті інформації.

Література:

1. Далворт М. Социальные сети руководство по эксплуатации / Майк Далворт; пер. с англ. — М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2010. — 248 с.
2. Макнейл П. Веб-дизайн. Идеи, секреты, советы / Патрик Макнейл — СПб.: Питер, 2012. — 272 с.
3. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Элис Туэмлоу; пер. с англ. — М.: Астрель, 2006. — 257 с.: ил.
4. Уолтер А. Эмоциональный веб-дизайн / А. Уолтер; пер. с англ. — М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2008. — 93 с.
5. Fiell C. Contemporary Graphic Design / Charlotte Fiel, Peter Fiell. — Taschen Publishers, 2008. — 559 с.

Виноградова М., 4 курс, спец. «Графічний дизайн» ХДАДМ

Науковий керівник: доцент Супрун О.Д.

СЕЛФІ-ТРЕНД ФОТОМИСТЕЦТВА ХХІ СТОЛІТТЯ

Селфі, «себяшка» останні два роки входить до найбільш вживаних слів у світовій мережі Інтернет. Як достатньо молодий тренд для нашої країни, поняття «селфі» позначає власний автопортрет, здебільшого зроблений за допомогою камери смартфона, чи інших непрофесійних фото пристроїв. Цікаво, що якість чи гармонійна композиційна складова фотографії у випадку селфі переходить на другий план чи зовсім не враховується. Селфі-галас почався завдяки спеціальному додатку Instagram (соціальній мережі – сховищу фотокарток) та покращенню вбудованих у телефон камер. Instagram – унікальна мережа де за декілька годин фотографії власного обличчя в особливому, впізнаваному положенні, а саме голова під кутом з «обрізаною»

частиною руки; облетіла весь світ та захопила кожного власника сторінки в Instagram, зробивши крок у селфі-гечію.

Традиційна селфі-фотографія складається з положення голови та рук, що викликано технологією – на відстані витягнутої руки знаходиться смартфон з камерою, що охоплює тільки частину тіла чи обличчя власника, тому невдало кадрована фотографія для селфі не виняток. Інший підхід – це фотографування біля дзеркальних поверхонь, де у відображенні фотокартки фіксується власник разом з камерою у певному середовищі. Отже, на даному етапі розвиток цього фото-тренду, жанр селфі не вимагає професійної підготовки власника, чи якісного фото обладнання, не кажучи вже щодо ідейного посилення фотокартки. Треба зауважити, що фотографіка як різновид мистецтва існує з появи перших фотокамер, близько 150 років, отже протягом цього відрізка часу невірно ніхто не намагався створити моду на власні портрети? Зрозуміло, сто років тому ніхто і не думав, що фотографування самого себе стане настільки популярним, що з'являться спеціальні пристрої для створення таких знімків і маса нових слів, пов'язаних з цим процесом. Наприклад, «*pelfie*» (з англійської *pet*) – селфі з твариною, тощо.

Вважається, що перша така фотографія була зроблена аж у 1839 році. Автором першого в історії людства селфі вважають одного з піонерів фотографії американця Роберта Корнеліуса. Він сфотографував самого себе вдома у Філадельфії. До ранніх селфі можна віднести фотокартку зроблену у 1926 році. Молода пара сфотографувалася з допомогою штатива в Англії. Отже, ніхто напевно не знає, коли з'явилася слово «селфі». Зараз його авторство приписують анонімному користувачу австралійського інтернет-форуму. 13 вересня 2002 року він виставив своє фото [2]. Як кажуть, слово не горобець, і випадково написана фраза злегка нетверезим чоловіком пішла в маси. Та так, що в 2013 році «*selfie*» оголосили словом року і включили в Оксфордський словник.

З одного боку, цей тренд сьогодення, безперечно впливає на розвиток фотографії у світі та зокрема в Україні, роблячи акцент на гарний «малюнок» зображувального, замість зображення, руйнуючи прийнятне сприйняття кольору та композиції, передаючи перевагу аматорському руху в фотографії. З іншого, знижує рівень вимог до фотографії. Жага до документування життя, залишати сліди свого існування для нащадків була завжди, і селфі — це лише черговий виток її розвитку. «Існує первинна людська тяга подивитися на себе з боку [1]. Замість того щоб відкидати селфіманію як чергову дурну розвагу сучасного покоління, розглянемо її як візуальний щоденник, саме спосіб відзначити наше коротке існування. Поки ми можемо тільки фантазувати, але дуже схоже, що через кілька років селфшоти можуть вилитися в щось зовсім інше [2]. Наприклад, інтерактивні віртуальні послання, які можуть зберігатися як завжди довго навіть після вашої смерті.

Література:

1. Чибисов К.В. Очерки по истории фотографии / Вступ. ст. В.И. Шеберстова. – М.: Искусство, 2003. –255 с.:ил;
2. Журавлева В.М. 350 советов фотографу, 1991 –112 с.

Вовченко А. А., 3 курс, спец. «Дизайн интерьера», ХГАДИ

Руководители: профессор Бондаренко В. В., ст. преподаватель Икол И. Н.

РЕЗНОЕ ДЕРЕВО В ИНТЕРЬЕРЕ

С давних времен люди, населявшие нашу планету, занимались резьбой по дереву. Из этого материала изготавливались самые разнообразные предметы: от вещей, необходимых в повседневном обиходе и декоративных украшений до архитектурных композиций и абстрактных произведений.

Даже в современном мире дерево вытесняет и новомодный пластик, и стекло, и полимеры, которые, кстати, способны имитировать любую поверхность. Эстетичный вид и изысканность - вот та составляющая, которая выгодно отличает резную деревянную мебель на фоне остальных предметов быта. Ведь ничто не делает интерьер более уникальным, чем самобытная эксклюзивная мебель.

Резная мебель отлично вписывается в классический интерьер с его несколько чопорной строгостью и величием. Но такая мебель используется и для интерьеров, оформленных в стиле барокко, рококо и модерн. Именно в период модерна этот вид искусства проявил себя наиболее полно. Безусловно, резная мебель ручной работы считается авторской, оттого она уникальна и неповторима, в ней каждый завиток — это произведение искусства.

Качественную резную мебель изготавливают из деревянного массива. Для этого используются дуб, ольха, липа, береза. Дерево-материал, который легче всего поддается обработке. Его использовали для украшения как дворцов и храмовых построек, так и простого жилья.

Один из самых важных факторов создания уютной располагающей атмосферы в ресторане, кафе или баре — это правильно спроектированный интерьер. Мебель для кафе и ресторанов должна быть удобной, внешне привлекательной, а также износостойкой и прочной. Только интерьер с использованием дерева способен придать любому помещению тот неповторимый уют и тепло, который расслабляет и успокаивает. Для каждого заведения такой дизайн интерьера способен разительно изменить внутреннюю атмосферу, создать образ прошлых веков.

Исходя из этого, при проектировании ресторана с названием «Старый Киев» желательно подчеркнуть особенности украинского и российского быта 18 века. Характерными особенностями этого периода является обилие резной мебели, деревянных покрытий, конструкций и декоративных элементов. Исходя их этнических особенностей подбираются и орнаменты. Акцентом интерьера могут служить рез-



ные фальшь-колонны, расположенные вдоль стен. Массивные и высокие, они значительно обогащают пространство. Резная мебель, выполненная в соответствующем стиле с вычурными узорами, приносит в интерьер нотку старинного искусства. Благодаря широкому разнообразию текстур, способов обработки древесины интерьер является разнообразным и, одновременно, целостным. Важно также отметить экологичность и практичность данного материала.

Не секрет, что авторитет ресторана зависит не только от хорошей кухни, но и его оформления. Внутренний деревянный интерьер — это именно то, что автоматически повышает рейтинг ресторана или кафе. Заведение, в оформлении которого присутствуют деревянные элементы или конструкции, всегда будет иметь престижный статус. Деревянная отделка интерьера добавляет изысканности и аристократичности, что, в свою очередь, способствует расширению бизнеса, увеличению количества посетителей и желающих окунуться в среду прекрасного, богатого и изысканного 18 века.

Литература:

1. Деннинг Энтони. Резьба по дереву. Практическое пособие.
2. www.effectstyle.com

Водолажченко І.О., 3 курс, спец. «Монументальний живопис», ХДАДМ
Керівник: ст.викладач кафедри українознавства Токар М.І.

МИСТЕЦТВО РИТОРА ОРАТОРА В ЙОГО ВОЛОДІННІ УСНИМ СЛОВОМ ЯК ЗАСОБОМ ВПЛИВУ НА СЛУХАЧІВ

Оратор має бути наділений певним рівнем майстерності, бути комунікабельним. Сучасні вчені прийшли до висновку, що людина схожа на книгу пам'яті, у якій пишуть відгуки всі, хто її оточує впродовж життя. В тому числі і вона сама. Але ці «тексти» не тільки формують її особистість, а й вкарбовуються в слова, що вихопились згяряча, поспіхом, спересердя. Цю істину мусить пам'ятати кожен, а надто майбутній учитель, у свідомості якого мусить закарбуватися стійке почуття відповідальності за мовленнєвий вчинок.

Очевидним є той факт, що у комп'ютеризованому суспільстві молоді люди все менше читають, а відповідно позбуваються благодатної можливості засвоювати моделі мовної поведінки. Оскільки «риторичні вміння немислимі без постійного плекання культури читання» [1, с. 15], то виникає потреба всебічної підтримки культури читання студентами художньої літератури, періодики. Створення на філологічному факультеті особливої «літосфери», культури книги, культури читання. Адже місія літератури в тому, щоб «накопичити енергію гуманізму, піднести людину над усім низьким і потворним», розвинути духовність і почуття прекрасного.

Сучасна школа потребує учителів «особистісного типу, які вміють самостійно мислити, спонукати до дій в ім'я торжества істини, добра, краси» [2, с. 3]. Мистецтво володіння Словом завжди було, є і буде ознакою розуму, освіченості, духовності. Майбутній учитель-філолог повинен не тільки майстерно і досконало висловлювати власні думки, але й уміти передавати знання своїм учням. Висновки. Отже, запропонована нами модель становлення

мовної особистості майбутнього вчителя-філолога на основі інтегрованих знань передбачає «переосмислення риторичної скарбниці людства й рідного народу щодо власних можливостей, конкретної ситуації спілкування, вироблення свого оригінального ораторського стилю», а також набуття глобального мислення, невтомної праці над собою: поповнення знань, розширення світогляду, активне спілкування з людьми, засвоєння кращих зразків мовної поведінки і постійне духовне зростання.

Якщо керуватися настановами Пителима Сорокіна, то соціологія повинна дати майбутньому вчителю чітке бачення себе і своєї місії в соціумі, відповідальність за його духовне здоров'я. Вчений створив інтегральний світогляд – цілісну систему знань з природничих наук, релігії, філософії, соціології, етики, мистецтва, економіки, політики, осмислення якого може дати майбутньому вчителю можливість зберегти себе, проторувати шлях у хащах бездуховності цивілізації XXI століття, і повести за собою інших до Правди, Добра і Краси. Вчення П. Сорокіна – це міцний фундамент становлення мовної особистості майбутнього вчителя, що спонукає до постійного самовдосконалення, до самоосвіти, дає чітке бачення мети і шляхів професійного зростання, необхідності набуття дару безкорисливої творчої любові, яка є потужною енергією, що резонує у соціумі.

Література:

1. Кремень В. Г. Філософія освіти XXI століття / Василь Кремень // Педагогіка і психологія. – 2003.
2. Сагач Г. М. Золотослів: Навчальний посібник для середніх і вищих навчальних закладів / Галина Сагач. – К.: Райдуга, 1993. – С. 3.

Волчонок М.А., 3 курс, спец. «РСМЖ»

Керівник: ст. викл. каф. українознавства Токар М.І.

ОСОБЛИВОСТІ МОНОЛОГІЧНОГО ТА ДІАЛОГІЧНОГО ТЕКСТУ

Особливістю сучасного публічного мовного спілкування є його діалогізованість, яка іноді виявляється і в монологічній формі мови також. Монологічний і діалогічний тексти розрізняються між собою як з погляду структури, що лежить в основі мовленнєвої ситуації, так і з погляду закономірностей текстоутворення, що в них діють. Відмінності в структурі мовленнєвої ситуації визначаються розподілом ролей між учасниками мовленнєвого акту.

Діалог як вид красномовства є дуже давнім. Великим майстром діалогічного ораторства був Сократ. У грецькій риторичній мистецтві вести суперечку називалось еристикою. Оскільки, як правило, учасникам діалогів і полілогів притаманні різні погляди, це потребує підготовки переконливих доказів.

Дискусія — це обговорення певної проблеми або групи питань чи одного дуже важливого питання з метою досягнення істини. Мовно-жанрові ознаки дискусії добре простежуються у зіставленні її з полемікою.

Полеміка — це також обговорення певної важливої проблеми чи окремого питання. Проте якщо для дискусії головним є пошук істини шляхом вдалої постановки і зіставлення аргументів, то для полеміки головним є досягнення

перемоги шляхом зіткнення різних поглядів, утвердження власного погляду, хоч і на шкоду істині.

Диспут — це заздалегідь підготовлена і проведена у певний час на обра- ну тему публічна суперечка між попередньо визначеними опонентами. Тема обирається така, яка містить у собі складну проблему або різновекторні шля- хи її розв'язання. Саме тому не менше двох промовців повинні опонувати один одному, щоб усебічно висвітлити проблему і знайти шляхи її вирішення.

Дебати — це представлення своїх ідей, свого бачення розв'язання важ- ливих державних, громадських проблем на противагу іншій стороні дебатів.

Монолог — вид мови, зовсім або майже не пов'язаної (на відміну від діалогічної мови) з мовою співбесідника ні в змістовному, ні в структур- ному відношенні. Монологічне мовлення володіє набагато більшою мірою традиційності при виборі мовних, композиційних і інших засобів, має, як правило, складнішу синтаксичну побудову в порівнянні з репліками в діалозі. У побутовому спілкуванні монологічне мовлення зустрічається украй рідко.

Мовні типи монологу обумовлені властивими монологу комунікативними функціями. Орієнтуючись на усний вислів, монологи різних типів вільно допускають вживання розмовної і, експресивно забарвленої лексики, вигуків, розмовних і розмовно-експресивних синтаксичних побудов, в т.ч. і конструкцій діалогічної мови.

Особливим різновидом монологу є так званий внутрішній монолог, в якому імітується емоційно-розумова діяльність людини в її безпосередньому протіканні («потік свідомості»). Монологічність в спілкуванні виховує лю- дей з малорухливою психікою, низьким творчим потенціалом. Дослідження ж показують, що найефективнішою формою спілкування є діалог.

Полілогічна мова, або групова мова, являє собою дуже своєрідну форму здійснення мовної діяльності, об'єднуючу в собі компоненти діалогічного і монологічного мовлення. Полілог реалізує колективну форму масової комунікації; він активно використовується при проведенні різних громадсь- ких та культурно-масових заходів.

За формою полілог являє собою розгорнутий і ускладнений діалог, мов- не спілкування, учасниками якого будуть багато людей. За своїм змістом (зокрема, характеру відображення предмета мовлення) та комунікативної спрямованості полілог більшою мірою відповідає монологу, але принци- пово відрізняється від останнього тим, що завдання мовної комунікації тут «вирішуються колективно», за спільної участі цілої групи, колективу людей (свого роду «мікросоціуму»). Структура полілогу включає як діалоги, так і окремі монологічні висловлювання деяких учасників полілогу. Відмінною особливістю полілогічного спілкування є наявність «ведучого», функцією яко- го є організація спільної мовної діяльності колективу людей. Він «вибирає» предмет мовлення, становить «сценарій» полілогічного спілкування, встановлює основні правила його проведення, спрямовує і організовує за- гальну і мовну поведінку учасників полілогу, а головне він виконує основ- ну «сполучну» соціальну функцію, об'єднуючи дії різних людей в єдиний процес мовної комунікації. Таким чином, полілог є похідною від діалогу специфічною формою реалізації мовної діяльності, що увібрала в себе

«властивості» як діалогічного, так і монологічного мовлення. Слід зазначити, що полілог як самостійна форма мовного спілкування виділяється не у всіх психологічних і психолінгвістичних концепціях мовної комунікації.

Певною мірою така класифікація різновидів культури спілкування є умовною, оскільки спілкування може відбутися на перетині різних комунікативних практик. Мова є щось більше, ніж механічно вироблений ряд звуків, який виражає швидкоплинні спостереження і настрої, що займають в дану хвилину того, хто говорить. Мова - це людина в цілому. Кожен вислів і фактично, і в свідомості сприймаючого нею є миттєве розкриття всього досвіду і характеру, намірів і відчуттів людини. Мова - невід'ємна частина характеру і найширшим чином визначають особу.

Література:

1. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. – М., 1999.
2. Львов М.Р. Основы теории речи. – М., 2000.
3. Загнітко А.П., Домрачева І.Р. Основы мовленнєвої діяльності: Навч. посібник для студентів денної, безвідвідувальної та очно-заочної прискореної форми навчання спеціальності. – Донецьк: Український культурологічний центр, 2001. – 56 с.

Воробьёва И.С., 2 курс, спец. «Дизайн интерьера», ХДАДМ
Руководитель: проф. кафедры «Скульптура» Наталуха И.Н.

РОЛЬ ЗНАНИЙ АНАТОМИИ ЧЕЛОВЕКА В ДИЗАЙНЕ

Художники всех времен и народов изображали человека. Героев мифов и легенд, богов, правителей, выдающихся и простых людей, самих себя... Общее представление о пластике, красоте человеческого тела существовали еще в глубокой древности, не ограничивались лишь внешним наблюдением. Но уже в античном искусстве активно использовались знания о пропорциях и некоторых анатомических подробностях человеческого тела. В Древней Греции, к примеру, художники и скульпторы изучали пропорции и пластическую анатомию, наблюдая и изучая людей в движении и статике: дошедшие до нашего времени фрески и скульптуры или их копии анатомически почти безукоризненны. Однако база для создания современной анатомии была заложена только в эпоху Ренессанса, поскольку в Средние века развитию искусства мешали церковные запреты.

Современные знания пропорции тела базируются на точных знаниях анатомии и антропометрии. Только имея знания нормальных пропорций тела художник «строит» фигуру человека, дизайнер проектирует изделия для человека и окружающей среды.

Пропорции тела – важная соматическая характеристика человека, которая позволяет оценить темпы его индивидуального развития, особенности физического развития, состояния здоровья, половые особенности физического развития, состояния здоровья, половые особенности и много другого. В связи с этим сведения о пропорциях тела человека необходимы художникам, скульпторам, дизайнерам, а также врачам и специалистам по физической культуре и спорту – практикующим всем, кто профессионально имеет дело с изображением, лечением, прогнозированием физического развития человека.

Понимание физического строения тела человека, усвоение смысла перемен, происходящих в человеческом теле вследствие того или иного движения, объяснения каждого нюанса формы – вот что должно занимать художника.

Исчерпывающее объяснение смысла видимого может быть дано лишь на основе знания пластической анатомии. Отсюда – необходимость изучения пластической анатомии.

Правильное практическое применение анатомии в творческом рисунке возможно лишь тогда, когда изучается, также, пластическая связь фигуры на основе скелета и обобщенных мышечных массивов, расположение в пространстве частей тела и методика построения фигуры по законам анатомической связи, что дает возможность грамотно и уверенно «поставить» или «посадить» фигуру, построить ее в покое или в движении, с натуры или от себя.

Без знаний пластической анатомии нельзя правильно изобразить человека ни с натуры, ни в особенности, от себя, по представлению. Из многообразия природных форм, тело человека является наиболее сложной и наиболее совершенной формой. Изучение фигуры человека вооружает художника профессиональными знаниями, необходимыми для работы и всех видах и жанрах изобразительного искусства.

Вышелеская О.Р., 4 курс, спец. «Графический дизайн», ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ФОТОГРАФИЯ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ ЭПОХИ КОНСТРУКТИВИЗМА

XX век стал началом экспериментов, новинок и перемен, которые нашли свое отражение во всем: обществе, культуре и повседневной жизни. Художники, писатели, архитекторы и дизайнеры отказались от исторических стилей и идей, которым, как они считали, уже нет места в промышленном мире. Творческая элита начала разрабатывать новые концепции, более подходящие для потребностей и возможностей новой эпохи. Развитие техники существенно повлияло на графический дизайн и фотографию. Появление телевидения, компьютера, интернета, фотоаппаратов в широком доступе и по приемлемой цене дало доступ дизайнерам к более широкой аудитории и, конечно же, усилило их влияние. Новые технологии в фотографии, в частности, появление фотопленки вместо фотопластин, а позже зеркальных фотоаппаратов обеспечили большую степень творческой свободы.

Самым ярким явлением в советском дизайне 1920-х гг. является конструктивизм. Он имеет важное значение в развитии фотографии, т.к. именно в этот период фотография получила широкое применение. «В графических видах творчества для конструктивизма было характерным использование фотографий и фотомонтажа вместо рисованной иллюстрации, геометризация структуры страницы, подчинение композиции прямоугольным ритмам модульной сетки, а также широкое применение шрифтов, акциденций, линеек», — писал А. Лаврентьев [1, с. 45].

Георгий и Владимир Стенберги были выдающимися художниками киноплаката. Они первыми стали использовать фотомонтаж, внедрили новые

методы оформления обложек книг и журналов, а также плакатов для развивающегося советского кинематографа. Стенберги хорошо знали все тонкости литографии. Типографская технология в то время не могла качественно воспроизводить фотографии или кадры из кинофильмов, и братья изобрели способ имитации фотоснимков. Чтобы отличить репродукцию рисунка от фотографии, нужно очень внимательно всматриваться в их плакаты.

В советском фотоавангарде сформировались два основных направления — пропагандистское и фактографическое, лидерами которых стали Густав Клуцис и Александр Родченко. «И Клуцис и Родченко свои первые снимки сделали в 1924 году, стремясь восполнить нехватку подходящего материала для фотомонтажей. Но если Клуцис и в дальнейшем считал фотографию лишь сырьем, подлежащим последующей обработке, то для Родченко она вскоре приобрела самостоятельное значение» [3].

Творчество А. Родченко наложило свой отпечаток на дальнейшее развитие фотографии. Осваивая новую технологию создания изображений, Родченко не боялся экспериментов, он фотографировал с самых неожиданных ракурсов. Мастер показал, что индустриальный пейзаж может быть интересным; он нарушал композицию и привлекал внимание своим неординарным подходом. «А. Родченко был автором идеи создания серии фотографий. Он утверждал, что с возникновением фотодокументов не может быть и речи о едином портрете; человек — это сумма противоположных состояний. А. Родченко также разработал новый коллажный способ создания изображений. Его иллюстрации состоят из фрагментов фотографий, обрывков текстов, букв, шрифтов, супрематических фигур» [2, с. 14].

Один из лидеров советского дизайна, а также один из создателей искусства фотомонтажа Густав Клуцис внес особый вклад в искусство политического плаката. Он был художником-экспериментатором, одним из первых использовал цветной фотомонтаж, использовал в работах сочетание объемного и плоского изображений, многократное повторение изображения и проч. В 1931 году Густав Клуцис опубликовал статью, в которой говорил, что фотография, в отличие от рисунка, более жизненно и понятно для массового потребителя отображает тот или иной момент.

Мастером фоторепортажа является Борис Игнатович. Он стремился совместить репортажную съемку и художественную фотографию. Его фотографии отличаются продуманностью каждой детали сюжета, достоверностью, лаконизмом кадра, выразительными ракурсами и динамизмом. Б. Игнатович использовал разнообразные формы подачи сюжетов: хроникальные зарисовки, жанровые сцены, групповые и персональные портреты.

Таким образом, в период конструктивизма на смену рисованной иллюстрации приходят фотография и фотомонтаж. Художники авангардной фотографии использовали визуальные парадоксы и смещения, крупные планы, нарушали нормы классической изобразительности, использовали многократное дублирование или варьирование одной формы, а также необычные ракурсы. Выдающимися деятелями, которые мастерски использовали фотографию в сфере графического дизайна, были Георгий и Владимир Стенберги, Александр Родченко, Эль Лисицкий, Густав Клуцис, Борис Игнатович.

Литература:

1. Лаврентьев А. Лаборатория конструктивизма. Опыт графического моделирования / А. Лаврентьев. — М.: Грантъ, 2000. — 45 с.
2. Панкратова А.В. История графического дизайна и его использования в рекламе: XX и XXI век. Учебное пособие к курсу «История графического дизайна и рекламы» / А.В. Панкратова. — 2010. — 41 с.
3. Фоменко А.О. Русский фотоавангард: [Электронный ресурс] / А.О. Фоменко // Интернет-журнал «Наше Наследие». — 2007. — № 81. — Режим доступа: <http://www.nasledie-rus.ru/podshivka/8104.php>

Гелла К.С., 4 курс, спец. «Дизайн одягу», ХДАДМ

Керівник: канд.мистец., доц. кафедри ДТО Єременко І.І.

ЕТИЧНА МОДА І ЇЇ ПРИНЦИПИ

Поняття «етична мода» («еко-мода», «зелена мода», «sustainable fashion») порівняно недавно увійшло в наше життя, ставши одним з популярних напрямків моди оскільки має соціальну і екологічну користь. В етичному ключі в світі моди випускається жіночий, чоловічий і дитячий одяг, одяг масового виробництва, кутюр, спортивний одяг, модні аксесуари (ювелірні вироби, взуття, сумки, шарфи).

«Етична мода» – це мода, яка отримала дизайн і була розроблена з урахуванням людських прав (конвенції МОТ), яка зменшує вплив текстильної промисловості на навколишнє середовище, від виготовлення тканини до кінцевої продукції та переробки. Одним словом, це стійке виробництво, засноване на турботі про навколишнє середовище і соціальній відповідальності до працівників, які беруть участь у всьому ланцюзі виробництва.

В етичній моді використовують органічні і натуральні матеріали з рослинної і тваринної сировини: льон, бавовна, джут, соя, кукурудза, шерсть, шовк, ангора, альпака, кашемір, мохер, модал (целюлоза), тенсел (евкаліптове волокно), ліоцель (деревинне волокно), PLA (полімолочна кислота), легковідтворюємі і недефіцитні рослини – кропива, бамбук, водорості, конопля, евкаліпт, кукурудза. З метою отримання органічної вовни овечок і інших тварин вичісують, чистять вручну з використанням м'яких миючих засобів і всіляко піклуються про них. Також застосовують різноманітні перероблені матеріали (сільськогосподарські, пластикові тощо). Заохочується вінтажний одяг, «handmade» і «second hand», а також переробка старих речей із застосуванням тканини, волокон і металу. При виготовленні одягу і взуття виключають натуральну шкіру і тканини тваринного походження (всі види шкіри, слонова кістка, хутро, китовий вус, кінський волос та ін.). Задіюють штучні матеріали (рослинна шкіра, яку отримують з соку рослини геveyа) екології.

Крім того, етичний одяг відповідає поняттю «biodegradable», тобто розкладається (гниє), а не стає сміттям. Знижувати рівень забруднення планети повинні одяг і аксесуари з перероблених матеріалів: з автомобільних шин цілком виходить взуття, а з пластикових пляшок – модна сумка.

Еко-одяг коштує дорожче звичайного, але не приносить шкоди природі на жодному етапі виробництва, відповідає реальному виробничим витратам і не має на меті надприбуток. Такі бренди, як People Tree або Fashion-

Conscience знайшли вирішення цієї проблеми за рахунок високих тиражів.

Головний принцип етичної моди – це знання всього виробничого ланцюга від сировини, до кінцевої продукції. Таке знання є соціально-відповідальним. Компанія знає, де і як волокно було вирощено, робочі умови працівників, процес переробки і транспортування. У процесі «зеленої» обробки матеріалів використовуються тільки натуральні барвники (порошки природних мінералів, квітковий пилок, соки ягід і ін.) і справедливе ставлення до кожного учасника процесу виробництва. Все виробництво, транспортування і процес реалізації має відповідати міжнародним стандартам, які передбачають дотримання прав працівників і споживачів.

При створенні будь-якої колекції одягу обов'язково враховуються всі перераховані вище фактори, а також тенденції моди. Незважаючи на те, що все більша кількість споживачів стурбовані етичною стороною моди, вирішальним є зовнішня складова одягу. Тому виробники повинні враховувати сучасний дизайн і стиль.

Більшість одягу, який ми зараз носимо, зроблено з нейлону і поліестеру, які виготовлені з нафтохімічних волокон. Це означає забруднення атмосфери, неможливість природою переробки таких матеріалів і звалища з одягом, що отруюють ґрунт. Етична мода усуне ці проблеми в майбутньому, завдяки використанню органічних матеріалів, соціально-відповідальних і екологічно безпечних процесів виробництва.

Для того, щоб підтримати етичну моду, дизайнерам необхідно випускати функціональні та позачасові речі, які будуть актуальними довгий час. Але, насамперед, розвиток етичної моди залежить від споживача, його обізнаності і свідомості.

Варто популяризувати рух повільної моди (англ. slow fashion) – це сукупність всіх «стійких», «екологічних» і «етичних» напрямків моди. Він заохочує до вивчення процесів швейної промисловості та її впливу на навколишнє середовище і природні ресурси, уповільнення ланцюжка поставок для скорочення кількості трендів і сезонів в моді, а також виробництва якісних речей і повернення більшої цінності одягу. Ключова теза повільної моди – «якість важливіша за кількість». Це означає уповільнення темпів споживання одягу та вибір речей, які прослужать довше.

Наведемо деякі приклади практики повільної моди:

- Бойкотування масового виробництва одягу («Fast-Fashion» або «McFashion»).
- Вибір на користь місцевого виробництва одягу і ремісничих виробів для підтримки малого бізнесу, чесна торгівля.
- Купівля вінтажного одягу, пожертвування непотрібного одягу.
- Вибір одягу з екологічно-раціональних, етично-виготовлених або перероблених матеріалів.
- Вибір якісного одягу, який буде служити довго і підлягатиме відновленню, вибір класичного стилю поза сезонних трендів.
- Самостійне виробництво – виготовлення, ремонт, зміна і переробка власного одягу.
- Уповільнення темпів споживання модного одягу: купувати менше і рідше.

В цілому, етична мода – це свідомо мода. Слід проводити тижні «зеленої» (етичної) моди, семінари та майстер-класи на теми скорочення кількості відходів, видачу сертифікатів справедливої торгівлі, а майбутніх дизайнерів навчати основам екологічно-чистого виробництва.

Holowko Natalja — Studentin des dritten Studiejahres der Fakultät «Bildende Kunst» der Spezialität «Die Kunstwissenschaft» der Charkiwer Staatliche Akademie für Desing und Künste.

Leiterin: *Skrynnik Natalija Anatoljewna*

WAS IST EIN KUNSTWISSENSCHAFTLER

Die Kunstwissenschaft ist ein Komplex der Wissenschaften, die das Studium der Kunst und Kultur (künstlerischen Gesellschaft im Allgemeinen) auch die Kunstwissenschaft bestimmten Arten von Kunst, einschließlich Ihrer Beziehung zur Wirklichkeit begreifen. Theorie, Geschichte, Kunst und Kunst-Kritik ist auch enthalten von der Kunstwissenschaft. Die Gesellschaft kann nicht komplett ohne die Anwesenheit der Kunstschätze und der Anwesenheit der Schönheit, deshalb ist Kunstwissenschaft sehr wichtiger Bereich [2, 118].

Die Kunstwissenschaft ist Geisteswissenschaftler, die sich mit der Kunstgeschichte, der geschichtlichen Entwicklung der Kunst verschiedener Zeiten und Völker, beschäftigen. Sie analysieren z.B. die Besonderheiten kunstgeschichtlicher Epochen und Kunststile oder das Leben und das Werk einzelner Künstler. Sie betreiben dazu Quellenstudien, dokumentieren die Entstehung von Kunstwerken und die oft facettenreichen Lebensläufe von Künstlern, interpretieren formal und inhaltlich ihre Werke. Kunsthistoriker veröffentlichen auch Publikationen zu allgemeinen kunstgeschichtlichen, kunstwissenschaftlichen und ästhetischen Fragestellungen. Schwerpunktmäßig können Werke der Bildenden Kunst, wie Architektur, Skulptur, Malerei und Grafik, des Kunstgewerbes, in jüngerer Zeit auch der Fotografie, Film- und Videokunst sowie multimedialer Kunstrichtungen betrachtet werden.

Der Beruf Kunsthistoriker. Was ist in dem attraktives und nützlich für die Gesellschaft? Ich versuche zu formulieren, die Beschreibung zu dieses Berufes klar und detailliert für Sie. Das heißt, herauszufinden, seine Bedeutung für die Gesellschaft im Allgemeinen[1, 75]. Der Kunsthistoriker ist ein Fachmann im Studien-und Kunstkritik an der Kunst Bereich herauszufinden. Er leitet die Forschungs-und Arbeitsgemeinschaft Wesen der Kunst, der künstlerischen Methode und des künstlerischen Bildes. Auch Kunsthistoriker studiert Gattungen und Arten der Kunst. Lehre der Verkörperung der künstlerischen Gestaltung bezieht sich auch den Beruf Kunsthistoriker.

Im Allgemeinen sich Kunstwissenschaft gliedert in drei Teile: Theorie, Geschichte, Kunst und Kunst-Kritik. Daraus folgt, dass die Experten in diesem Bereich verschiedene Tätigkeiten haben. Das sind nicht nur Kunsthistoriker, der Theorie der Kunst, die Geschichte der Kunst studiert, sondern Kunsthistoriker, das eine oder andere Kunstwerk kritisiert. Sehr oft kann man die Person, die begegnet der Beruf Kunsthistoriker in einem Laden von Antiquitäten. Der Kunsthistoriker ist ein Analyst, der Experte und Scrabble.

Es gibt auch persönliche Qualitäten, die Kunsthistoriker haben muss: der Besitz der analytischen Verstand, Gefühl der feinen Geschmack, ein gutes Gedächtnis und Genauigkeit. Es ist wichtig, richtig über die eine oder andere Kunstwerk zu erzählen, in dem Fall mit dem Antiquitäten Shop – muß er über, die Kaufwahl der Käufer erzählen. Die Anzahl der Arbeitsplätze, wo Kunstwisse scheitler seine Tätigkeit Kunsthistoriker ist, nicht so groß. Das sind Auktionshäuser, Museen, Kunstgalerien, Bildungseinrichtungen[2, 120].

Die Bildung in der Ukraine für den Erwerb von Fähigkeiten Beruf Kunsthistoriker kann man ohne Probleme bekommen, Einschreibung, zum Beispiel, in der Charkowen Akademie für Design und Künste. Schönheit wird die Welt retten, weil die Schönheit eine Kunst ist. Aber Kunstmaterialie muss man studieren, lehren und so weiter. Die Kunst zeigt den Menschen, was ist es perfekt. Kunstmarkt in der Ukraine gerade erwacht, also diejenigen, die eine Besondere Ausbildung in Künstlerkreisen benötigen.

Literatur:

1. Wendland U. Biographisches Handbuch deutschsprachiger Kunsthistoriker im Exil. / Ulrike Wendland. K. G. Saur Verlag, München, – 1999. – 345 S.
2. Heinrich D. (Hrsg.) Altmeister moderner Kunstgeschichte. / Dilly Heinrich Berlin. Reimer, – 1990. – 237 S.

Горбачов Є. К., 3 курс, спец. «ГД»

Науковий керівник: викладач Шауліс К.К.

ІМПРЕСІОНІЗМ В УКРАЇНІ

Імпресіонізм – напрям у мистецтві, в основу якого покладене суб’єктивне поняття «враження». Він реалізується у відтворенні художником безпосереднього враження від об’єкта споглядання. Народжений у Франції і представлений на паризькій виставці 1874 року.

Зародження не закінченої думки, текучість образів, м’якість форм, хиткість, плинність – це **основні принципи імпресіоністичного мистецтва**. Представники цієї течії прагнули відобразити навколишній світ у його постійній мінливості, надаючи перевагу своїм безпосереднім швидкоплинним враженням над картиною буденності. Розчинивши колір у світлі та повітрі, позбавивши предмети матеріальності форми, імпресіоністи тим самим поставили під сумнів матеріальність світу.

У погоні за враженнями імпресіоністи дійшли до того, що картину практично не можна завершити: враження весь час змінювались і зупинити цей процес було неможливо. Саме **імпресіоністи вперше вийшли на плєнер**, представили колір в усій його чистоті і в повній силі. Вони використовували основні кольори спектра і писали, не змішуючи їх на палітрі, використовуючи оптичне сприйняття зору, що на певній відстані об’єднує окремі мазки в гармонійний живописний образ.

Критики казали, що імпресіонізм – це символ новаторського мистецтва чи нехтування традиціями, але незважаючи на все, цей напрям почав розвиватися не тільки у Франції. В Україну імпресіонізм пришов із значним запізненням – у 1880-х роках. Українські майстри мали можливість зобрази-

ти на полотні те, чого раніше митець показати не міг, а саме «блиск весняного сонця і ясну тишу безхмарного неба».

П. Левченко – неперевершений майстер настрою, у своїх картинах відтворював побачене, пропускаючи не просто крізь призму своїх вражень, а крізь свою душу сповнену любові до життя і природи. Блискуча майстерність письма, у роботі «Вулиця Парижа», з його вільним, вібрующим мазком надають образу відчуття майже невлвовимого постійного руху.

Картини К. Костанді характерні використанням чистих, яскравих, насичених сонцем кольорів та виразністю мазка з його динамічною пластикою. У роботах митця завжди крився глибокий життєво-філософський зміст. «В пластичних мистецтвах зовнішність відіграє першорядну роль, без неї немає мистецтва, але тільки зовнішність, навіть першорядна, без ідеї — ще не повне мистецтво», — свідчив майстер.

Для О. Мурашко головним живописним чинником стали світло та колір. Блискуче використовуючи взаємодію основних та додаткових кольорів, створює гармонійно пластичний образ світу, відкриваючи його імпресіоністичність. Він любив поєднувати портрет з пейзажем, де образ природи, на відміну від образу людини, завжди позначений етюдною незавершеністю. У О. Мурашка світло, що насичує полотно, виступає окремою субстанцією. Це можна побачити у роботі «Сонячні плями»

Найяскравіший імпресіонізм був у А. Маневича. Для художника головною формою живописної моделі стала експресія природних форм. Його пейзажі сприймаються як своєрідні симфонії, «де фарби грають в унісон без єдиної фальшивої ноти звучання». «Симфонія весни» Маневича, завдяки своїй незавершеності, віддзеркалює те хистке, невллове відчуття, властиве весняному пробудженню природи.

Українські майстри підсвідомо залишилися вірними реалістичним традиціям живопису. Пейзаж так і не став для них, як для французьких художників, втіленням швидкоплинної миттєвості, коли картина відображає перетворення природи з одного стану в інший. Імпресіонізм в Україні дав поштовх для ствердження нового бачення світу, відкрив дорогу новим стилям, так і не ставши єдиним стильовим напрямком. Але це не завадило йому стати важливою частиною розвитку національного мистецтва, розкривши нові перспективи художнього мислення та можливість відчувати природну і живу красу всесвіту.

Горбачук Б.Т., 3 курс, «Дизайн інтер'єру і обладнання»

Херсонський національний технічний університет

Науковий керівник: д.т.н., професор Чепелюк О.В.

СТВОРЕННЯ СТИЛЬЦЯ ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНИЙ ПРОЯВ ОСОБИСТОСТІ ДИЗАЙНЕРА

Одним з найпомітніших і домінуючих явищ розвитку арт-дизайну починаючи з ХХ ст є проектування меблів. Тоді як дизайн стільця, представляє краще, ніж багато інших предметів, що оточують нас, ґрунт для інтелектуальних і творчих експериментів. Меблі для сидіння постійно захоплюють і зачаровують розум дизайнерів, створюючи простір для вивчення зв'язку

між фізичним і емоціональним. Створення засобу для підтримки нашого тіла (стілця) може бути реалізоване безкінечну кількість разів. Будь-яке рішення є унікальним поєднанням композиційних рішень та матеріалів, що в свою чергу поєднуються с функціональною практичністю та зручністю. Одне на сучасному етапі проектної діяльності по створенню меблів для сидіння можна говорити в термінах мистецтвознавства та розглядати їх з точки зору форми, пластики, художнього замислу та «філософії» окремих особистостей.

Методами дослідження в даній роботі є формально-стилістичний та порівняльний аналіз зразків меблів для сидіння провідних особистостей в арт-дизайні. В результаті цього аналізу була встановлена об'єктивно існуюча спільність між принципами формоутворення і засобами художньої виразності, що використовуються в образотворчому мистецтві і дизайні меблів в ХХ-ХХІ ст.

Так, Джованні Понті народився в Мілані в 1891 році, вихований в традиціях ремесла і мистецтва середньовічних мануфактур промислового Мілана [1]. Він обирає прості геометричні форми, дорогі матеріали, бездоганну якість виконання, функціональність — в цьому Понті був прямим спадкоємцем художників ар-нуво, особливо його віденських представників, ставши законодавцем “Новеченто”, італійської версії цього великого напрямку. Джо Понті поставив перед собою мету створити «суперлегкий» стілець (саме так перекладається назва моделі Superleggera), при цьому міцний і з невеликою витратою матеріалу. Через кілька років дослідів дизайнеру вдалося домогтися мінімальної ваги стільця — всього 1700 г. А слоганом стала фраза «Навіть дитина зможе підняти його одним пальцем!». У 2011 році компанією Cassina були випущені дві оновлені версії стільця Superleggera 699 (рис.1). Співпраця з фабрикою Cassina у Джо Понті тривала кілька років, за час яких були створені шедеври світового дизайну.

Пантон Вернер — це справжній революціонер дизайну ХХ століття. Він зміг розробити свій яскравий стиль, для якого були характерні комплексність і оригінальність [2]. Вернер не боявся вибухових і навіть зухвалих кольорних рішень. Заслуга Вернера Пантона полягала в тому, що він зміг довести всьому світові те, що меблі можуть бути прекрасними і функціональними навіть без ручок і ніжок. Справжнім піком творчості дизайнера став стілець Panton,

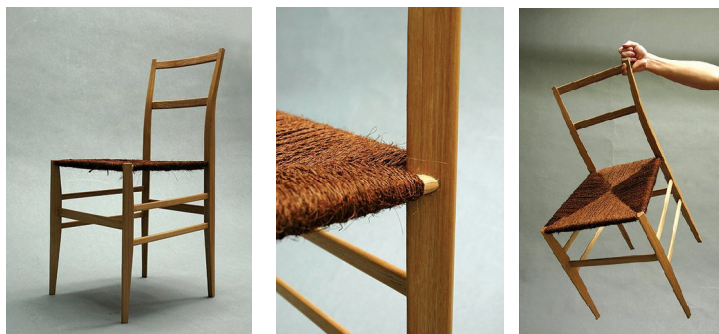


Рис. 1. Superleggera («суперлегкий» стілець) Джованні Понті



Рис.2. Стілець Panton. Пантон Вернер



Рис.3. Vegetal Chair. Ронан і Ерван Буруллеки

який був зроблений з одного великого шматка пластмаси і не мав ніжок (рис.2). Цей стілець викликав справжній фурор, його стала випускати меблева фабрика Herman Miller & Fehibaum. І сьогодні цей чудо-стілець не втрачає актуальності, його купують по всьому світу. Виробником стільця сьогодні є компанія Vitra.

Брати Буруллеки отримали чудову освіту: Ронан навчався в Ecole Nationale des Arts Décoratifs, його брат Ерван — в Ecole des Beaux Arts [3]. Стаж спільної роботи братів-французів налічує близько десяти років плідної дизайнерської роботи. Знаковим моментом в їхній творчості можна назвати співпрацю з компанією Vitra, яке почалося в 2002 році. Саме ця співпраця вилася в створення революційних для дизайнерів речей: стілець Vegetal Chair і крісло Slow Chair (рис.3). Універсальний природний стілець Vegetal Chair був «вирощений» спеціально для посиденьок, як в будинку, так і на природі. Прабатьком цього стільця стали пластикові гілки, створені братами Буруллеки в 2004 році. Ці пластикові «водорості» були створені для декору приміщень. Ронан і Ерван Буруллеки змогли за допомогою далеко не природного матеріалу «виростити» стілець, який зближує сучасну людину з природою.

В даній роботі наведено лише декілька прикладів втілення ідеї в таку звичну і суперфункціональну річ, як стілець. Кожен новий дизайнерський стілець є прикладом використання різноманіття матеріалів та конструкторських рішень. Видатними зразками предметного дизайну стають ті, які окрім візуальної краси є прикладом зручності та функціональності.

Джерела:

1. Джо Понті [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.gioponti.com/>
2. Пантон Вернер [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://rosdesign.com/design/folksofdesign_panton.htm
3. Ронан і Ерван Буруллеки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bouroullec.com/>

Горьковая А., 4 курс, спец. «Графический дизайн», ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ЭВОЛЮЦИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О МЕХАНИЗАЦИИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Одним из ведущих направлений графического дизайна в XX столетии стала швейцарская школа типографики. Ее становление можно проследить в промежутке с 30-х до 60-х годов XX ст. Период отличается активным применением таких инструментов проектирования, как шрифт, цвет, модульная сетка и фотография.

Предпочтение фотографии и фотоаппарату вместо традиционного рисунка стало знаковым событием, которое предопределило развитие дизайна на полвека вперед. Еще в 1928 году немецкий типограф Ян Чихольд, заложивший основы швейцарской школы, в своей книге «Новая типографика» аргументировал приход фотографии в сферу графического дизайна: «Сейчас уже невозможно удовлетворить огромную потребность в иллюстрированной печатной продукции рисунками или живописью. Не хватит ни художников достаточной квалификации, ни времени на исполнение и репродуцирование. О многих важных вещах мы вообще не узнали бы, если бы не было фотографии. Такой невероятный спрос можно удовлетворить только механическим способом. Этот спрос породили сильно изменившиеся с середины XIX века социальные отношения, растущее число читателей, усовершенствование средств связи и распространение европейской городской культуры. Для удовлетворения такого спроса нужны современные средства. Средневековая гравюра, которая кажется идеалом художникам-книгопечатникам, несовременна, архаична, долго делается. Она по техническим причинам плохо подходит для современных способов репродуцирования и не удовлетворяет нашим требованиям ясности и четкости» [1, с.93-94].

В целом Я. Чихольд преподносит фотографию как универсальное средство, вхожее в абсолютно все сферы графического дизайн. Главной ее особенностью он считает механический способ воспроизведения, благодаря которому в скором времени фотография заменит другие виды иллюстраций. И действительно, в ходе развития дизайна XX столетия фотография заняла свою нишу. В помощь ей пришел стремительный технический прогресс, удешевивший воспроизведение в десятки раз. На момент становления швейцарского дизайна фотография стала «первой ласточкой» в ходе последующего фотонабора, и дальнейшей компьютеризации графического дизайна, который переориентировал Швейцарию на более свободное направление «Новой волны». Впоследствии и первая, и вторая модели получили суще-

ственную критику. Так, американский графический дизайнер Пол Рэнд, присоединившийся к движению интернационального стиля в 1950-е, в 1993 году опубликовал книгу «Дизайн: форма и хаос», в которой осознал регресс графического дизайна, к которому привела изначальная идея механизации. Он пишет: «Язык компьютера — это язык технологии и производства, а не язык дизайна. В творческом мире компьютер — лишь инструмент для экономии времени, помощник в творческом поиске и рутинной работе, но никак не главное действующее лицо. Дилемма «искусство или производство» в сфере дизайнерского образования неизбежна. Если баланс нарушается в пользу производства, то компьютер из помощника превращается в помеху творческой мысли и барьер между разумом и делом» [2, с. 195]. Также в своей работе он обращается к трудам американского историка культуры Жака Барзена, который отмечает: «Он (компьютер) может дать человеку правдоподобную иллюзию творчества, хотя на самом деле человек этот будет не творить, а производить бесчисленные вариации на одну и ту же тему, подчас совершенно ничтожную» [3].

Книги «Новая типографика» и «Дизайн: форма и хаос» — по сути, идентичны по своему эмоциональному содержанию, но в то же время противоположны в идейной категоричности. В 1928 году Ян Чихольд горячо апеллировал единственным на тот момент существенным для графического дизайна механическим понятием «фотография», всецело поддерживая его развитие. Рэнд же говорит уже о более обширном: «компьютер», понимая, что доведенная до абсурда механизация, без непосредственного участия человека, ведет к дизайну, который будет иметь только технологию, но не смысл.

Таким образом, к концу XX века даже те дизайнеры, которые изначально поддерживали жесткую концепцию швейцарской школы, смогли увидеть в ней существенные недостатки. В контексте данной статьи — это механизация и «конвейерность» дизайна. Следует отметить, что и сам Ян Чихольд позднее опротестовал свои убеждения, поддержал более традиционные взгляды. Такой ход развития графического дизайна весьма закономерен. Общество подарило миру новые возможности проектирования, сначала в виде фотографии и фотонабора, а далее — в форме более обширных технических инструментов. Дизайн должен был их опробовать. Трудность осознания, что приход нового — не повод уничтожать старое, весьма затянулся, и только в последние десятилетия графический дизайн пытается достигнуть баланса между технологией и творчеством.

Литература:

1. Чихольд. Я. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера/ Я. Чихольд: [пер. с нем. Л. Якубсона]. – Москва: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2011. – 244 с.
2. Рэнд. П. Дизайн: форма и хаос/ П. Рэнд: [пер. с англ. И. Фооронова]. – М: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013. – 244 с.: ил.
3. Barzun J. The Urge to be Pre-Posterous / Jacques Barzun // Begin Here. Chicago, 1991. – 92 p.

Dawidenko Viktorija — Studentin des zweiten Studienjahres der Fakultät «Design» der Spezialisierung «Das Produktdesign» der Charkower Staatlichen Akademie für Design und Künste.

Leiterin: *Skrynnik Natalija Anatoljewna*

DAS INDUSTRIEDESIGN

Das Industriedesign Studium gehört zum Fachbereich Design und beschäftigt sich mit dem Entwurf und der Gestaltung von Konsum- und Industriegütern. Beim kreativen Entwerfen von alltäglichen Gebrauchsgegenständen geht es hierbei nicht nur um das reine Design. Wichtig ist auch die Funktionalität der Produkte und, dass diese praktische Anforderungen erfüllen. Die dazu notwendigen theoretischen und praktischen Kenntnisse erwerben Sie im Industriedesign Studium.

Das Industriedesign befasst sich mit der Herstellung von Objekten für den Massenmarkt. Zahnbürsten, Computer, Lampen, Werkzeuge – hinter nahezu jedem Produkt in den Läden steht mit großer Wahrscheinlichkeit ein Industriedesigner. Industriedesign ist die professionelle Erstellung und Entwicklung von Konzepten und Spezifikationen zur Optimierung der Funktion, des Werts und des Aussehens von Produkten und Systemen, die sowohl dem Nutzer als auch dem Hersteller zugute kommen. Das ist eine Kombination von angewandter Kunst und angewandter Wissenschaft, durch die die Ästhetik, Ergonomie und Benutzerfreundlichkeit von Produkten im Hinblick auf die Vermarktungsfähigkeit und Produktion verbessert werden kann. Industriedesign ist die Erforschung eines vorhandenen Produkts, um es im Hinblick auf seine Benutzerfreundlichkeit zu verbessern.

Dies umfasst in der Regel seriell gefertigte Produkte, im Einzelfall auch handwerklich gefertigte Einzelobjekte oder Kleinserien. Sie können für den individuellen wie auch den kollektiven Gebrauch bestimmt sein.

Im Design existieren drei wesentliche Ziele: um die Sensibilisierung des Wahrnehmungsapparates, um handwerklich-technische Fertigkeiten und um das Entwickeln einer Gestaltungsgrammatik und um die Fähigkeit, ein Thema kritisch zu durchdringen. Die Produktdesigner planen, entwickeln und konzipieren Investitions- und Konsumgüter. Bevor es allerdings zu einem fertigen Produkt kommt, muss ein Produktdesigner zunächst den Markt, die Möglichkeiten und die technischen Gegebenheiten analysieren. Unter diversen Aspekten entstehen die ersten Skizzen des Produktes, die oftmals am PC, aber auch per Hand angefertigt sind. Passen alle Faktoren zusammen und sind mit dem Produkt zu vereinen, kann die Produktion starten. Die allerdings wird nicht alleine vom Produktdesigner durchgeführt — Ingenieure, Grafiker und andere Abteilungen beteiligen sich am Entwickeln des Produktes.

Zum Beruf des Produktdesigners gehören Kreativität, gestalterisches Vorstellungsvermögen, handwerkliches Geschick und eigenständiges Arbeiten. Aber ein Produktdesigner arbeitet auch in einem Team, muss die Ideen und Vorstellungen des anderen Mitarbeiters ebenfalls mitberücksichtigen. Ziel der Entwicklung ist es aber nicht nur einfach ein Produkt herzustellen. Das Erzeugnis muss auch auf dem Markt bestehen und den Verbraucher überzeugen.

In Deutschland ist der Produktdesigner als ein Studienberuf. An Fachhochschulen und Universitäten studieren Designstudenten und mit dem akademischen

Grad eines Bachelor oder Master abschließt. Inhalte des Studiums für Produktdesigns sind unter anderem Grundlagen des Zeichnens und Gestalten, Darstellungstechniken und Medienwissenschaften. An das Studium sind außerdem auch oftmals Praktika verbunden, die dabei unterstützen die erlernte Theorie in die Praxi umsetzen können. Nach dem Studium können Produktdesigner in den unterschiedlichsten Bereichen der Marktwirtschaft arbeiten. Eine Spezialisierung eines Fachgebietes kann den Einstieg in das Berufsleben erleichtern, aber oftmals kommt die Ausrichtung der Fachrichtung mit der Berufserfahrung.

Das Industriedesign ist eines schweieriges Beruf, in dem es die Schwierigkeit gibt. Das sind: Herstellungskosten, eine große Verantwortung, Schaffen der funktionalen und ergonomischen Gegestände. Trotzdem ist der Beruf wichtig und gefragt in moderner Gesellschaft.

Деніщук В.О., 3 курс, спец. «ГД»

Наук. керівник: доцент Щербина Е.Б.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Серед власне лінгвістичних проблем, пов'язаних з розбудовою українських термінів, що містять специфічні національномовні риси, на сьогодні можемо виокремити, принаймні, шість:

- 1) опрацювання критеріїв знеросійщення сучасних терміносистем, у зв'язку з чим вимагає опрацювання проблема росіянізму в українській термінології;
- 2) виявлення англіцизмів (американізмів) у різних терміносистемах і наукове обґрунтування доцільності їх ужитку;
- 3) з'ясування ролі й місця інтернаціоналізмів та їх національних відповідників у різних терміносистемах;
- 4) способи відбору назв опредметнених дій;
- 5) способи відбору найменувань опредметнених ознак;
- 6) орфоепічні й орфографічні проблеми.

Дискусії на термінологічних конференціях кінця ХХ – початку ХХІ століття дають змогу зробити висновок, що принаймні певна частина українських дослідників у своїй науковій галузі під росіянізмами розуміє слова, що містять не притаманні сучасній українській літературній мові корені або афікси (суфікси чи префікси), хоч такі лексеми можуть бути широко розповсюджені в будь-якій терміносистемі.

Англіцизми, тобто слова і словосполуки, позичені з англійської мови або утворені за її взірцями, широким потоком ринули в українську мову наприкінці ХХ століття у зв'язку з розпадом Радянського Союзу і перетворенням світу із двополосного на однополосний. У науковій сфері вони найбільше вплинули на термінологію гуманітарних наук, менше – природничих. За рахунок англіцизмів значно поповнився склад науково-технічних і спортивних термінів. Такі лексеми все більше стають конкурентами росіянізмів як основного джерела поповнення української лексики, в тому числі й наукової, чужомовними словами.

Крім зросійщення, в українського наукового мовного довілля виникає нова загроза, яку В. Радчук з гіркотою назвав укрлиш, тобто українська інглиш, український варіант англійської мови. [1, с. 74]

У літературознавстві запанувала нарація і похідні слова (наратор, нара-тивний), хоча до цього цілковито обходилися термінами оповідь, оповідний, оповідач. Мовознавці широко застосовують концепт, бо термін поняття їх уже не влаштовує. Економісти не можуть обійтися без назв учасників ринкових відносин (брокерів, менеджерів, дистриб'юторів), які в наукових текстах можна замінити відповідно українськими синонімами (посередник, управлінець, розподілювач відповідно). У політології розповсюджені англомовні назви виборців і похідних від англомовного відповідника українського слова вибори (електорат, електоральні настрої і навіть електор). Жоден футбольний репортаж не може обійтися без голкіпера, лайнсмена, хавбека чи рефері, хоч українська мова має рівноварті відповідники воротар, суддя на лінії, півзахисник, суддя. У журналістиці замість терміна засоби масової інформації понад міру поширений англіцизм масмедія, а інтерв'ю не може бути виняткове, тільки ексклюзивне. Замість давніших назв освітніх установ училище, технікум запровадили англіцизм коледж. [2, с. 246]

Дослідження фахових мов (інакше: «спеціальні мови», «технолекти») має об'єктом особливості мови певної галузі науки. При цьому фахова мова до певної міри протиставляється загальноживаній мові, хоча словниковий запас першої бере початок саме із другої.

Література:

1. Сучасна українська мова: Довідник/ Л.Шевченко, В.Різун, Ю.Лисенко; За ред. О.Пономарева. – К.: Либідь, 1993.— 336с.
2. Проблеми української термінології // Вісник національного університету «Львівська політехніка». № 490. Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2003.

Деркач В.Н., 4 курс, спец. «ГД», ХДАДМ

Руководитель: канд. искусствоведения, проф. Сбитнева Н Ф.

МАССИМО ВИНЬЕЛЛИ

Массимо Виньелли — классик мирового графического дизайна, один из его столпов, олицетворяющий собой координату профессии, по которой ведется отсчет абсолютной геометрической чистоты, точности и строгого порядка.

Массимо Виньелли изучал архитектуру в Politecnico di Milano и позже в Università di Architettura в Венеции. Несмотря на то, что первые проекты Виньелли были связаны с архитектурой, он быстро увлёкся дизайном: ему нравились работы модернистов Макса Хубера и Антонио Боджери. После окончания университета дизайнер работал в компании Venini Glass в Венеции и делал проекты для газет, книжных издательств, разрабатывал каталоги для фестивалей и дизайн упаковки. В 1957 году Виньелли со своей супругой Леллой, соратницей и бизнес-партнёром, принял предложение пройти стажировку в США и переехал в Чикаго. Во время пребывания в Чикаго Ви-

ньелли создал индивидуальный стиль, на который не повлияли ни веяния моды, ни рост популярности постмодернизма. «Модернизм избавился от всего ненужного, а постмодернизм вернул это обратно», — однажды сказал он [1]. Работы Виньелли отличает преданность шрифту Helvetica и стремление к простоте. «Жизнь дизайнера — это постоянная борьба: борьба с уродством. С ним дизайнер борется так же, как врач борется с болезнью. Для людей моей профессии болезнь — это то, что нас окружает, и мы пытаемся её вылечить с помощью дизайна», — утверждает Виньелли в фильме «Гельветика» Гари Хаствита. Массимо оборудовал свой собственный дом столами, стульями, лампами и другими пунктами, которые он проектировал сам.

В 1960 году Массимо и Лелла Виньелли вернулись в Милан, где открыли собственную фирму, которая занималась архитектурными и дизайн-проектами. Однако по-настоящему большой успех ждал Виньелли в США, куда он вернулся в 1965-м. Совместно с другими пятью дизайнерами он создал Unimark International, которая быстро стала одной из крупнейших дизайнерских фирм в мире. Они работали с клиентами со всего мира и создали корпоративную айдентикку для таких крупных компаний, как American Airlines, Ford, Gillette, Knoll и многих других.

В 1971 Виньелли ушел из Unimark, частично потому что его видение дизайна не совпадало с руководством компании, все более занимавшейся маркетингом вместо того, чтобы проектировать. Вскоре Массимо и Лелла Виньелли основали Vignelli Associates. С первых месяцев работы у Виньелли появились постоянные клиенты. Они делали проекты для множества крупных компаний. «Кто-то может делать прекрасные и важные, но не очень масштабные вещи, но если у вас такие клиенты, как American Airlines, Knoll, или департамент транспорта Нью-Йорка, вашу работу видят миллионы человек — и это то, чем я хочу заниматься», — говорил Виньелли [1].

Vignelli Designs также занималась и образовательными проектами. Самый масштабный из них — Vignelli Center For Design Studies — открылся в 2010 году. В этом центре проходят выставки, встречи с известными профессионалами, семинары по дизайну и смежным дисциплинам. Гуру дизайна считает, что креативности не может быть без знаний, которые должны быть доступны любому молодому специалисту. Именно потому электронная версия его книги «Канон Виньелли» выложена в открытом доступе. Каждая глава посвящена той или иной составляющей качественного дизайна, а также его практическим аспектам. Однако самое главное, по мнению автора, — три ключевых принципа, которые лежат в основе работы над любым проектом, это семантика, синтактика и прагматика. Виньелли верен этим принципам. Семантика, синтактика и прагматика должны применяться ко всем проектам в каждой области дизайна, от визитной карточки до архитектуры небоскреба. Как только проектировщик удовлетворен, когда он понимает значение проекта, он может идти дальше к исследованию соответствующего «синтаксиса» для дизайна, визуальной грамматики, набора элементов дизайна, наиболее подходящих для решения задачи. Правильное определение семантики и синтаксиса проекта создает структуру, в пределах которой проектировщик может реализовать свое воображение» [2, с. 57].

В 1972 году Виньелли создал карту метро Нью-Йорка, вероятно, самую известную и узнаваемую из его работ. Разработка карты визначально была непростой задачей для картографов и дизайнеров. Если карты-предшественницы отличались громоздкостью, наличием многочисленных деталей и сложностью восприятия, то карта Виньелли стала примером удобной графической схемы. Для достижения этой визуальной гармонии автор сознательно избавился от лишних деталей и использовал только углы 45° и 90°. Кроме того, ради эффектного и пропорционального дизайна пришлось несколько сказать реальность: так, Центральный парк на карте в три раза короче действительных размеров. Ньюйоркцы не одобряли его карту, потому что ожидали схемы, полноценно отражающей географию города. Именно поэтому в 1979 году модернистская карта была заменена на карту Майкла Герца, которая используется до сих пор [3, с. 124].

Массимо Виньелли — дизайнер, который работал во многих областях. Он умел все — начиная от визитной карточки и заканчивая картой метро Нью-Йорка. Лозунг Виньелли: «Designisone», что в переводе означает: «Дизайн один». С этим сложно не согласиться, так как дизайн выше и вне любого стиля, дизайн — это все, что нас окружает, дизайн — это производство смысла. Собственно, этими качествами и наделял свои работы Массимо Виньелли: визуально сильной подачей, изящностью и бесконечным смыслом.

Литература:

1. Интернет-сайт «LookAME» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lookatme.ru/mag/people/icon/204241-vignelli>
2. Vignelli M. «The Vignelli Canon». [Электронный ресурс] / Massimo Vignelli. – NY: ALS, 2006. – 96. Режим доступа: <http://www.vignelli.com/canon.pdf>
3. Vignelli M. «Design is one». [Электронный ресурс] / Massimo Vignelli; – NY: ALS, 2006. – 228. Режим доступа: <http://popbooks.xyz/book=1920744525>

Доброход Ю.О., 3 курс, спец. «ПД», ХДАДМ

Науковий керівник: Шауліс К. К.

ДЕРЕВ'ЯНІ ХРАМИ УКРАЇНИ

Українське дерев'яне церковне зодчество не має аналогів у народів світу.

Вісім дерев'яних церков на території України входять до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Історія дерев'яних церков мало досліджена. Точний період виникнення дерев'яних храмів на території України не відомий. Але є твердження, що їх будівництво почалося ще в дохристиянські часи. Найстарішими дерев'яними церквами України вважають Церкву святого Миколи із села Водяне, у якій 2 зруби збереглися із 1428 року, та церкву святого Миколи із села Колодне 1470 року [1].

Архітектурна побудова православних та греко-католицьких дерев'яних храмів України формувалася впродовж багатьох століть. Її особливістю є ілюзорне підвищення інтер'єру – здатність викликати у глядача враження, що церква значно вища ніж вона є. Це здійснювалось за рахунок нахилу стін [3]. Структура складеться із 3 частин: бабинець, нава та вівтар. Бабинець —

частина храму, у якому переважно є вхід у храм, місце де перебували переважно жінки старшого віку. Нава є найбільшою частиною храму, призначена для перебування вірян. Вівтар за розміром переважно такий самий як і бабинець, там перебуває священик під час літургії, царські ворота та церковний іконостас. Кожну частину храму окремо називають зрубом [1]. Будувалися храми на кам'яному фундаменті.

Стили побудови дерев'яних храмів різняться, залежно від місця та території розташування. Також історична доба України мала вплив на побудову. Наприклад характерно виділяються церкви Буковини. Храми зовні нагадують традиційну хату. Вони зводилися під час османської орди, яка не дозволяла будувати інакше. Але під звичайним скатним дахом були заховані три зруба, нехай і не дуже високі. А церкви Лівобережжя відрізняються видовженістю форм.

Практично в кожній церкві збереглися твори іконопису, різьблені іконостаси, які часто збігаються з датою побудови церкви і відображають певний період розвитку малярства [2].

Дерев'яні храми — прекрасні пам'ятки які збереглися до наших часів.

Незважаючи що храми були зроблені з дерева за для міцності вони зводилися на камінному фундаменті. Українські храми мають основну структуру побудови, але мають свої особливості залежно від регіону розташування. Наприклад характерно виділяються церкви Буковини. Храми зовні нагадують традиційну хату. Вони зводилися під час османської орди, яка не дозволяла будувати інакше. Але під звичайним скатним дахом були заховані три зруба, нехай і не дуже високі Вони є особливістю нашого краю, бо саме українські храми не мають аналогів у світі.

Підтвердженням цього є занесення до списку всесвітньої спадщини.

Література:

1. Вечерський В. Українські дерев'яні храми. — Київ: Наш-Час, 2007.
2. Стаття «Проблема збереження дерев'яних храмів України» [Електронний ресурс] / автор Наталья Сліпченко, Іван Могитич. — Електрон. дан. — Режим доступу: http://www.derev.org.ua/biblio/articles/slipch-moh_zberezht.htm. свободний. Загл. с екрана. — Яз. укр.
3. Ярослав Т. Українська сакральна дерев'яна архітектура. — Львів: Укрпол, 2006.

Дорофеева М.С., 3 курс, спец. «МД», ХДАДМ

Руководитель: Звоник А.А.

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ СРЕДСТВА

Привлеченные финансовые средства — финансовые средства, предоставленные на постоянной основе предприятию, по которым может осуществляться выплата дохода владельцам этих средств.

К основным источникам привлеченных финансовых средств относятся:

- финансовые средства, полученные в результате эмиссии ценных бумаг;
- дополнительные взносы (паи) в уставный капитал;
- целевое государственное финансирование на различных основаниях.

Привлеченные средства – средства, полученные от клиентов кредитной организации и заимствованные в банковском секторе. Это средства юридических и физических лиц, размещенные на депозитных, расчетных и других счетах, заемные средства, а также получаемые банком от выпуска собственных ценных бумаг, осуществления других операций, увеличивающих ресурсную базу кредитной организации, и на рынке межбанковского кредитования. Привлеченные средства занимают 70–80% всех банковских ресурсов и выступают основным источником их формирования.

Банковские ресурсы можно классифицировать по их стоимости, влиянию на ликвидность и доходность банка и т. д. К примеру, разделить по стоимости ресурсы можно на дешевые и дорогие. Так, вклады до востребования являются для банка дешевым ресурсом, а срочные депозиты и займы на межбанковском рынке – дорогим.

Кроме того, структура ресурсов отдельно взятого банка будет отличаться по своему качественному и количественному составу от структуры ресурсов другого банка. Так происходит потому, что кредитные организации различаются по видам деятельности, составу осуществляемых ими операций, количеству и качеству клиентской базы, они по-разному проводят депозитную и кредитную политику и т. д.

Кредитная организация должна поддерживать определенное соотношение между собственными и привлеченными средствами. К примеру, Банк России для оценки ликвидности кредитных учреждений устанавливает определенные обязательные соотношения (нормативы) между этими источниками ресурсов.

Привлеченные средства, в отличие от заемных, не являются долговыми, т.е. не подлежат обязательному возврату. В этом их главное преимущество.

Преимущества:

- использование привлеченных инвестиционных ресурсов не ограничено по срокам;
- по привлеченным средствам не начисляется ссудный процент, что удешевляет ресурсы и увеличивает прибыль предприятия;
- инвестиционный доход инвесторов в виде дивидендов в ряде случаев получается выше за счет низких налоговых ставок;
- бюджетные ассигнования (гранты и субсидии) привлекаются на безвозвратной и бесплатной основе без каких-либо обязательств.

Недостатки:

- новая эмиссия акций акционерного общества может быть расценена инвесторами как сигнал о финансовом неблагополучии, что в свою очередь, может неблагоприятно сказаться на рыночном курсе акций предприятия;
- инвесторы, не имеющие доступа к наблюдению и управлению предприятием, несут повышенные инвестиционные риски, что ведет к ограничению доступных для привлечения средств.

Дорофеева М.С., 3 курс, спец. МД, ХДАДМ

Руководитель: Звоник А.А.

ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРИЩЕСТВА. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Хозяйственное товарищество — это фирма, организованная физическими лицами на основе сочетания предпринимательства и личного труда.

Общество (товарищество) как форма организации бизнеса является логическим продолжением развития единоличного владения, предполагает объединение капиталов двух и более отдельных физических или юридических лиц в условиях распределения риска, прибыли и убытков на основе равенства; совместного контроля результатов бизнеса; активного участия в его ведении. Основой взаимоотношений между сторонами, которые вступают в партнерство, является договор.

По степени участия учредителей (партнеров) в деятельности предприятия принято различать общества:

- Полные (с полной ответственностью);
- Коммандитные;
- Общества с дополнительной и ограниченной ответственностью.

Полным (с полной ответственностью) считается общество, участники которого занимаются совместной предпринимательской деятельностью и несут солидарную ответственность по обязательствам всем своим имуществом.

Коммандитным признается общество, которое наряду с участниками, которые несут ответственность по его обязательствам всем своим имуществом, включающего по крайней мере одного участника, ответственность которого ограничивается вкладом в имущество такого организационного образования.

Общество с дополнительной ответственностью — хозяйственное общество, партнеры которого отвечают по обязательствам перед кредиторами своими взносами в уставный фонд, а при недостаточности этих средств — и дополнительно, принадлежащим им имуществом в одинаковом для всех участников кратном размере.

В обществе с ограниченной ответственностью участники несут ответственность за хозяйственную деятельность в пределах взносов в виде имущества, денег, продуктов интеллектуальной собственности.

Для всех видов обществ (товариществ) общим является то, что их создание и функционирование осуществляется на основе учредительного соглашения между партнерами. Соглашение должно содержать информацию: полномочия партнеров; сумма средств, которая инвестируется каждым из них, порядок распределения прибыли и возможных убытков; особенности осуществляемых в обществе финансовых и учетных операций; процедура принятия новых партнеров и ликвидации общества.

К преимуществам хозяйственным обществ относятся:

- Возможности развития производства или предоставления услуг, посредничества и т.п.;
- Увеличение финансовой независимости и дееспособности благодаря объединению ресурсов нескольких партнеров; меньший риск с точки зрения

коммерческих банков, что способствует получению определенных льгот в кредитовании;

- Свобода и оперативность хозяйственных действий; несколько партнеров принимают взвешенные управленческие решения;
- Дополнительные возможности развития эффективного менеджмента благодаря применению функциональной специализации работников и привлечению профессиональных менеджеров;
- Простота основания;
- Легкость в получении кредитов.

Недостатки хозяйственных обществ:

- Неограниченная ответственность общества может грозить партнерам: крах одного из партнеров может повлечь банкротство общества в целом, в большинстве случаев участники несут солидарную ответственность;
- Недостаточность опыта хозяйствования и несовместимость интересов партнеров могут привести малоэффективную деятельность, а коллективный менеджмент — негибкое управления обществом;
- Потенциальная возможность возникновения конфликтных ситуаций;
- Значительный хозяйственный риск в результате непредсказуемости процесса и результатов деятельности общества как неустойчивой организационно-правовой формы предпринимательства.

Дорофеева М.С., 3 курс, спец. «МД», ХДАДМ

Руководитель: Звоник А.А.

КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

Эффективность определяется соотношением результата производства (эффекта) и затрат, обуславливающих этот результат. Экономическая эффективность показывает конечный полный эффект от применения средств производства и живого труда, другими словами, отдачу совокупных вложений.

Эффективность является сравнительной оценкой результата деятельности, отражающей не только её способность к обеспечению экономического роста, но и способность стимулировать прогрессивные структурно-качественные изменения.

Под критерием обычно понимают «существенную характеристику явления», «особый признак», «свойство» или «характерную черту».

Критериями эффективности производства являются максимум результатов и минимум затрат.

Критерии и показатели эффективности производства взаимосвязаны. Показатели конкретизируют критерий, дают им количественное выражение.

Экономический показатель выражает явление количественно в единстве с его качественной определенностью.

Любой показатель состоит из взаимосвязанной качественно-количественной стороны явления и числового выражения. Однако проблему оценки эффективности производства нельзя сводить только к выбору одного или двух обобщающих показателей, поскольку результативность хозяйства проявляется через множество факторов.

Рассмотрим некоторые из критериев эффективности производства:

- Рентабельности реализуемой продукции по прибыли от продаж и производственной себестоимости: $ROM = \frac{ПР}{ТСтехн}$, где ПР – прибыль от продаж, ТСтехн – производственная себестоимость.
- Рентабельность основной деятельности (Род) — отношение прибыли от реализации продукции к затратам на ее производство и реализацию:

$$Род = \frac{П(р.в.п.)}{З(пр.в.п.)} \times 100\%$$

где Пр.в.п — прибыль от реализации всей продукции;

Зпр.в.п — затраты на производство и реализацию выпускаемой продукции.

- Рентабельность собственного капитала показывает величину прибыли, которую получит предприятие (организация) на единицу стоимости собственного капитала.

$$Крск = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя величина собственного капитала}} \times 100\%$$

- Экономическая рентабельность активов фирмы (Rф), т.е. отношение величины годовой прибыли (Пгод) к активам предприятия (Какт) или сумме основного (Косн) и оборотного (Кобор) капитала, %:

$$Rф = \frac{Пгод \times 100\%}{Косн + Кобор}$$

Эффективность находит своё выражение в конечном результате процесса производства. В знаменателе показателя эффективности должны учитываться комплексные затраты, в состав которых включаются не только затраты совокупного труда, непосредственно расходуемые на производство данного продукта, но и те приращения затрат на производство других продуктов, которые связаны с производством данного продукта, т.е. так называемые затраты обратной связи, поскольку народнохозяйственный подход к эффективности требует минимизации не индивидуальных, а народнохозяйственных затрат.

Для измерения экономической эффективности производства используются три группы показателей: затратные, ресурсные и затратно-ресурсные (смешанные). Числителем во всех этих показателях служит результат производства (продукция), а знаменателем в затратных показателях – текущие затраты живого и овеществленного труда, в ресурсных – сумма производственных ресурсов (труд и средства труда), измеряемых единовременными затратами, в затратно-ресурсных показателях – те или иные комбинации отдельных элементов единовременных и текущих затрат.

Задаче измерения эффективности производства в наибольшей мере соответствуют ресурсные показатели, так как они, учитывая изменения не только трудоемкости и материалоемкости продукции, но и её фондоемкости, дают исчерпывающую оценку экономической эффективности. Затратные и ресурсно-затратные показатели учитывают лишь ту или иную часть связанных с процессом производства единовременных и текущих затрат общественного труда и, следовательно, не дают полной характеристики эффективности производства. Поэтому их целесообразно использовать в качестве частных показателей по отношению к ресурсам.

Поскольку эффективность является следствием использования всех ресурсов, применяемых в производственном процессе, поскольку результат

(эффект) следует соотносить с используемыми ресурсами. Отношение результата к ресурсам характеризует эффективность использования ресурсов, а отношение результата к текущим затратам тоже является показателем эффективности, однако оно ещё не даёт представления об использовании ресурсов, так как не все применяемые ресурсы входят в состав текущих затрат, в то время как степень их использования отражается на величине текущих затрат.

Дьоміна В.С., 3 курс, спец. «РСМЖ»

Керівник: ст. викладач каф. українознавства Токар М.І.

РИТОРИКА І ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО

З розвитком техніки в сучасному суспільстві народжуються нові форми мовного зв'язку, що стає причиною появи нових видів і жанрів спілкування, а також навчальних комунікативних дисциплін.

До них належать: культура мовлення, стилістика, прагматика, мовний етикет, психолінгвістика, лінгвістика тексту, психологія спілкування та багато інших.

Що ж таке «ораторське мистецтво» і «красномовство», чи є між ними різниця? Перший термін античного походження і означає «публічна мова». Другий термін – «красномовство» (чи «краснословіє») має суто російське походження і означає говорити привабливо, красиво, червоно, переконливо (див. «Тлумачний словник» В. Даля). Користуючись цими термінами ми розуміємо одне й теж саме. В той час, коли А. Ф. Коні проводив певну межу між ними. Писав, що під красномовством треба «розуміти дар слова, хвилюючий і захопливий слухачів суворою вродою форми, яскравістю образів і силою влучних висловів». Що ж до ораторського мистецтва, воно, як вважав Коні, є вміння говорити грамотно, переконливо. Ораторству можна вчитися, а красномовство – природне обдарування, розвиваємоє працею, – таке переконання цього блискучого практика і теоретика красномовства.

Теоретики ораторського мистецтва виділяють такі полиги красномовства, як соціально-політичне, академічне, судове, соціально-побутове та інші.

Головним поняттям риторики є оратор (від латинського «orator» — говорити). Люди, до яких звернені його, складають аудиторію (з латині «audire» — чути). Оратор і аудиторія в процесі публічного виступу взаємодіють один з одним. Коні також писав: «Красномовство-це і є літературна творчість, але, в усній формі. Оратор так само, як і поет, володіє творчою уявою, і різниця між ними та, що вони до однієї і тієї ж дійсності підходять з різних точок зору».

Суть ораторського мистецтва становить чуття раціонального та емоційного елементів мовлення. Це обумовлюється тим, що людське мислення здійснюється у двох формах: логічної та образної. Майстерність публічного виступу і полягає в тому, щоб вміло використовувати обидві форми людського мислення.

До найважливішої здатності оратора наліжить здатність переконувати. Для того, щоб вони були переконливими, пред'являються наступні вимоги:

1) в якості аргументів можуть виступати лише такі положення, істинність

- яких була доведена або вони взагалі ні в кого не викликають сумніву;
- 2) аргументи повинні бути доведені незалежно від тези, тобто повинне дотримуватися правило їх автономного обґрунтування;
 - 3) аргументи повинні бути несуперечливі;
 - 4) аргументи повинні бути достатні

Аргументи виконують роль фундаменту, на якому будуються всі докази. Вимога достатності аргументів визначається тим, що аргументи на своїй сукупності повинні бути такими, щоб з них з необхідністю випливав доводить тезу. Порушення цієї вимоги часто полягає в тому, що в ході докази використовують аргументи, логічно не пов'язані з тезою і тому не доводять його істинність. Це порушення позначається словами: «не випливає», «не слід». Тут зустрічається два види помилок.

1. Недостатність аргументів, коли окремими фактами намагаються обґрунтувати дуже широкий теза: узагальнення в цьому випадку завжди буде «дуже поспішним». Причина: недостатність аналізу фактичного матеріалу з метою відбору з безлічі фактів лише достовірних і найбільш переконливо доводять нашу тезу. Зазвичай опонентові в цьому випадку говорять: «Чим ще ви це можете підтвердити?»

2. «Надмірне доказ». Принцип «чим більше аргументів — тим краще» не завжди підходить. Важко визнати переконливими міркування, коли, прагнучи будь-що-будь довести своє припущення, збільшують число аргументів. Але, як відомо, «хто багато доводить, той нічого не доводить». Таким чином, достатність аргументів треба розуміти не в сенсі їх кількості, а з урахуванням їх вагомості та переконуючої сили.

Отже, ми розглянули основний ораторський інструментарій, який може бути дуже корисний у розмові ділових людей. На закінчення дамо найбільш загальні поради з ораторського мистецтва, які є коротким узагальненням всього раніше викладеного.

Виступайте тільки тоді, коли вам є що сказати і коли ви впевнені у важливості та корисності вашої мови.

Завжди прагніть почати виступ з чогось незвичайного, а кінець його зробити яскравим і насиченим, оскільки найкраще запам'ятовується те, що знаходиться скраю, тобто початок і кінець виступу. Якщо все ж головні тези за логікою викладу потрапляють на середину, то слід в кінці виступу резюмувати їх.

Література:

1. Апресян Г.З. Ораторское мистецтво. — М., 1978.
2. Айві А. Обличчям до обличчя: практичний. посібник для освоєння прийомів і навичок ділового спілкування. — К.: ЕКОР, 2005.
3. Ернст О. Слово надається Вам. Практичні поради з ведення ділових бесід і переговорів. — М., 1999.

Згода М.А., 3 курс, спец. «МЖ», ХДАДМ

Наук. керівник: ст. викладач Токар М. І.

ОРАТОР ТА АУДИТОРІЯ: КОНТАКТ, ВПЛИВ, ВЗАЄМОДІЯ

Постановка проблеми. Ми часто стикаємось з проблемою, коли лектор, оратор, або ведучий не може знайти підхід до аудиторій і його промови проходять скрізь слухача. Це стається через не встановлення контакту та взаємодії з людиною.

Мета дослідження — виявити, як знаходити підхід до аудиторій та слухача.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо основні особливості аудиторії ораторської промови. Насамперед важливо знати, однорідна чи неоднорідна аудиторія. Однорідна аудиторія має такі характеристики слухачів: вік, підлогу, національність, рівень освіти буде, професійні інтереси, настрої тощо. І навпаки, різнорідна аудиторія зазвичай неоднаково реагує на свої слова оратора, і він мусить докладати додаткових зусиль, щоб керувати своїми слухачами.

Суттєвий ознака аудиторії — кількісний склад слухачів. Кому доводилося виступати зборах чи конференції, той згадає, що прийоми, використовувані у тому і той аудиторії, манера поведінки, форма піднесення матеріалу, звернення до нечисленної та численної аудиторії були різними. Іноді цікавляться, як і аудиторії легше виступати — в нечисленній чи численній. Кожна аудиторія має свої особливості. Деякі оратори бояться великий аудиторії, вони починають сильно хвилюватися і вона втрачає дар промови. Ще слухачі відчувають дію різних психологічних механізмів: одні слухачі несвідомо повторюють дії навколишніх (відволікання на шуми), інші усвідомлено відтворюють зразки поведінки поруч сидячих, на третіх впливають думки і поведінка більшості присутніх. Унаслідок саме цих механізмів до аудиторії запроваджується спільний настрої, котрий впливає встановлення контакту між оратором і слухачами. Тому оратору потрібно вчитимуться керувати настроєм аудиторії, вміти, коли треба, змінити його.

Висновок. Конче важливо, щоб кожна людина творчо підходив до підготовки і проголошенню ораторської промови, повніше й ширше використовував свої природні дані, індивідуальні можливості, вміло застосовував придбані риторичні навички та вміння. Творче хвилювання неодмінно виявиться в усьому поведінці говорить, позначиться тембрі його голоси, в звучала промови, в інтонаціях і загалом у тому, як він говорить. Таке хвилювання — важливий імпульс до того, щоб найвідповідальніший етап ораторськоготруда-публичное виконання — пройдено успішно. Треба вміти заволодіти своїми почуттями і швидко придушити у собі сумніви, а тим паче відчуття страху. Почавши мова спокійно, треба вміти як ясно викладати своїх поглядів, а й бачити, відчувати аудиторію, якщо вона багатолюдна. Через п'ять-шість хвилин від початку промови досвідчений оратор безпомилково визначить, як налаштувалися слухачі, і діє відповідно до цього настрою. Вся річ у тому, щоб вміти підтримувати увагу присутніх остаточно промови, підтримувати тактовно та непомітно для самих слухачів, суворо дотримуватися єдності забезпечення і формиразвертывающейся промови.

Література:

1. Апресян Г. З. Ораторское мистецтво / Г. З. Апресян. — М.: Вид-во Московського університету, 1969. — 160с.
2. Введенська Л. А. Російська мова й культура промови: Навчальний посібник для вузів / Л. А. Введенська. — Ростов-на-Д.: Фенікс, 2002. — 544с.
3. Карнегі Д. Як виробляти упевненість у собі та своїм проводити людей, виступаючи публічно / Д. Карнегі. — М.: Проспект, 1989. — 419 с.

Ильченко Ю. А., 2 курс, спец. «ПД»

Руководитель: доцент кафедри «Дизайн» Звенигородский Л. А.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ СТОЛОВОЙ ПОСУДЫ

Появлению бесчисленного количества разнообразных товаров бытовой посуды, получивших широкое распространение, способствовало множество факторов. Одним из них является возможность очищения планеты от пластиковых отходов, а также исчерпание природных ресурсов – нефти, которая является сырьем для изготовления пластиковой посуды.

Большую популярность приобретает посуда из экологически чистых материалов. Концепции компаний направлены на улучшение экологии планеты. Производители стремятся использовать преимущественно натуральное сырье и широко рекламировать свою экологическую принадлежность.

Цель исследования — выявить экологические вопросы в дизайн-проектировании столовой посуды.

Первая утварь изготавливалась из древесной коры, а также из самого дерева. Такая посуда была крайне неудобной, так как отсутствовала возможность хранения жидкости. Поэтому вскоре изготовление посуды происходило путем обмазывания глиной твердой основы: древесной коры, тыквы, корзины. Постепенно люди научились добавлять в глину другие вещества для прочности и цвета, такой материал получил название – керамика.

В эпоху раннего неолита греки изготавливали керамическую посуду. Назначение сосудов диктовало их форму, которая, в свою очередь, определяла метод формовки. «Почти все античные вазы делались для содержания в них трех различных жидкостей, наиболее важных в жизни греков: вина, воды и оливового масла» [1]

«В бытовую утварь античных государств также входила разнообразная посуда из стекла, которая поставлялась средиземноморскими торговцами с конца 6 в. до н. э. Стеклоделы работали в песочносердечниковой технике». [2, с. 233]

В раннюю античность в 5 веке до нашей эры стала появляться бронзовая посуда, а еще на два века позже в обращении появилась медная утварь.

С тех времен, в том числе в эпоху Средневековья и Возрождения используют медную, оловянную, железную и деревянную посуду. Мастера 9–11 веков изготавливали деревянную посуду методом вырезания, выгачивания, выдалбливания и даже клепали ручным способом. В домах зажиточных крестьян иногда можно было увидеть буфеты и поставцы с оловянной, а то и

серебряной посудой. Но вся хозяйственная утварь в средневековье обычно была глиняная.

В период Возрождения тарелки, блюда и сосуды для питья делались металлическими: у королей и знати — из серебра, позолоченного серебра, а иногда из золота. Но особенно важным изменением можно считать распространение с 16 века фаянсовой посуды, секрет изготовления которой открыли в итальянском городе Фаэнце. Больше стало посуды из стекла — одноцветного и цветного.

Огромный сдвиг в развитии промышленности произошел лишь в 18 веке, когда постепенно стало налаживаться конвейерное производство.

Первым основателем такого производства в 1759 году был Джозайя Веджвуд. Основной продукцией фабрики Веджвуда был фаянс с зеленой глазурью — вид керамического изделия. Отличительная черта веджвудовской посуды — ее прочность и привлекательный внешний вид. Это был улучшенный фаянс, яркая, повышенного блеска глазурь (смесь свинца и кремния). «Главным достижением дизайнеров Веджвуда было то, что они сумели найти формы, которые удовлетворяли потребности и рынка, и производства» [3, с. 69].

С момента появления первой пластмассы, а именно с 1870 года, этот материал занимает первое место в числе самых распространенных материалов. На данный момент производится огромное количество различной посуды из всевозможных видов сырья. Многие изделия могут содержать вредные стабилизаторы, соли тяжёлых металлов и другие токсичные вещества.

Ежедневное употребление пищи из неэкологической посуды может пагубно отразиться на состоянии желудочно-кишечного тракта, а также кожи и даже нервной системы. Посуда, сделанная из натуральных, экологически чистых материалов, не содержит опасных веществ, которые могли бы повредить организму в той или иной степени даже при регулярном использовании. Непригодная уже к использованию тарелка или кружка, оказавшись в мусорном ведре, после будет столетиями разлагаться. В качестве альтернативы можно использовать биоразлагаемую посуду:

Глиняная посуда — древнейший материал, который использует человечество. В керамических формах удобно запекать различные блюда. Керамическая посуда быстро нагревается и долго хранит тепло. Существенный недостаток такой посуды — ее хрупкость.

Посуда из дерева — относится к одним из самых гигиеничных и экологически чистых видов посуды. Она не выделяет канцерогенных компонентов даже при нагревании. Такая посуда подходит как для холодных, так и для горячих продуктов. Она недорогая, небулькающая, удобна при транспортировке. Хранить ее нужно в закрытых помещениях, вдали от приборов отопления и химически активных веществ, беречь от огня и прямых солнечных лучей.

Бамбуковая посуда — бамбук не выделяет вредных веществ при нагревании, не впитывает жир, запах и соки. Полностью разлагается в течение 9 месяцев, в то время как пластик пролежит в почве миллионы лет. Бамбуковое волокно имеет антибактериальный эффект, препятствуют размножению болезнетворных микроорганизмов. Его нельзя мыть с жесткими абразивными веществами. Бамбуковые тарелки не предназначены для разогрева в микроволновой печи.

Посуда из сахарного тростника – имеет классический белый цвет. Данный материал отличается повышенной прочностью, а в процессе применения не деформируется. Изнутри тарелки гладкие, характеризуются стойкостью к воздействию жидкости и жира, тогда как их внешняя поверхность – бархатистая на ощупь. Тарелки и контейнеры разлагаются всего за 2-3 месяца, при этом они не выделяют совершенно никаких токсичных компонентов в почву или атмосферу. В посуде такого рода, можно разогреть пищу в микроволновой печи, замораживать самые разнообразные продукты, а также хранить их как в холодильнике, так и в морозильной камере.

Посуды из крахмала – естественный цвет кремовый, однако для разнообразия цвета в столовые приборы и тарелки добавляется пищевой краситель, что позволяет добиваться приятных зеленых, коричневых и других цветов. Гладкая поверхность делает материал похожим на пластик. Ее можно хранить в холодильнике и даже морозилке. Горячий чай, кофе или суп не вызывают нарушения целостности и потери.

Посуда из пшеничной соломы – отличается природным бежевым оттенком, крепка, не ломается и очень приятна на ощупь. Не пропускает влагу. Это означает, что фактически нет никаких ограничений относительно вида пищи, которая хранится в посуде.

Посуда из пальмового листа – нетоксичный и возобновляемый материал, такой как опавший лист пальмы Арека. Хотя данная посуда и позиционируется как одноразовая, ее можно использовать многократно. Продукт разлагается в естественных условиях в течении 20-90 дней и в дальнейшем служит отличным удобрением.

Посуда из рисовой шелухи – натуральное волокна рисовой шелухи, материал, позволяющий сократить глобальное использование ограниченных ресурсов земли и сохранить окружающую среду. Изделия обладает высокой плотностью и не имеет открытых пор, которые могут служить убежищем для бактерий. Благодаря этому посуда имеет долгий срок службы, устойчива к окрашиванию и безопасна. Продукт обработан натуральным воском рисовой шелухи.

Посуда из полилактида – продукт конденсации молочной кислоты, считается одним из самых перспективных биопластиков для применения в упаковке. Его получают как синтетическим способом, так и ферментированным брожением декстрозы сахара или мальтоза сусла зерна и картофеля, которые являются возобновляемым сырьем биологического происхождения. Из листов полилактида можно формировать тарелки, подносы, получать пленку, упаковку для пищевых продуктов. Температура использования до 50 градусов, срок разложения 9-12 месяцев.

Технология изготовления экопосуды. У каждого вида экологичной посуды есть свои особенности. Преимущество посуды из тростника в том, что она производится из жмыха, побочного продукта сахарной промышленности. Это очень практично и экологично. То, что могло стать отходами, в итоге превращается в привлекательный продукт. Главное достоинство – она полностью биоразлагаема.

Посуда из пластика и ламинированного картона такими качествами не обладает. Теми же преимуществами обладают и тарелки из пальмовых ли-

стве, однако они стоят в 2-3 раза дороже, чем тарелки из тростника. Изготовить посуду полностью из крахмала невозможно. Он не держит форму и промокает. Поэтому к крахмалу добавляют определенный процент полипропилена. В отличие от крахмала, полипропилен не подвергается биологическому разложению.

Посуда из бамбука заменяет собой одноразовую посуду и помогает сократить количество отходов. Во-вторых, она изготавливается из возобновляемого материала – бамбука. Это травянистое растение знаменито своим быстрым ростом – до нескольких сантиметров в день. Даже если вырубить целую бамбуковую рощу, через месяц она восстановится, а значит, экологический баланс не будет нарушен.

Ценовая политика экопосуды. Сегодня рынок одноразового пищевого пластика только начинает набирать обороты. А внедрение экологических товаров в нашу жизнь только начинает зарождаться, перспективы его развития очень велики. На сегодняшний день, пластик составляет уже 16-25% от всего мусора. Эта цифра будет расти, в связи с расширением рынка одноразовой посуды. Но, не смотря на это, сегодня изготавливается достаточно много экологической посуды. Вопреки всем преимуществам, которыми она обладает, в ней есть один недостаток – слишком высокая для среднестатистических людей цена. Именно этот фактор становится главным при решении человека покупать или нет ту или иную новинку в мире экологической посуды.

Для сравнения: средняя стоимость пластиковой вилки составляет 15 копеек, вилки из кукурузного крахмала – 69 копеек, а деревянной вилки – около четырех гривен. Примерная цена пластиковой тарелки – 55 копеек, тарелки из волокон сахарного тростника – четыре гривны, а тарелки из кукурузного крахмала – 5 гривен.

Экологически чистая посуда, срок использования которой не столь длительный, абсолютно не выделяет никаких токсических веществ. Но не стоит рассчитывать, что такая одноразовая посуда будет дешевой.

Вывод. На данном этапе развития науки и технологий найдены способы получения экологической посуды. У нее есть ряд преимуществ перед пластиком из нефти, она во многом его превосходит. Французские компании «Lamagain» и «SPHERE» выпускают экопосуду. Также свою экологичную продукцию производят такие компании, как «Nature Works» (США), «Tysen Krupp» (Германия).

Осознавая всю значимость применения экологически чистых товаров в различных сферах человеческой жизни, основной специализацией компаний является реализация одноразовой посуды, изготовленной из натуральных, природных материалов. Но производство экологически чистой посуды значительно дороже, что мешает заменить аналог полностью. Тем не менее, тенденции намечены, и мировая общественность будет неуклонно следовать выбранному курсу.

Литература:

1. Энциклопедия Кругосвет // Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия [Электронный ресурс] URL: http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/izobrazitelnoe_iskusstvo/GRECHESKAYA_KERAMIKA.html

2. Античные государства Северного Причерноморья / Серия: Археология СССР. — Т. 9. — М.: 1984. — 392 с.
3. Адриан Форти Объекты желаний. Дизайн и общество с 1750 года. — М.: Студии Артемия Лебедева, 2013. — 455 с.
4. Ноздрина А. К. ДОХОДНАЯ ЭКОЛОГИЯ // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 11 [Электронный ресурс] URL: <http://sibac.info/archive/economy/11.pdf>
5. Галина Малина // 8 столичных кафе и ресторанов с экопосудой [Электронный ресурс] URL: <http://recyclemag.ru/article/8-stolichnyh-kafe-i-restoranov-s-ekoposudoj>
6. Анна Сычева // проект ГК «ОптиКом» [Электронный ресурс] URL: <http://recyclemag.ru/article/8-stolichnyh-kafe-i-restoranov-s-ekoposudoj>

Капустяк О.В., 4 курс, спец. ГД, ХДАДМ

Руководитель: канд. искусствоведения, проф. Сбитнева Н.Ф.

ГЕНРИХ ТОМАШЕВСКИЙ

Генрих Томашевский родился в Варшаве в 1914 году, начал своё профессиональное обучение в Варшавской школе графической промышленности, где получил диплом литографа, а затем поступил в Академию изящных искусств в Варшаве, на факультет живописи. Еще будучи студентом, вдохновившись творчеством Георга Гросса и Джона Харфилда, он стал рисовать шаржи. Его работы стали публиковать в еженедельнике «Шпильки» и постепенно карикатура стала его первым художественным заработком. Годы оккупации он провёл в Варшаве. В 1944 году он публиковал рисунки в люблинском сатирическом еженедельнике «Станчик» [2, с. 12].

Точкой отсчета знакомства с работами Томашевского можно считать 1947 год, когда его и еще двух польских художников, Тадеуша Трепковского и Тадеуша Гроновского позвали работать в государственное кинопрокатное агентство CWF. Дерзкие художники приняли это приглашение, только на тех условиях, что их работы не будут подвергаться никакой цензуре и агентство на удивление легко согласилось. Конечно же, плакат существовал и до этого, но до Томашевского его не за что было выделять в отдельную школу. Считается, что плакат в Польше начал развиваться в конце XIX века, но ничего примечательного в нем тогда не происходило. В основном плакаты выполнялись как иллюстрации, где информационный текст выносился отдельно куда-нибудь в нижнюю часть листа. Были какие-то легкие всплески, попытки оживить, изменить плакат, но пока что это никому не удавалось. Во время Второй мировой войны в связи с появлением новой власти, плакаты стали носить исключительно пропагандистский характер, и все затухло совсем до 1947 года, когда вышеупомянутым художникам предложили работу в сфере киноплаката. Оказалось, что эта сфера дает много свободы для творчества, так как мало относится к государственным проблемам. И Г. Томашевский, как и два его коллеги – Тадеуша стали творить. Их первое новшество заключалось в том, что они не брали за основу сам фильм, главных героев и их лица, а создавали плакаты, которые, являясь отдельным произведением, передавали атмосферу фильма [1].

В 1948 году на Международной выставке киноплаката в Вене он получил сразу 5 первых наград. После войны он занимался сценографией для Варшавского театра «Сирена» («Syrena»), а два года спустя стал профессором в Академии изящных искусств, где преподавал искусство плаката до 1985 года. Он воспитал десятки известных графиков и создателей плакатов. В его мастерскую на стажировку приезжали художники со всех уголков Земли. Его метод заключался в том, что студентам он давал задания, в основе которых зачастую лежали абстрактные понятия, а направлены они были на развитие логического мышления. Постоянные упражнения для интеллекта, поиск новых решений, слом стереотипов, индивидуальный язык художника — всё это стало основой польской школы плаката, хорошо известной во всём мире [3].

Генрих Томашевский был членом многочисленных художественных сообществ, в том числе Alliance Graphique Internationale. А в 1976 году от Королевского общества искусств в Лондоне получил титул Почётного Королевского Дизайнера. По мнению В. Териной, «Томашевский, дебютировавший во второй половине 30-х годов прошлого века, привнёс в искусство польского плаката свежий взгляд, свободу в передаче образа, незаурядную фантазию» [3].

Генрих Томашевский — один из величайших художников-плакатистов, выдающийся график, иллюстратор и педагог. Можно назвать его основателем Польской школы плаката. Г. Томашевский отказался от технического прогресса, продемонстрировав свое живописное и графическое мастерство. Вместо типографики в плакате он использовал рисованные шрифты и экспрессивную каллиграфию, фотографию заменил на иллюстрацию. Он работал с огромным количеством различных графических материалов: карандаш, мел, акварель, пастель, аппликация, коллаж и пр. В основе его плакатов — метафора, благодаря которой художник подчеркивал свою индивидуальность и авторскую уникальность не только графически, но и за счет смысловой нагрузки.

Литература:

1. Никифорова И. Польский плакат конца XIX– начала XX века / И. Никифорова, А. Шабловская. — М.: СканРус, 2013. — 272 с.
2. Лоськов М. Дизайн по Польски: [Электронный ресурс] / М. Лоськов // КАК. — Режим доступа: <http://kak.ru/columns/serov/a2757>
3. Терина В. Генрих Томашевский: мастер польского плаката: [Электронный ресурс]: / В. Терина, 2014. — Режим доступа: <http://polomedia.ru/news/lichnost/genrih-tomashevskiy-master-polskogo-plakata>

Карпова А.Р., 4 курс, спец. «Графический дизайн», ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, проф. Сбитнева Н.Ф.

ПРОЯВЛЕНИЕ «УКРАИНСКОГО СТИЛЯ» НА СТРАНИЦАХ «АЗБУКИ» НАРБУТА

Сегодня вопрос о культурном наследии украинского народа становится всё актуальнее, популяризируется тема украинского народного творчества, гармонично вливается в тенденции современного искусства, создавая совершенно новые стилевые направления. У истоков этого «народного бума» стоял такой именитый деятель, как Георгий Нарбут. За свой недолгий творческий и,

к сожалению, жизненный путь ему удалось достигнуть невероятных высот. Прожив всего 34 года, он сделал фундаментальный вклад в развитие украинского искусства. Именно он стал основоположником так называемого «украинского стиля», который мы рассмотрим на примере его иллюстрированных страниц «Азбуки». На началах беззаветной любви к родине сформировался известный и неповторимый нарбутовский стиль, где в каждой букве, в каждом графическом элементе читается самобытность украинского народа, пропущенная через призму времени и восприятия автора. Неравнодушные Нарбута к событиям, происходившим с украинским народом хорошо передает цитата Ф. Л. Эрнста: «Незабываемой заслугой Нарбута является то, что как только первый раскат революционного грома всколыхнул украинское народное море – он кинулся сюда, чтобы осознанно отдать все силы на служение украинскому народу, на создание новой украинской культуры» [2].

Работу над созданием рисунков к будущей азбуке Нарбут начал в 1917 году в Петрограде. В них художник достиг предельной простоты и вместе с тем изысканности композиции, рисунка и цвета. Все листы выполнены пером, чёрной тушью. Он создал композиции для букв «А», «Б», «В», «Г», «З», «І» («И»), «К», «Л», «М», «Н», «О», «С», «Ф» и «Ч». [1].

Графически, «Азбука» решена мастерски и превосходно, мы видим один стиль, уравновешенное соотношение черного и белого, грамотное использование композиции листа, гармоничное взаимодействие шрифта и изображения. Как печатное издание, она выполняет свою функцию – донести до зрителя/читателя смысл содержания, и при этом – не наскучить. В пятнадцати листах «Азбуки» Нарбут демонстрирует большое, редкое даже для крупных мастеров графики разнообразие технических приемов. Здесь силуэты, черные на белом и белые на черном, разнохарактерные штрихи, тонкие, беглые, живо намечающие, например, фигуру слона, складки его кожи, и стилизованные, с утолщениями, изображающие рельеф бугра, по которому слон идет. [3]

Рассмотрим богатство образов, смыслов и национальной атрибутики на примере иллюстрации к букве «А». В его композиции объединены зримые образы слов, начинающихся на букву «А». Ангел, летящий в небе, разворачивает свиток, на котором начертаны буквы по азбучному порядку, его догоняет аэроплан; внизу — здание с барочным фронтоном и вывеской «Аптека», старая каменная арка, поросшая молодыми древесными побегами, не раз Нарбутом рисованная и, конечно, навеянная картинами Дюрера (вспоминается подобный мотив в «Рождестве Христовом», мюнхенская Старая Пинакотекa). Не обошелся художник и без специфически украинской детали, хотя название ее не начинается на «А»: возле аптеки стоит хата под соломенной крышей. Не удержался он и от соблазна ввести в композицию нечто петроградское: за высокой крышей аптеки видна колокольня собора Петропавловской крепости.

На первый взгляд никакой смысловой связи между элементами изображения нет. И все же, зная об ассоциативности мышления художника, типичной для него с юных лет, можно прочесть в его композиции не всякому, а ребенку в особенности, доступный подтекст. Ключ к его расшифровке дает ангел со звездами на крыльях и свитком в руках. Этот образ, весьма вероят-

но, явился в сознании Нарбута под влиянием нередких в поэзии предреволюционных лет упоминаний о грядущем «конце мира». Евангельская книга «Откровение Иоанна Богослова» (Апокалипсис) упоминает в числе предвестников «страшного суда» «ангела, летящего по середине неба, который имел вечное Евангелие, чтобы благовествовать живущим на земле» (гл. XIV, 6). Содержание «вечного Евангелия» выражено в словах бога: «Я есть альфа и омега», то есть первая и последняя буквы греческого алфавита — начало и конец, то, что было и будет. Свиток с алфавитом в руках ангела, кстати, летящего в композиции Нарбута как раз «по середине неба», не причуда художника: он подсказан словами Апокалипсиса. Таким образом, в первом листе «Азбуки» Нарбута оказывается зашифрованным еще одно слово на «А» — Апокалипсис. Ангел летит над обреченным на гибель городом, по Апокалипсису — Вавилоном, предвещая упомянутые в евангельской книге «язвы», от которых не излечат никакие лекарства. [3]

Во время работы над «Азбукой» Нарбут выступил больше не как художник, а как дизайнер, придавая каждому элементу композиции смысл. Просматривая алфавит, мы не видим банальных образов, видим историю, и для каждой буквы она своя, и для каждого зрителя она тоже своя. Нарбут дает нам полную свободу для фантазии, с одной стороны, но с другой стороны, мы не выходим за рамки того, что хотел показать нам автор. Соблюдение этой гармонии — очень важная вещь в отношении дизайнер-зритель. Весь комплекс иллюстраций отличается композицией, полной внутреннего движения. уравновешенное соотношение черного и белого, грамотное использование композиции листа, гармоничное взаимодействие шрифта и изображения. Как печатное издание, она выполняет свою функцию — донести до зрителя/читателя смысл содержания, и при этом — не наскучить. Техника литографии, в которой создавалась «Азбука», позволила бы сделать издание массовым, но по известным и неизвестным причинам, напечатано было крайне малое количество экземпляров. Нарбут следует традиции создания азбук, и, тем не менее создает композиции, полные настроения или скрытого смысла. Будучи одной из последних больших работ Нарбута, «Азбука» передает всю любовь к Родине, живущую в художнике, всю утонченность его стиля, всю красоту и прелесть украинской природы, ведь во многих листах его образы в итоге собирались в пейзаж. В подаче он дает лирическую трактовку буквы (слева), полную жизни и воздуха, а также достаточно прозаическую (справа), устойчивую, непоколебимую. И в том и в другом варианте начертания читаются народные мотивы, которыми жил художник,



*Страница из «Азбуки»,
буква «Г». С. 1*

копируя старинные грамоты, страницы из Библии, буквицы и рамочки. Если внимательно вчитываться в каждый лист, то можно найти скрытый подтекст, которым автор передал и проблемы современности, и свое к ним отношение. С точки зрения графического дизайна, можно сказать, что художник выполнил программу максимум, в рамках обычной детской азбуки, ему удалось передать и свое видение мира и насущных вопросов, а также отобразить реалии, в которых жил украинский народ.

Литература:

1. Белецкий П. А. Георгий Иванович Нарбут / П. А. Белецкий, — Л: Искусство, Ленингр. отд-ние, 1985. — 237 с.
2. Эрнст Ф. Л. Георгий Нарбут. Жизнь и творчество / Ф. Л. Эрнст, — Киев: Государственное издательство Украины, 1926. — 167 с.
3. Белецкий П. А. «Монография» П. А. Белецкий [Электронный ресурс], — Справочно-информационный интернет-портал Rarus. — Режим доступа: <http://rarus.ru/best-soviet-childrens-books/2618-narbut-alphabet>, свободный. — Загл. с экрана.

Кириченко Ю., 4 курс, спец. «графический дизайн» ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

АМЕРИКАНСКАЯ РЕКЛАМА 1950-Х ГОДОВ

Невозможно представить жизнь современного общества без рекламной индустрии. Мы сталкиваемся с рекламой повсюду, она прочно закрепилась во всех сферах деятельности человека. Реклама освещает новинки товаров и услуг, диктует моду, информирует об общественных, политических и культурных событиях, формирует представление о человеческих взаимоотношениях. Очень похожей была ситуация во время послевоенного бума 1950-х в США.

После Второй Мировой войны страна вступила в т. наз. «”славное тридцатилетие” — время почти непрерывного экономического роста и небывалого повышения жизненного уровня» [2, с. 160]. Утомленные Депрессией и войной люди нуждались в стабильности и спокойствии, стремились наверстать упущенное. Экономика военного времени переориентировалась на потребителя. Разрабатывались новые товары, появлялись новые услуги, потребительские возможности людей возросли больше, чем когда-либо прежде. С ростом количества продукции необходимость в рекламе выросла, а «затраты на нее увеличились вчетверо между 1945 и 1960 годами» [1, с. 304]. «Начался бум массового потребления, которое стало одним из главных признаков американского образа жизни» [2, с. 160]. Каждый день приносил что-то новое, — таков был бешеный темп послевоенной жизни США. Люди не хотели отставать от других. Именно поэтому реклама имеет такое огромное влияние на человека, не только тогда, когда индустрия только начала расти, но и теперь. Она меняет взгляды, определяет образ жизни и даже меняет мировосприятие людей и их отношение к себе.

У американцев возродилось чувство экономической уверенности, а в условиях технологического прогресса был популярен возврат к традициям и комфорту прошлого. Люди направили все свое внимание на дом и семью. В свою очередь, реклама всячески поощряла укрепление семейных ценно-

стей и жизненных принципов, которые считались наиболее приемлемыми для послевоенной американской обществу. В рекламе использовались идеализированный образ семьи, где каждому отведена своя четкая роль, и американцы старались этому соответствовать. Мужчина представлялся как сильный и решительный бизнесмен, хозяин в доме и на рабочем месте. Женщине работать вообще не полагалось, т. к. единственной ее задачей были домашние хлопоты и воспитание детей. Рынок предоставлял огромное количество товаров бытовой техники, а это значило, что хозяйственные приспособления делают всю работу, стоит только домохозяйке нажать кнопку. Поэтому с рекламных плакатов смотрели изящные, холеные женщины с точеными фигурами, в красивых платьях и шелковых перчатках.

Доминантной силой в рекламном, и не только, бизнесе в то время, конечно же, был мужчина. Фигура женщины, ее роль освещалась исключительно с мужской точки зрения. А именно, жена жертвовала собственными стремлениями ради мужа и семьи. Всячески подчеркивались малейшие женские недостатки — если не устранить их, произойдет катастрофа: либо никто не позовет на свидание, либо другие женщины начнут отпускать язвительные шуточки: «Men wouldn't look at me when I was skinny». Имея перед собой такую модель поведения, неустанно напоминавшую американкам, как они должны себя вести и как выглядеть, домохозяйки изо всех сил стремились приблизиться к идеальному образу с плакатов.

В буржуазном обществе, где обладание капиталом само по себе равнозначно общественному престижу, вещи, естественно, становятся символом богатства, моральных добродетелей [4]. Чтобы продать новый товар, необходимо убедить человека в том, что это ему жизненно необходимо. Уставшие от войны люди больше всего нуждаются в спокойствии, уюте, в том, что поможет им забыть об ужасах голода и нужды. Американцы находили успокоение в семье, и реклама давила на эти слабости, продавая иллюзию. Покупка новой посудомоечной машины или пылесоса не делает жизнь прекрасной, а семью идеальной, как на плакате, но даже десятилетия спустя люди продолжают верить, что очередная покупка бытовой техники может решить все их проблемы.

Несмотря на то, что культивирование рекламистами «семейных ценностей» было в приоритете, была популярна и материалистическая реклама, в которой женщина выступала в роли сексуального объекта. Разумеется, эта тема использовалась еще до войны, но не так открыто, потому что тогдашняя пуританская Америка не терпела откровенно фривольных картинок. Происходящее на плакатах и обложках того времени выдавалось за милую случайность, а на одинаковых розовощеких мордашках моделей застыло удивленно-невинное выражение. В 1950-х жанр Pin-Up вступил в фазу своего расцвета, резко обострив его сексуальный аспект. Появились изображения девушек, загорающих нагишом и прикрытых только полотенцем или каким-нибудь веером, наиболее отважные рисовальщики даже решались показать обнаженную дамскую грудь [5]. Тем не менее, выражение лиц практически не менялось.

Нельзя сказать, что в современной рекламе полностью искоренены подобные приемы, иногда они порой доведены до абсурда. Однако реклама меняется, причем изменились не только технологии, но и содержание: она

становиться более социальной, гибкой, интересной и глубокой. Обращая внимание на рекламу, человек ей подчиняется. Она формирует образ жизни и вызывает различные эмоции. И некоторые производители используют её возможности влияния на человека во благо, например, в качестве средства борьбы со стереотипами и неравенством (рекламная кампания известного брэнда Dove «Campaign For Real Beauty»).

Литература:

1. Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты. История американской рекламы / Дж. Сивулка; пер. с англ. Под ред. Л. А. Волковой. – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 576 с.
2. Николаева М.А. История рекламы и средств массовой информации: курс лекций [Текст] + CD: учебно-методический комплекс; / М.А. Николаева. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2012. – 174 с.
3. Ценев В. Психология рекламы (Реклама, НЛП и 25-й Кадр) / В. Ценев. – Москва: ООО «Бератор», 2003. – 95 с.
4. Митрохин Л.Н., Американские миражи / Л.Н. Митрохин. – Москва: Молодая гвардия, 1962. – 320 с.
5. Истомин Н. Пин-ап. Как Америка потеряла свою невинность [Электронный ресурс] / Н. Истомин. – Режим доступа: [http://100gds.ru/blog/2010/10/15/pin-ap-kak_amerika_teryala_svoyu_nevinnost/](http://100gds.ru/blog/2010/10/15/pin-ap-kak-amerika_teryala_svoyu_nevinnost/)

Кисла С., магістр

Харківський національний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди
Науковий керівник: канд. мист. Паньок Т. В.

ЕНЕІДА ПОРФИРІЯ МАРТИНОВИЧА

У кожного народу є своя історія, своя культурна спадщина. Саме завдяки цьому жодна нація у всьому світі не схожа на іншу. Але для того, щоб мати своє обличчя, зберігати національну гідність, необхідно пам'ятати свої пам'ятки культури.

7 березня 1856 року, народився Порфирій Денисович Мартинович, якого можна вважати ідеологічним нащадком народницької, української інтелігенції післяшевченківської доби, що намагалася створити нову українську культуру й зібрати старі українські національно-культурні скарби.

Значення П. Мартиновича, як майстра полягає у високій досконалості рисунка, у вмінні знаходити для своїх робіт найхарактерніші, найбагатші по внутрішньому змісту етнічні типи та матеріальні пам'ятки. Нажаль художня спадщина П. Мартиновича майже на дві третини загинула та розійшлася по приватних колекціях і лише маленька частка рисунків та акварелі залишились у автора і згодом були перенесені до Красноградського музею.

У П. Мартинович дуже рано прокинулася схильність до живопису. Він вступає до Петербурзької Академії Мистецтв (1873) вже до певної міри сформованим художником. Тут він із запалом віддається заняттям у класі малювання, ретельно малює античні гіпси римських та грецьких богів. Впливи академізму позначаються на роботах художника цього періоду. Про це свідчать трактовані в чисто скульптурній манері портрет Якова Козодуба, портрет студента Академії Мистецтв Кожушка та ін. [1]. Перші роки академічного навчання дали йому можливість набути високу техніку рисунку

якою так вражають його пізніші роботи. Але не антична культура вабила художника, а живі образи. Душею відпочивав художник, малюючи на дозвіллі по пам'яті бачене на далекій Україні. Жива натура Порфирія Денисовича, що жила в мріях образів України, не могла миритися з академічною рутинною. Особливо важко було П. Мартиновичу писати програмні роботи на біблійські або міфологічні сюжети. В одній такій роботі – «Пророк Даниїл захищає Сусанну перед судом» П. Мартинович вводить до картини постать українського селянина.

Набуті знання молодий художник прагнув як найшвидше застосувати на практиці, його не задовольняла програма, за якою він повинен був працювати в академії. Уже з першого року навчання Мартинович виконує багато робіт вдома, які своєю тематикою не мають нічого спільного з класними вправами. Він працює над темами пов'язаними з Україною і її народною творчістю. Малює селян із с. Данилівка (Харківська обл.), виконує ілюстрації до лірницьких пісень, ілюструє «Енеїду» І. Котляревського.

До «Енеїди», точніше до першої та другої її частин, П. Мартинович нарисовував олівцем 13 ілюстрацій. У своїх «Спогадах» О. Сластьон розповідає, що П. Мартинович не користувався при цьому послугами натурщиків-професіоналів і ніколи не просив позувати товаришів. Вибравши якусь сцену, він перечитував її кілька разів якомога виразніше, міняючи голоси дійових осіб. Після того удавав із себе кожну дійову особу по черзі, робив усілякі рухи, ставав у різні пози і з відповідним виразом проказував те, що мала казати дійова особа. Цей метод роботи свідчить, як уже тоді молодий художник розумів, що невдало підібрані, випадкові натурщик або натурщиця, не маючи об'єктивних даних, не тільки не допоможуть йому відтворити омріяний образ, але й призведуть до взаємного роздратування [1, 24]. Розвинута уява, фантазія і справжній артистичний дар перевтілення допомагали П. Мартиновичу легко обходитись без натурщиків. О. Сластьон наводить яскраві приклади перевтілення Мартиновича то у волосного писаря, то навіть у молодицю [1].

«Енеїда» І. Котляревського привабила П. Мартиновича своїм життєстверджуючим духом, яскравими характерами дійових осіб, талановитою побудовою сюжету. Глибока народність твору була рідною, близькою і зрозумілою художникові. П. Мартинович у своїх рисунках образно розкрив гостру соціальну сатиру І. Котляревського, показав паразитизм, дармоїдство, постійні сварки «богів», інтриги, хабарництво як основу їхніх взаємин (сцена «Венера у Зевса», «Юнона у Еола»).

У своїх ілюстраціях, тонко забарвлених елементами гротеску, П. Мартинович не відходить від тексту. І. Котляревський перетворив троянців у запорожців — рядових козаків і старшину. П. Мартинович втілює образи І. Котляревського у вигляді їхніх прямих нащадків: типових полтавських козаків і селян. Кожен рисунок П. Мартиновича є ланкою сюїти, що послідовно розкриває перед глядачем різні грані образів героїв «Енеїди», допомагає пізнати ідею і зміст літературного твору в цілому.

Для свого часу рисунки П. Мартиновича до «Енеїди» були визначною художньою подією. П. Мартинович був першим ілюстратором «Енеїди»,

і його композиції – це справжні ілюстрації з усіма специфічними властивостями книжкової графіки. Нажаль, художник не закінчив ілюстрування останніх розділів книги.

Отже, значення художнього спадку П. Мартиновича – неоціненне, бо його твори – наче справжні людські документи минулого. Глибока емоційна насиченість художнього процесу, глибина та сила мистецьких поривань – П. Мартиновича, неподільність та цілісність художньої натури, відводить художнику окреме почесне місце серед українських митців другої половини XIX ст.

Література:

1. Боряк О. Текстологічні засади записування та публікації дум П. Мартиновича (за матеріалами епістолярної спадщини) // О. Боряк. / Усна епіка: етнічні традиції та виконавство. Матеріали міжнародної наукової конференції, присвяченої пам'яті Ф. Колесси та А. Лорда, К., 1997. – Ч. I. – С. 23-30.
2. Черемиський К. Шлях звичаю. / К. Черемиський. – Х. : Глас, 2002. – 444 с.

Клопотова М., 3 курс, спеціалізації ГД

Науковий керівник: доцент каф. українознавства Щербина Е. Б.

КОЛЬОРОФОНОСЕМАНТИЧНЕ СПРИЙНЯТТЯ МОВИ

Ще Платон стверджував, що звуки, так само, як і предмети, характеризуються такими ознаками, як форма, обсяг, колір і динаміка. Але мені, як художниці, цікаво розглянути саме зв'язок звуку і кольору.

Колір є одним з унікальних феноменів кожної культури, її ключова категорія. Однак даний феномен неоднозначний: у першому випадку його можна віднести до фізичних властивостей реальності, а в другому випадку колір – це суб'єктивне психофізіологічне відчуття, яке відбивається в емоційних станах, що різноманітно проявляються у кожній людини. Такий двобічний характер кольору дозволяє вважати його універсальним поняттям і в той же час вказує на національно-культурну специфіку кольору, яка відображена в мові.

Відомо, що О.О. Блок розробив свою чітку концепцію кольору і послідовно реалізовував її у творчості. Він вважав, що певним словам, поетичним настроям і поглядам відповідають певні фарби і відтінки. Поет надавав величезного значення навіть кольорам титульних аркушів своїх книг, бо вважав за необхідне привести їх у відповідність до змісту. Колір обкладинки є ключем і одночасно ілюстрацією його поетичних текстів.

Для того, щоб знайти зв'язок між кольором і звуком був проведений асоціативний експеримент: опитування інформантів на предмет асоціювання того чи іншого звуку з тим чи іншим кольором. Для більшого ступеня надійності цей експеримент через 10 років повторили, а для з'ясування національної специфіки звуко-кольорового сприйняття привернула російськомовних і англійськомовних інформантів. Техніка проведення експериментів була різноманітна – піддослідному надавалися звуки, до яких потрібно було підібрати кольори, він отримував різнокольорові картки, на яких потрібно було написати звуки, або ж йому давали завдання розкласти

звуки по кольору, наприклад, від найбільш червоного відтінку, до найменш червоного.

Велика кількість таких експериментів з тисячами інформантів показала, що в переважній більшості підслідні забарвлюють голосні звуки цілком виразно. Особливо одностайні думки щодо трьох голосних – А, Е, И. Звук і літеру А цілком впевнено називають червоною, Е – чітко зелена, а И, безумовно, синя. Звук О всі одногласно вважають світлим і яскравим, але хоча більшість підслідних назвали його жовтим, все таки досить часто зустрічаються відповіді: «білий». Отже, виходить, що він сонячний.

Якщо спиратися на дослідження експерименту, то звуко-кольорові відповідності для голосних української мови можна охарактеризувати так:

А – насичено-червоний;

Я – яскраво-червоний;

О – світло-жовтий, або білий;

Е – зелений;

И – синій;

У – темно-синій, темно-синьо-зелений, ліловий;

Ю – блакитний, іфалковий;

Важко зрозуміти, від чого залежать ці «кольорові» властивості звуків. Але якщо углибитися в коріння цього дослідження, то ми знайдемо відгуки його в теоріях багатьох митців та науковців, таких як А.Рембо, М.Ломоносов, О.Белій.

Однак, зв'язок кольору і звуків – це ще не головне. Відомо, що кольори дуже сильно впливають на психіку і емоційний стан людини, оскільки сприйняття кольору – це щось на кшталт обміну енергії людських органів з космічною енергією. Конкретні кольори і їх відтінки резонують з відповідними частотами того чи іншого енергоцентру, тому колір може виявитися цілющим, у випадку, якщо він очищує цей центр, або ж руйнуючим, якщо колірний промінь використовувати не за частотою центру. А сам поет чи письменник, так само як і художник, створює свою кольорову картину, але за допомогою звуків, адже кожен з них забарвлений у свій відтінок, який несе нам відповідний зміст.

Ковальова М. Р., магістр

Харківський національний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди

Наук. керівник: канд. мист. Паньок Т. В.

НЕВІДОМІ СТОРІНКИ З ІСТОРІЇ

У грудні 1919 року Марковський артдивізіон Першого армійського корпусу генерала Денікіна, під керівництвом Алі Ізенбека відступав через село Великий Бурлук на Харківщині. У розгромленій бібліотеці садиби Донець-Захаржевських Задонських полковник А. Ізенбек знайшов шкіряні мішки із дерев'яними дощечками з невідомою йому писемністю. Як виявилось згодом, ця знахідка стала світовою сенсацією та отримала назву «Дощечки Ізенбека» або «Велесова Книга». Це був оригінал давньоруського рукопису IX століття.

Ми мало знаємо про цю людину, що волею долі знайшла найцінніший скарб українців «Велесову Книгу». Проте Алі (Федор, Теодор) Ізенбек окрім військової служби був ще й художником.

Юність А. Ізенбека головним чином проходила у військово-морському середовищі Санкт-Петербурга. Йому важко було вибрати між кар'єрою художника і військового. Ще навчаючись у Санкт-Петербурзькому морському кадетському корпусі, він бере уроки в Академії мистецтв. Проте на деякий час потяг до мистецтва переважає і він 18-річним юнаком (1908) відправляється у Париж, де вчиться в Школі мистецтв, а також відвідує майстерню художника-символіста Анрі Мартена. Він захоплюється імпресіонізмом і пуантилізмом, проте його відрізняє любов до деталей і бездоганне відчуття лінії.

Доля склалася так, що Алі емігрував на захід, спочатку до Константинополю, потім були Болгарія, Сербія, Франція, а з 1924 р. у Бельгію.

У Брюсселі він заробляв собі на життя тим, що малював ескізи для фабрики килимів «Тані». Мав своє художнє ательє де давав уроки прикладного мистецтва. Був членом асоціації професіональних художників Бельгії, фундатором художнього гуртка «Аврора».

Алі Ізенбек ні до якої художньої школи себе не прилічував, а мистецтво розумів як самопізнання індивідуума. Головна теза у його творчості – поєднання Сходу й Заходу, що так було типовим для художників модерну.

У його творчості чільне місце займає графіка: гравюра, кольорова графіка, тощо. Так його роботи у техніці туш-перо-пензель сприймаються як естампи або ксилографія. Низка графічних робіт навіть міститься у бельгійській королівській родині. За технікою виконання графічні роботи А. Ізенбека подібні до стилістики художників «Мир искусства». Захоплення пуантилізмом з яким він познайомився у роки навчання в школі А. Мартена яскраво проглядаються у серії графічних листків «Самарканд». Пізніше у своїх графічних роботах А. Ізенбек оперує тільки лінією та плямою.

У Брюсселі Алі Ізенбек з 1926 по 1930 роки веде активну виставкову діяльність. Його графічна серія «Видіння» - включає до себе потік нечуваних, небувалих мрій, алегоричних думок. Так П'єр Амел'єржк у журналі «Тірс» до серії «Видіння Сходу» зазначав: «Юнацькі фантазії плачуть нездійсненну мрію про те, що станеш героєм нової легенди про Золоте Руно, імператором, безумно оспіваним хором людським... Видіння – поєднання речей та живих істот від клітини до паростка, що символізують пробудження життя в простому доторку матерії, у глибинах вічно суцього...» [1, с. 20–21].

Живопис Алі Ізенбека як і його життя відтворює всю розмаїту мозаїку течій і напрямків у мистецтві першої половини ХХ століття.

У його роботах як у дзеркалі знайшла відображення уся строката палітра все можливих ізмів – імпресіонізм, фовізм, модернізм, символізм, реалізм... Він захоплювався східною культурою – ірано-персидською мініатюрою, японською ксилографією, мистецтвом Індії. А. Ізенбека сміливо можна віднести до течій самобутніх художників, сенсом життя якого є мистецтво. Життєві повевіряння, карколомні стрибки долі – усе це дало можливість знайти спокій у мистецтві.

Література:

1. Федір (Алі) Ізенбек: Живопис. Графіка. Рисунок [Текст] : Каталог / [ред. І. Гусяча]; Приватна колекція Володимира Перегінця. – К. : Сталь, 2006. – 207 с.

Коротецкая В.С., 2 курс, спец. «ГД», ХГАДИ

Науч. руководитель: Коломиец Н.А.

ПОЛЬЗА ПРИМЕНЕНИЯ FOAM ROLLER НА ЗАНЯТИЯХ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ТВОРЧЕСКИХ ВУЗАХ

В первую очередь хотелось бы рассмотреть такое приспособление как Foam Roller. Это универсальное средство для снятия напряжения и боли в мышцах. С этим роликом самомассаж становится не только удобен, но и в разы эффективней. Благодаря массажному цилиндру можно увеличить приток крови к мышцам, а так же повысить подвижность и ускорить восстановление. Но при всех его плюсах и легкости в использовании следует не забывать, что применять Foam roller необходимо учитывая определенные правила. В противном же случае вы скорее нанесете себе больше вреда, чем пользы.

Во вторых хотелось бы сделать акцент на важности самой физической культуры как таковой в мире и в особенности по отношению к творческим ВУзам. Весьма прискорбен тот факт, что в современном мире физическое воспитание отошло далеко на задний план, в особенности в странах бывшего СНГ. Люди в большинстве предпочитают пассивный образ жизни. Отдавая свое предпочтение малоактивному отдыху. В нашем случае мы делаем акцент на творческом слое населения. О людях, которые в силу своей профессии вынуждены или же предпочитают проводить большое количество времени в сидячем положении. Длительная и систематическая работа за холстами или же компьютером не благоприятно сказывается на физическом состоянии человека. Что приводит к раннему старению суставов и атрофированию мышц. Но власти всего мира делают все возможное, что бы повысить физический тонус молодого поколения связавших свою жизнь с творческими профессиями, для этого занятия физической культурой вводятся в разряд дифференцированных, дабы привлечь к ним внимание студентов. Поскольку добровольная мотивация у них отсутствует с чего и vyplывает в дальнейшем усугубление ситуации. Теперь будет логичным отметить, что занятия физической культурой необходимы и являются обязательными. Систематические занятия спортом препятствует развитию таких заболеваний органов опоры и движения, как остеохондроз, грыжи межпозвоночных дисков, артроз и т.п.

Регулярные занятия физической культурой ,делают мышцы более сильными, а весь организм — более приспособленным к условиям внешней среды. Под влиянием мышечных нагрузок увеличивается частота сердцебиений, мышца сердца сокращается сильнее, становится оптимальным артериальное давление. Это ведет к функциональному совершенствованию системы кровообращения. Но нельзя забывать, что насыщенные тренировки для людей, которых вряд ли можно отнести в разряд активных и спортивных, являются большим стрессом для неразвитых мышц. После таких нагрузок мышечная боль напоминает о себе еще несколько дней. Исходя из этого, та-

кое приспособление как Foam Roller является наиболее оптимальным для снятия напряжения мышц, не требующие большого количества времени и не составляющие неудобства. Что касательно самого применения ролика, то существует определенные комплексы упражнений, которые эффективно снимают болевые ощущения. К вашему вниманию представляется пара таких упражнений:

Упражнение 1. Крепкие ноги

Такое упражнение снимет напряжение в голенях и коленях после пробежки, а также будет полезно при проблемах с поясницей.

Задней поверхностью бедер нужно сесть на роллер, ноги выпрямлены, руки упираются в пол за спиной. Раскатывайтесь по роллеру вперед-назад, массируя ноги от основания ягодиц до подколенных ямок. Упражнение следует повторять 30-40 секунд.

Упражнение 2. Здоровый позвоночник

На Foam Roller нужно лечь спиной (нижней частью лопаток), колени согнуть, руки сцепить за головой, пресс в тонусе. Важно отслеживать ощущения в пояснице, не прогибать спину и не скатываться на поясницу, раскатывать только верхнюю часть спины. Выполнить 3 подхода по 30-40 секунд.

Но как было упомянуто выше не стоит увлекаться этим видом самомассажа. Поскольку он может, как помочь, так и навредить. Все движения должны, выполняться, правильно и проводиться под контролем преподавателя. Важно так же следить за дыханием и находится в расслабленном состоянии, поскольку только при таких условиях, возможно, получить желаемый результат, который, так или иначе, ожидается от применения Foam roller.

В свете представленных фактов стоит отметить, что польза от применения массажного цилиндра на занятиях физической культурой очевидна и не подвержена сомнениям. Этот на вид простой, но эффективный способ снять напряжение и боль мышц является наиболее подходящим для применения его студентами творческих ВУЗов. Поскольку занятия физической культурой с применением Foam roller позволят улучшить успеваемость студентов за счет быстрого восстановления тонуса мышц после занятий направленных на развитие физической культуры. Ролик отлично способствует улучшению не только физической структуры человека, но также снимает стресс от перенагрузок нервной системы. Так как плавные упражнения, снимающие неприятные ощущения, лучше всего снижают негативное настроение, которое в большинстве своем преобладает в жизни творческих людей. Это прекрасный способ отдыха и расслабления после тренировок, которые хоть и поддерживают тонус мышц, а следовательно и здоровья все же утомляют и понижают КПД по части самого творчества. Вымотанные студенты как морально, так и физически испытывая болезненные ощущения в мышцах зачастую просто бросают свои дела и отправляются на диван к чаю и просмотру фильмов. Но применение ролика практически искоренит эту проблему, поскольку расслабление мышц и успокоение нервной системы, что плотно взаимосвязано, позитивно настроит и улучшит самочувствие молодых людей, которые вместо растяжений будут ощущать лишь легкую приятную усталость, которая никоим образом не повлияет на их творчество и успеваемость в ВУЗе.

Кравцова Е.Н., 4 курс, заочное отделение, спец. «Графический дизайн»
Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

СТРИТ-АРТ — ИСКУССТВО ИЛИ ВАНДАЛИЗМ?

Произведений стрит-арта не встретишь ни в одном музее или на выставке. Из названия понятно, что это направление возникло и было «вращено» на улице (в переводе с английского «стрит» — «улица»), в свобододлюбивой и демократичной атмосфере. Проявления его различны, все зависит от полета фантазии художника. Самыми популярными жанрами этого направления являются граффити, некоммерческие постеры и трафареты.

Истоки стрит-арта можно найти... в мятежном и великом 1918 году. Именно тогда в России группой деятелей искусства, именующими себя футуристами, был разработан декрет, в котором они провозглашали свою принадлежность к Свободной культуре, низлагая при этом устои культуры традиционной. Было объявлено следующее: главным предназначением культуры является оживление, придание индивидуального настроения улицам городов. Таким образом, В. Маяковский, Д. Бурлюк и В. Каменский стали провозвестниками стрит-арта. Однако в пылу построения нового социалистического общества их идеи на неопределенный период были отложены в сторону и немного призабыты.

Далее уже история искусства обращает наш взор к 50-м годам XX века, когда малоизвестный филаделфийский художник Конбред, сотрудничая с Cool Erl, Top Cat создает нечто новое в сфере изобразительного искусства — граффити. Далее стрит-арт победоносно прошеествовал по Соединенным Штатам, раскрасив улицы городов в самые невообразимые цвета и композиции. Именно тогда уличные художники начали подписывать свои произведения псевдонимами, тем самым претендуя на авторство своего творения [2]. Чем шире распространяется граффити, тем больше неожиданных и смелых черт в него привносится.

В начале 1980-х годов новое веяние было замечено широкой культурной общественностью. Мнения в обществе были достаточно полярны — от острой критики и неприятия до восхищения и положительных отзывов. Полемика вокруг нового вида искусства привела к тому, что творчеством художников-райтеров начали интересоваться галереи, периодическая печать, телевидение. Стрит-арт продвигается на новую ступень и уже официально начинает считаться изобразительным искусством, а не проявлением вандализма [1].

К сожалению, стрит-арт пока не обзавелся собственной терминологией и теоретической базой. И хотя иллюстративный материал по истории, географии и национальной специфике стрит-арта уже достаточно систематизирован, до сих пор не предприняты значимые усилия по его теоретическому осмыслению. Недостаточная теоретическая проработка создает ряд трудностей при разграничении тех видов уличного искусства, которые могут быть обозначены термином «стрит-арт». Жанровая палитра стрит-арта крайне расплывчата: традиционно в нее включаются граффити, рисунок по трафарету или шаблону, расклейка стикеров и плакатов, грандиозные настенные росписи (муралы), окутывание зданий и сооружений в материю или ткани,

проецирование видео на строения или пустыри, городская герилья, флешмобы, инсталляции под открытым небом и многое другое. Поскольку жанровые рамки стрит-арта изначально не заданы, совершенно непонятно, любые ли граффити попадают в разряд стрит-арта, а если нет, то каковы критерии их отбора. Непонятно, следует ли различать стрит-арт, стикер-арт и стенсил-арт или это синонимичные понятия. Таким образом, жанровый репертуар стрит-арта практически неисчерпаем, к нему можно подверстать чуть ли не любые формы протестной уличной активности.

Исходя из того, как растет количество приверженцев стрит-арта, появляются все новые его формы. Картины и композиции начинают завоевывать не только улицы, но и общественные места. Так, сегодня на улицах многих городов мира очень популярна 3D роспись. И новые, порой поражающие своим размахом решения художников заставляют нас вновь и вновь восхищаться полетом фантазии творца и неповторимостью его стиля, дающего широкие возможности для самореализации [4].

В уличном искусстве важна каждая деталь, мелочь, тень, цвет, линия. Художник создает свой стилизованный логотип — «уникальный знак» и изображает его на участках городского ландшафта. Самое главное в стрит-арте — не присвоить территорию, а вовлечь зрителя в диалог и показать различную сюжетную программу.

Стрит-арт сознательно балансирует на грани между искусством и вандализмом, между свободным самовыражением и разнузданным хулиганством, между разрешенным и уголовно преследуемым, между эстетическим и правовым полем. Для уличного художника возможны две перспективы: попадание его работ в галерейную коллекцию или на страницы альбома с роскошным полиграфическим оформлением или же арест, крупный денежный штраф и даже многомесячный тюремный срок [3].

Стрит-арт, бесспорно, имеет свою философию и пользуется популярностью во всем мире, что свидетельствует о его эстетической ценности и позволяет отнести его к виду прогрессивного, динамично развивающегося искусства, именно искусства, а не проявления невоспитанности. Ведь великие стрит-арт-художники делают заметным для окружающих то, что обычно считается частью серого пространства улиц.

Литература:

1. Дьяконов В. Эпоха развитого вандализма / В. Дьяконов // Власть. – 2010. – № 27.
2. Самутина Н. Не только Бэнкси: стрит-арт в контексте современной городской культуры: [Электронный ресурс] / Н. Самутина // Неприкосновенный запас. – 2012. – №86. – Режим доступа: <http://www.nlobooks.ru/node/>
3. Голинко-Вольфсон Д. Стрит-арт: теория и практика обживания уличной среды: [Электронный ресурс] / Д. Голинко-Вольфсон // Художественный журнал. – 2011. – № 81. – <http://permm.ru/menu/xzh/argiv/81/9.html>
4. Федоровская Н. Стрит-арт и традиционный орнамент в декоративном оформлении пространства: [Электронный ресурс] / Н. Федоровская, Е. Шахбарян. – 2015. – Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/3_](http://www.rusnauka.com/3_ANR_2015/Stroitelstvo/2_186014.doc.htm)

Криворотенко Д. О., 3 курс, спец. «МД», ХДАДМ

Керівник: к.е.н., доцент Звоник А. А.

ВИДИ РИНКІВ

Ринок – це особлива форма організації господарського життя суспільства, що передбачає взаємодію економічних суб'єктів — господарських одиниць (виробників і споживачів).

Ринок – це сукупність всіх взаємовідносин між виробниками і споживачами товарів і послуг у сфері обміну та реалізації товарів. За допомогою товарного і грошового обігу ринок надає безпосередній вплив на суспільне виробництво та економіку в цілому. Ринкові зв'язки охоплюють всю економічну систему і поширюються на всі економічні відносини між відокремленими виробниками товарів і послуг.

Ринок виникає за умови:

1. Суспільного поділу праці.
2. Відокремленості виробників, що передбачає відповідальність за результати діяльності.
3. Появи приватної власності.

Ринок передбачає рівноправність усіх суб'єктів (виробників і споживачів), відносини між якими виражаються у формі добровільної передачі майнових прав на приватні блага. При цьому для кожної із сторін економічних відносин повинні бути прийнятні умови передачі прав власності: якість та кількість товарів і послуг, ціна та ін. Суб'єкти вільні у своєму праві вибору партнерів по операціях і їх умовам. Наявність у складі ринку всіх суб'єктів економічних відносин (підприємців і найманих працівників, власників позикового капіталу, власників цінних паперів, кінцевих споживачів продуктів і послуг) передбачає наявність різних видів ринків, тобто системи окремих взаємопов'язаних ринків з розвинутою інфраструктурою.

На основі різних ознак виділяють наступні види ринків:

- за економічним призначенням: ринок товарів, ринок праці, грошовий ринок та ін;
- з організації ринкового обміну: оптовий і роздрібний ринки;
- за формами власності: приватний, кооперативний і державний ринки;
- по галузях: текстильний, автомобільний, сільськогосподарський, комп'ютерний та інші;
- за видами конкуренції: ринки досконалої і недосконалої конкуренції (монополістичний ринок, олігополістичний ринок, ринок монополістичної конкуренції);
- по правовому положенню: легальний, «тіньовий», кримінальний ринки;
- за географічним положенням: місцевий, регіональний, національний, світовий ринки.

Базовими елементами будь-якого ринку є:

- попит;
- пропозиція;
- ціна;
- конкуренція.

До переваг ринку належать:

1. ефективний розподіл ресурсів;
2. гнучкість, висока адаптивність до мінливих умов;
3. свобода вибору і дій виробників і споживачів;
4. максимальне використання досягнень НТП;
5. здатність до задоволення різноманітних потреб, підвищення якості товарів і послуг.

Негативні сторони ринку:

1. не сприяє збереженню не відтворюваних ресурсів;
2. ігнорує найчастіше потенційно негативні наслідки прийнятих рішень;
3. не створює стимулів для виробництва товарів і послуг колективного користування;
4. не гарантує повної зайнятості і стабільності рівня цін;
5. не забезпечує дієвої мотивації фундаментальних досліджень у науці;
6. схильний до нестабільного розвитку з відповідними рецесійними та інфляційними процесами;

Джерела:

1. Основы экономической теории. Учеб. пособие/ Под ред. Камаева В. Д. — М.: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 1996. — 284.

Крикун А.В., 4 курс, спец. «ДІ», ХДАДМ

Керівник: професор А.М. Олексієнко

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ СУЧАСНИХ ОФІСНИХ ПРИМІЩЕНЬ

Сьогодні дизайнери приміщень працюють разом із архітекторами, замовниками, підрядчиками, будівельниками і постачальниками, приймаючи рішення по габаритах і структурі просторів, устаткування, типів меблювання і опоряджувальних матеріалів. Розробляючи проект офісу, дизайнер вирішує може буде інтер'єр традиційним чи модерністським, складним чи простим, спокійним чи динамічним. Йому необхідна також визначити, буде інтер'єр замкнутим чи відкритим, чи він буде створювати відчуття стриманості чи теплоти. Саме ці аспекти сприйняття простору атмосфери інтер'єру визначають вибір тих чи інших елементів дизайну та їх принципів. Функціональні основи рішення інтер'єру офісу щонайбільше важливі в проектуванні інтер'єру, ніж художні.

Офіс — це знаряддя праці, яке допомагає компанії здійснювати свою діяльність. Тому дизайнерські рішення, його складові, завжди є компромісом між функціональністю і естетикою офісу. Офісний простір багато в чому визначає сприйняття філософії компанії.

Для того щоб зробити справді сучасний дизайн офісних приміщень, який справді стимулюватиме працівників на більш продуктивну працю і відразу буде прикрасою компанії, необхідно дотримуватися основних правил дизайну і враховувати всі потрібні характеристики. Так, наприклад, при розробці дизайну кабінету потрібно підвищену увагу звертати на такі характеристики як: колористика приміщення, освітлення, обладнання, стіни (перегородки), стеля, меблі.

Організувати офісний простір, щоб він став зручним кожному співробітнику, — одне з основних завдань. Продумане планування робочих місць дозволяє істотно підвищити продуктивність праці. Будь-який офіс призначений як індивідуальній діяльності, що вимагає тиші і концентрації, так і колективної, що вимагає спілкування, і обміну інформацією між працівниками. Основною складністю в проектуванні офісів є пошук рівноваги між двома цими потребами. Офіси розрізняються за стилями планування й оформлення інтер'єру. Широку популярність отримали три основних стиля ділових приміщень: економічний, авангардний і ексклюзивний. Загальноприйнятими вважаються дві концепції оформлення офісу: класична кабінетно-коридорна система й *Open Space*, відкритий простір. Варіант *Open Space* втілює ідею демократичного менеджменту, коли офісне приміщення розташовується на достатньо великій площі, не розділеній перегородками. Щодо обробчих матеріалів, грамотний дизайн інтер'єру припускає використання відповідно їх функцій та засобів догляду за ними, приймаючи до уваги ефективність, економічність, екологічну чистоту та загальну їх безпеку. Декоративні елементи — об'ємні предмети, скло, метал, — створюють прохолодну й динамічну енергетику, яка сприяє спокійній, врівноваженій, але інтенсивній розумовій роботі. Освітлення і світлова гама особливо важливі при створенні інтер'єру і меблювання офісу, для того, щоб атмосфера була приємною для ока і комфортною. Відчуття простору і враження від інтер'єру залежать від освітлення.

Висновки. Дизайнер в своїй творчості завжди намагається створити щось нове, розробити оригінальну ідею, створити сучасні форми та конструкції об'єктів проектування. Також знайти пропорційні співвідношення частин і цілого.

Сучасний **дизайн офісного інтер'єру** складний в першу чергу своєю лаконічністю. Діловий стиль, як і в одязі, це певна стриманість ліній, строгість, практичність. Кожна форма повинна бути “на своєму місці”, її присутність обґрунтована і необхідна для вираження конкретної мети. Наприклад, дизайн офісу рекламного або креативного агентства, офіс туристичного агентства або приміщення шлюбного салону, звичайно, зовсім не обов'язково повинні бути строгими і діловими. Скоріш навпаки, в їх інтер'єрах має бути легкість, невимушеність і відчуття свята. Враховуючи необхідність привнести в інтер'єр теплоту й емоції, це не зменшує вимог щодо витримки стилю і певної солідності

Дотримати всі умови, правильно поєднувати напрямок бренду з творчими ідеями в **дизайні кабінету**, підібрати оптимальні за ціною і якістю матеріали для оздоблення, меблі, світильники — завдання не з легких. Необхідно враховувати, щоб не було великого контрасту з якістю оздоблення й меблювання робочих кабінетів підприємства, це може здатися індикатором поверхневого відношення безпосередньо до робочих процесів в компанії.

Література:

1. Шевчук С. П., Скороходов В. А., Жуковська В. М., Шевчук О. С., Худякова І. М. — Управління сучасним офісом (офіс-менеджмент). Навчальний посібник.

2. Електроний ресурс: <http://www.intotworooms.net.ua/perspektivni-napryamki-osvitlennya-ofisiv/>
3. ebooktime.net/book
4. dkvartnsk.ru/stroitelstvo
5. <http://f-plus.com.ua/articles/osobnosti-stiley-v-intererah-ofisov-v-raznyh-stranah>

Кругляк-Дрига А., 3 курс, спец. «МЖ», ХДАДМ

Наук. керівник: ст. викладач Токар М.І.

РИТОРИКА У ЖИТТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ

Постановка проблеми. Однією з важливіших лінгвістичних наук у сфері мистецтва мовлення є риторика, наука про способи переконання та впливу на аудиторію з урахуванням особливостей публіки. Риторика вчить думати, виховує почуття слова, формує змогу легко та правильно висловлювати власні думки.

Мета дослідження. Визначити роль та проаналізувати основні значення риторики у житті сучасної людини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Риторика є однією з найдавніших наук, що виникла ще за античних часів. Вона була засобом звинувачення та захисту на судовому процесі. У середньовічній Європі риторика набула значення у житті християнської проповіді. З часом риторика розробляла теорію мовного стилю, шліфувалася з поколіннями та зверталася до свого коріння. Авторам української риторики була близька ідея античності.

Риторика – це мистецтво грамотно, змістовно і захоплююче побудувати свою промову і переконливо донести свої думки до слухачів; це особливий вид творчої діяльності, якому треба наполегливо навчатися. Основними методами вивчення в давній риторичі були повтори і написання своїх промов за зразками.

У ХХ столітті риторика отримала новий поштовх для свого розвитку у вигляді науки про ефективне спілкування з аудиторією. В основу розвитку сучасного риторичного мистецтва було покладено психологічні закони впливу на слухача, коли перше місце займає не стільки побудова логіка висловлювання, а скільки психологічні та емоційні прийоми переконання.

Засновником сучасного практичного напрямку комунікативного впливу став американець Дейл Карнегі, він відкрив першу школу з навчання спілкуванню. У наш час, у наших краях, дуже мало уваги приділяється риторичі. Це, можливо, одна з причин того, що в нашій країні немає стійкої і виваженої демократії. Але у світі сьогодні спостерігається особлива увага до риторики: видається велика кількість підручників, посібників та довідників, риторичу ввели в навчальні плани вищих навчальних закладів освіти.

Сучасна риторика — це теорія та прийоми ефективного мовлення. Предметом сучасної риторики є загальні мовленнєві закономірності, що діють у різних ситуаціях та сферах діяльності, та їх практичні можливості використання для того, щоб створити ефективне висловлювання.

Висновки. Ми можемо спостерігати, що риторика стала невід’ємною частиною нашого життя у соціумі. Вона завжди йде поряд з людством,

удосконалюючи та правильно формулюючи наші думки, задля більш тісного зв'язку один з одним. Без риторики не може обійтися ні викладач, ні державний діяч, ні юрист, ні бізнесмен. Особливе місце риторика посідає у системі гуманітарних наук, оскільки це, насамперед, мистецтво публічного спілкування, виховання і переконання. Філологія, філософія, історія, політологія, психологія, соціологія, поезія та ін. вимагають від тих, хто долучився до них, значної ерудиції і навичок публічного виступу, щоб налагодити контакт та донести сутність висловленого до слухачів.

Література:

1. Савкова З.В. Искусство оратора: Учебное пособие. — СПб., 2003
2. Сопер П. Основы искусства речи. — М.: Прогресс; Прогресс-Академия, 1992.
3. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. — Мн., 2000.

Кудря Р.І., 3 курс, спец. «СМС», ХДАДМ

Наук керівник: ст. викладач Токар М. І.

МОНОЛОГ, ДІАЛОГ, ПОЛІЛОГ ЯК РИТОРИЧНІ ФОРМИ ПРОФЕСІЙНОГО КРАСНОМОВСТВА

Діалог (dialog) — двосторонній обмін інформацією між двома людьми, людиною та ЕОМ в вигляді питань та відповідей. В основі діалогу лежить діалогічна єдність: вираження думок та їх сприйняття, реакція на них, що знаходить відображення у структурі цього акту мовлення. Діалогічне спілкування являє собою не один якийсь вид мовленнєвої діяльності його учасників, а мовленнєвий акт (обмін інформацією), у якому говоріння і слухання — нерозривно пов'язані види мовленнєвої діяльності. Основними ознаками діалогу є: намір, цілеспрямованість, правила ведення розмови. Цілеспрямованість мовленнєвої дії в діалозі — це наявна чи прихована мета мовця (слухача) (повідомлення про щось, питання, наказ, порада, обіцянка і под.). Для того, щоб досягнути своєї мети кожний із співрозмовників реалізує свій намір, спонукаючи партнера до певних мовленнєвих дій. Необхідною для діалогу є правила ведення розмови: а) повідомлення подається певними порціями; б) повідомлення відповідає темі розмови; в) співрозмовники роблять мовлення зрозумілим, послідовним.

Монолог, монологічне мовлення (від моно і греч. *lygos* — слово, мова), вид мови, зовсім або майже не пов'язаної (на відміну від діалогічної мови) з мовою співбесідника ні в змістовному, ні в структурному відношенні. Монологічне мовлення володіє набагато більшою мірою традиційності при виборі мовних, композиційних і інших засобів, має, як правило, складнішу синтаксичну побудову в порівнянні з репліками в діалозі. Основні комунікативні ситуації її вживання — сфера мистецтва, ораторського виступу, спілкування по телебаченню і радіо, ситуація навчання (мова вчителя в класі і т. п.). По своїй мовній і структурно-композиційній організації монологічне мовлення набагато складніше, ніж інші види мови; ці її особливості вивчає т.з. лінгвістика тексту (проблема складного синтаксичного цілого, абзацу і т. п.). За межами художніх творів форму монологу приймають окремі різновиди усних висловів, таких, як мова оратора, лектора, виступ по радіо, телебачен-

ню. Мовні типи монологу обумовлені властивими монологу комунікативними функціями (розповідь про подію, міркування, сповідь, самохарактеристика і т. п.).

Полілог – форма мовлення, яка характеризується зміною висловлювань декількох мовців і безпосереднім зв'язком висловлювань з ситуацією. Полілог часто набуває форми групового спілкування (бесіда, збори, дискусія, гра тощо). У полілозі відбувається накопичення інформації, що вноситься окремими його учасниками. Для полілогу характерні тематичні перескакування, складна взаємодія реплік, розрив діалогічних єдностей та ін.

Важливими компонентами у полілозі є репліки (конструктивні і деструктивні), обговорення теми, що репрезентує діалог, обмін інформацією, а також підсумковий діалог, який спрямований на з'ясування успішності цього мовленнєвого акту.

Отже, мовлення буває монологічним і діалогічним. Монолог має певну композиційну організованість і змістову завершеність. Відрізняють внутрішній монолог — роздум уголос, драматичний монолог — поєднання мовлення з мімікою, жестами, ліричний монолог — лірична сповідь у поезії. Діалог характеризується короткими висловлюваннями, простотою синтаксичної будови його частин, використанням неповних і невикінчених речень. Особливістю діалогу є взаємозумовленість синтаксичної будови реплік співбесідників, яка об'єднує діалог в єдине ціле. Відрізняють внутрішній діалог — фігура мовлення, що є зверненням до самого себе. Розмова кількох осіб називається полілогом.

Література:

1. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. – М., 1999.
2. Львов М.Р. Основы теории речи. – М., 2000.
3. Чмут Т. К. Культура спілкування. Навч. посіб. — Хмельницький, 1996.

Кузнєцова Ю., 3 курс, спец. «Графічний дизайн»

Науковий керівник: доцент каф. українознавства Щербина Е.Б.

ІНФОГРАФІКА ЯК ЕЛЕМЕНТ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Інфографіка — це графічне візуальне подання інформації, даних або знань, призначених для швидкого та чіткого відображення комплексної інформації.

Інфографіку використовують, коли необхідно продемонструвати устрій чи алгоритм роботи чогось, співвідношення предметів і фактів у часі і просторі, показати тенденцію, реконструювати подію, організувати великі масиви однорідної інформації; дослідники в сфері теорії журналістики і дизайну пишуть про інфографіку лише опосередковано, розмірковуючи про неї як про різновид ілюстрації.

Однак зазначається, що ілюстрації відіграють важливу роль в комунікаційному процесі. Саме на них в першу чергу затримується погляд читача. Сучасна людина прагне отримати інформацію, перш за все, у візуальній формі.

Інфографіка як спосіб подання інформації має низку переваг.

По-перше, інфографіка являє собою візуалізоване через графічні об'єкти повідомлення. З урахуванням того, що сучасні читачі в переважній більшості візуали, вони краще засвоюють інформацію, перетворену на візуальні образи, комунікація відправника повідомлення (в нашому випадку ЗМІ) до отримувача (читача) стає більш успішною.

По-друге, інфографіка за своєю сутністю – корисне інформаційне навантаження, яке максимально виключає інформаційний шум. Врешті, будь-яка інфографіка дає концептуалізацію теми, оскільки вибір того чи іншого образу, що візуалізує повідомлення, передбачає точний відбір графічних рішень.

Будь-яке зображення – від таблиць до графіки – являє собою інтерпретацію ідей чи даних. З одного боку, при створенні інфографіки необхідне вміння подавати факти у такий спосіб, щоб читач сам їх інтерпретував, робив висновки самостійно. З іншого боку, сукупність зусиль редактора і дизайнера має бути спрямована на актуалізацію сутності інформації, яка міститься в інфографіці, за допомогою різноманітних акцентів, щоб ініціювати цю інтерпретаційну діяльність, підштовхнути читача до певних висновків.

Отже, ми можемо сказати іншими словами, що інфографіка – це читання не для не читачів, які надто зайняті, щоб читати велику кількість тексту, але все ще бажають бути добре поінформованими, і найкращим варіантом у такому випадку може стати максимально можлива візуалізація інформації

Література:

1. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інфографіка>
2. <http://www.turkaramamotoru.com/uk/-62309.html>

Kulagina Nastia, a 3rd year student of Design faculty

Scientific adviser: Kuznetsova V. M.

SUBJECT OF DESIGN

It has been said that “if you want to see the sole of culture, look at what it builds”. I would suggest that if you want to understand what a living culture stands for, look at what it designs, produces, uses and values, look at its designed images, objects and places.

Throughout time objects and places were conceived, designed and fabricated by artists and designers living within their respective cultures. Throughout time humans designed in order to survive and advance their individual and collective understanding and capabilities.

Designing is something that all people do. We decide our own fashion style, we plan our daily schedules and we arrange the furniture of our rooms, among many other tasks that require processes similar to design. However, design activities are more visible in creative professions such as art, architecture, engineering, graphic design, and product design. The ability to design varies between people, some people have a better design ability than others.

Design is a most “complex and intellectual human activity” which still needs further explanation and understanding. Design is thus often quoted as ill structured because it is difficult to describe the process satisfactorily and it is an equally

challenging task to describe the relationships between models concerned with its various aspects. Design encompasses a wide range of disciplines including industrial design, engineering design, architecture, graphic design, fashion design, furniture design etc. All these professions define design differently and have their own unique views on design. However, many of these professions view design as communication process.

Design can be thought of as one of the earliest human activities. The early civilisation started sketching animals and various other forms of images with stones on the wall of their caves. The Egyptians made extensive use of coloured 2D images to record various religious information and events. The wall formed a house. A house formed a street. A street formed a community. A community formed a culture. In deed simplistic, however, the concept is clear that our designs do influence our individual and collective lives and culture. Design helps form the sole and substance of our living cultures.

Amongst those early people and throughout time, individuals have developed the need to invent and design which has become for many of us more than a job, it has become a way of life.

Depending on the business context and the stage of career, designers can find themselves with a number of different job titles. Within many publications, institutions, or agencies, a junior designer will typically rise to a senior designer, then art director, and then creative director. Depending on the industry served or the medium, the junior designer may be called a graphic designer, UI/UX designer, visual designer, motion designer, digital designer, web designer, animator, production artist, or graphic artist.

In summary, design seeks to create things with the purpose of satisfying certain requirements in new ways that improves the quality of lives. In product design, a variety of requirements must be considered ranging from functionality and usability to pleasure. However, design is more than just translating a set of requirements into a product. Also, and more importantly, it involves finding new requirements.

Thus, design involves finding problems and solutions simultaneously, and this is important. In addition to satisfying practical concerns, designers continue to create useful and beautiful images, objects and places. We do this work because it helps us to form our own individual world views. Also, we make our values and world visible to others.

Кускова Ю.В., 1 курс, спец. «МД», ХГАДИ

Руководитель: ст. преподаватель Онищенко Т.И.

РАБОТА С АРХИВАТОРОМ WINRAR

Название программы образовано от слов WIN (Windows) и RAR (Roshal ARchive). Автором программы является Евгений Рошал (Roshal). С помощью этой программы можно создавать сжатые архивы и уменьшать объём данных, хранящихся на системных носителях. В программе предусмотрена комплексная поддержка форматов – архивов rar и zip. WinRAR обладает интуитивным интерфейсом, что делает работу в нем очень простой.

Поддерживает все популярные форматы архивов (RAR, ZIP, CAB, ARJ, LZH, ACE, TAR, GZip, UUE, ISO, BZIP2, Z и 7-Zip). Подходит для сжатия мультимедийных файлов. Программа автоматически распознаёт формат файла и выбирает оптимальный метод упаковки. Позволяет разделять архивы на отдельные тома для их записи на съёмные носители. 128-битная криптографическая защита и электронные подписи архивов.

Режим Мастера(Wizard) WinRAR предназначен для начинающих пользователей, чтобы максимально облегчить им выполнение основных операций.

WinRAR позволяет эффективно архивировать даже те типы данных, которые уже являются сжатыми. WinRAR содержит специальный улучшенный алгоритм сжатия файлов мультимедиа, исполняемых программ и объектных библиотек, обеспечивает полное управление файлами в архивах, восстановление повреждённых архивов, шифрование, создание самораспаковывающихся и многотомных архивов и многое другое.

Программа позволяет создавать архивы RAR огромных размеров, содержащие большое количество файлов, поддерживает форматы RAR и ZIP, может выполнять все основные операции с форматами: 7Z, ACE, ARJ, BZ2, CAB, GZ, JAR, LZH, TAR, UUE, Z и ISO (CD-имиджи), а также умеет создавать самораспаковывающиеся архивы типа SFX. Архиватор автоматически распознаёт формат данных и выбирает лучший метод сжатия.

RAR является форматом файлов, создаваемых архиватором WinRAR. Подобно другим архиваторам RAR-файлы представляют собой контейнеры данных, которые содержат один или несколько файлов в сжатом виде.

При работе с архивами в WinRAR вы можете: архивировать с последующим удалением архивированных файлов; создавать самораспаковывающийся архив; выбрать RAR или ZIP типы архивов; сохранить путь, по которому будет в дальнейшем распаковываться архив; создать архив не более 8Гб; создать непрерывный архив; добавить электронную подпись; заблокировать архив; создать архив разбитый на части - к примеру, каждая часть размером с дискету; ввести пароль для архива; исправить ваш архив; оперативно просматривать содержимое архивов; добавить файлы в уже существующий архив;

Среди полезных особенностей следует отметить возможность создавать самораспаковывающиеся архивы. Если не установлен архиватор, информация из архива все равно будет извлечена. Нельзя создавать архивы объемом более 8,589,934,591Гб – это стандартное ограничение. В WinRAR есть особое достоинство – возможность добавления информации в уже существующий архив. Эта функция - Добавить файлы в архив (Drag and Drop).

Кроме WinRAR, в дистрибутив продукта также входит файл Rar.exe. Это также 32-разрядная версия RAR для Windows, но она поддерживает только интерфейс командной строки и работает в текстовом (консольном) режиме. Консольную версию RAR удобно использовать для вызова из командных файлов (BAT и CMD), для запуска из DOS и т.п. Она поддерживает больше команд и ключей в командной строке, чем WinRAR, но не способна обрабатывать другие форматы архивов, отличные от RAR. Все особенности управления командной строкой WinRAR верны и для консольной версии RAR.

Интернет – источники:

1. <http://www.win-rar.ru/product/winrar/>
2. <http://www.rarlab.com>
3. <http://tfile.me/forum/viewtopic.php?t=65715>

Левитина Д.А., 4 курс, спец. «Графический дизайн» ХГАДИ
Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ЯПОНСКИЙ ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Японский графический дизайн сочетает в себе традиционные мотивы восточной культуры и предельно авангардные образы, что в итоге рождает самобытные и привлекательные для широкой публики произведения. На культуру и менталитет японцев большое влияние оказало изолированное территориальное положение страны, географические и климатические особенности, а также особые природные явления, что выразилось в своеобразном отношении японцев к природе как к живому созданию [4].

Графический дизайн Японии второй половины XX в. отличается от европейской школы дизайнера. В этом мире есть несколько имен дизайнеров со своим неповторимым стилем. Один из них — Юсаку Камекура, который сумел найти синтез между рациональным, логическим и функциональным дизайном, используя при этом системы, заложенные в Западном искусстве, и изящество классического традиционного японского дизайнера, несмотря на послевоенные западные влияния модернизма на дизайн в Японии. В 1960 г. он стал основателем Японского центра дизайнера (Japan Design Center), в 1962 г. — внештатным дизайнером. Именно он сделал самые запоминающиеся плакаты для Олимпийских игр и для Экспо-70.

Среди всемирно известных графических дизайнеров из Японии также вспоминают Икко Танака и Танадори Йоко. И. Танака — основоположник современного японского стиля в дизайне. В его работах причудливо сочетались образы средневековых японских гравюр, законы каллиграфии, насыщенные цветовые решения и мировые принципы классической типографики. Танака создавал театральные афиши, постеры, оформлял книги, выполнял заказы универмагов и модных домов. Его дизайнерская карьера началась в 1950-х годах и продолжалась почти 45 лет. Достижения Танаки в области дизайна отмечены престижными наградами, а некоторые работы выставлены в Нью-Йоркском Музее современного искусства [1].

Работы Икко Танаки рождены японской традицией, в то же время они органично вписываются в интернациональную культуру и производят впечатление, что созданы западным дизайнером, который просто использовал японскую стилистику, графику и цветовые сочетания [5]. Используя в плакатах асимметричную композицию, модульную сетку, специфическую компоновку огромных рубленых иероглифов и свободное пространство вокруг фигур, Танака достигает гармонии и целостности. В цветовых поисках работ Икко Танаки прослеживается влияние японской гравюры укиё-э. Традиционные темы укиё-э — это сцены театральной жизни, образы женщин, эротические сцены, военная тематика, ландшафты, цветы и птицы. Художественные особенности — изысканность и

разнообразие цветовых сочетаний, композиционная целостность. Изображения условны и декоративны, представлены в единой плоскости. Те же черты присутствуют в работах японских дизайнеров XX века [3].

И. Танака показал, что можно вдохновляться работами западных дизайнеров, использовать их приемы для достижения своих целей, оставаясь при этом истинно японским дизайнером. Его последователи, обретая смелость и пройдя путем мастера, сочетают в своих работах авторский почерк, прямое и частичное цитирование других работ и удивительную способность отражать веяние времени постоянно развивающегося графического дизайна. Без преувеличения можно сказать, что процесс взаимопроникновения обогащает культуры, вселяет новую жизнь в различные подходы к творчеству, помогает развитию и самоидентификации современных дизайнеров.

Таданори Йоко, в отличие от И. Танака, не придерживался традиционных для Японии стилей, а предпочитал работать в западном ключе. Йоко называют королем японского поп-арта, т.к. его лучшие произведения выполнены в технике постеров. По сей день он является одним из самых успешных и признанных на международном уровне графических дизайнеров и художников Японии. Иногда его жанр определяют, как современный экспрессионизм. Йоко создавал обложки для книг и журналов, трехмерные скульптуры, оформлял пластинки рок-музыкантам и, конечно же, создавал грандиозные серии постеров. Коммерческая направленность работ дизайнера не помешала ему завоевать мировую известность, и многие произведения Таданори Йоко входят в коллекции мировых музеев [2].

Японский графический дизайн сочетает в себе традиционные мотивы восточной культуры и предельно авангардные образы, что в итоге рождает самобытные и привлекательные для широкой публики произведения [5]. Лучшие представители японского графического дизайна второй половины XX века — Юсаку Камекура, Таданори Йоко, Икко Танаки — прославились на весь мир благодаря своему особенному подходу к дизайнерскому проектированию. Этих представителей японского дизайна объединяют их корни, традиционный взгляд на вещи с точки зрения японского искусства и использование каллиграфии, которая была и остается частью Японии.

Литература:

1. Глинтерник Э.М. Особенности творчества японского дизайнера Икко Танака: [Электронный ресурс] / Э.М. Глинтерник // Дни науки. — Режим доступа: http://dninauki.ucoz.ru/publ/katalog_statey/osobennosti_tvorchestva_japonskogo_dizajnera_ikko_tanaka_1930_2002_gg/1-1-0-79
2. Григорян М. Графическая икебана, или дизайн по-японски: [Электронный ресурс] / М. Григорян // КомпьюАрт. — Режим доступа: <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=9070&iid=379>
3. Нойер Р., Либертсон Г., Суругу Ё. Японские гравюры: Образы изменчивого мира / Р. Нойер, Г. Либертсон, Ё. Суругу; пер. с итал. — М.: АСТ: Астель, 2004. — 360 с.
4. Сэнсом Дж. Япония. Краткая история культуры / Дж.Б. Сэнсом. — М.: Пилигрим, 2002. — 576 с.
5. Шалом А. Японские эстетические принципы: [Электронный ресурс] / А. Шалом. — Режим доступа: <http://jeansun.livejournal.com/17279.html>

Левчикова А., 3 курс, спец. «ДІ», ХДАДМ
Науковий керівник: доцент Щербина Е.Б.

УКРАЇНСЬКІ ЗВИЧАЇ ТА ТРАДИЦІЇ

«Звичай» та «звичка» в українській мові спільнокореневі. Це – складова нашого повсякдення, яку ми вбираємо з молоком матері, зі співом коханої бабусі або з легендами, котрими так багата наша земля. І ми завжди раді поділитися з гостями країни веселими українськими звичаями, запросити їх до народних святкувань на Масляну чи то на Купалу, подарувати неймовірно красиві весільні пісні, оберег чи вишитий рушник, піднести чарочку з короваєм або пригостити смачною обрядовою їжею – млиницями, кутею, пасками.

Наші гості відразу помічають головну закономірність: традиції в Україні тісно пов'язані з побутовим, календарним та релігійним життям. І це цілком природно. Адже безліч українських традицій і подій, як і у багатьох народів, були пов'язані із сільськогосподарським календарем. Обжинкові пісні, зимові колядки чи то радісні веснянки здавна супроводжували сезонні роботи. Неможливо було уявити тяжку працю без господарських магічних ритуалів, а відпочинок без маскування, розваг чи-то ритуальних поздоровлень і обходів. Природна гостинність і життєрадісність передавалися з поколінь в покоління саме через ці повсякденні українські звичаї.

Сім'я для українців дуже важлива. І, звичайно, що її народження та існування супроводжується багатьма українськими ритуалами та обрядами, українськими звичаями і традиціями. Обряди охоплюють все життя людини від народження до смерті (пологи, запросини баби-повитухи, відвідини новонародженого та породіллі, хрестини, дівування, заручини, весілля, поховання); всі сфери людської діяльності та сільського господарства (заклик весни, веснянки, перша борозна, зажинки, жнива, обжинки, Спас).

Сімейне життя традиційно супроводжувалось різноманітними обрядами та ритуалами, які в образно-символічній формі визначали певні етапи життя та розвитку, а весілля являло собою справжню народну драму, до якої включалися ігрові дії, танці, співи, музика. Народження дитини завжди було визначною подією в житті родини, адже за народним уявленням «хата з дітьми — базар, а без них цвинтар». Вагітну жінку не можна було сварити та ображати. Їй слід було якомога довше приховувати вагітність, щоб ніхто не знав і не наврочив, щоб не тяжко було родити. Аби дитина була здоровою, до першої купелі лили свячену воду. Дівчаткам додавали меду, молока та квітів, щоб були гарними, а хлопчикам — дев'ясилу, щоб росли здоровими та дужими.

Новонароджену, а особливо хвору чи кволу дитину, треба було якнайшвидше охрестити. У церковному обряді хрещення на перший план виступають хрещені батьки, ролі яких надавали особливого значення. Вони шанувалися як близькі родичі і були для хрещеника другими батьками, бо мали за обов'язок опікуватися дитиною, брати участь у її вихованні, допомагати у скрутну хвилину. Хресні мали бути хрещеними та перебувати у церковному шлюбі. Після хрещення до хати сходились родичі та сусіди. Не можна було приходити з порожніми руками.

Говорячи про сімейні звичаї українців, слід згадати про приймацтво, яке було традиційним явищем сімейних відносин та полягало у переході чоловіка до батьків дружини, якщо в цьому була необхідність. За приймаків також вважались посиновлені сироти.

Досить довго на Україні побутував звичай побратимства (посе-стринства) — духовного споріднення та взаємодопомоги. Цей звичай сягає корінням чи не скіфських часів. Зазвичай браталися у присутності односельців. Побратимами найчастіше були люди одинокі. Цей обряд забезпечував допомогу в скрутну годину і прирівнював побратимів до кровних родичів.

Треба значити молодіжне і навіть бешкетне, поетичне й дуже старе свято Івана Купала (в ніч на 7 липня), як у багатьох слов'ян, колись було пов'язано із Днем сонцестояння. Ви на власні очі і тепер можете побачити, як дівчата водять таночки і пускають у воду віночки, а хлопці стрибають через вогнище та шукають квітухий папоротник. Ще одна давня українська традиція, пов'язана із поворотом сонця – 7 січня (зараз – Різдво Христове). Колись у ці зимові часи прийнято було ворожити на майбутнє, і тому зараз різдвяні українські звичаї – це гадання та заклик до природних сил. Напередодні Старого нового Року (13 січня) діти та підлітки і досі щедрують та «маланкують» (на честь преподобної Меланії). Ще одна українська традиція – святити воду у Водохрещення і віра в її чудові цілющі властивості у ніч напередодні. З самісінького рання вбираємось удома в Чистий четвер (напередодні Пасхи). Обов'язково фарбуємо яйця і випікаємо пасхальні калачі до Великодню. Вшановуємо померлих у поминальний день. Проводжасмо зиму та зустрічаймо весну на Масляну. Освячуємо поля і прикрашаємо дім квітами та травицею на Трійцю.

Наш народ має багату культуру, величезний скарб якої складається з цінностей, надбаних багатьма поколіннями. З прадавніх часів до нас ідуть життєва мудрість та настанови щодо способу життя. Вони закладені в українських звичаях, обрядах, фольклорі, адже в них — світовідчуття та світосприймання нашого народу. У них пояснюються та обґрунтовуються взаємини між людьми, цінність духовної культури окремої людини і народу взагалі. Багатющий скарб звичаїв нашого народу ми отримали в спадок і мусимо зберегти його та, нічого не втративши, передати нашим дітям, щоб не перервався зв'язок поколінь, щоб зберегти генетичну пам'ять нашого народу.

Леонець Я., 1 курс, спец. «СЖ», ХГАДИ

Керівник: викладач Наталуха І.М.

ГИГАНТИЗМ ЧЕЛОВЕКА – ЭТО НОРМАЛЬНО!

Гигантизм – патологическая высокорослость, обусловленная чрезмерной выработкой гормона роста (соматотропного гормона) передней долей гипофиза и проявляющаяся уже в детском возрасте. Наблюдается увеличение роста свыше 2 м, непропорциональность телосложения с преимущественным удлинением конечностей, при этом голова кажется очень маленькой. У больных наблюдается расстройство физического и психического состояния, половой функции. Гигантизм (или макросомия) развивается у детей с

незавершенными процессами окостенения скелета, чаще встречается у подростков мужского пола, определяется уже в возрасте 9-13 лет и прогрессирует на протяжении всего периода физиологического роста. При гигантизме скорость роста ребенка и его показатели намного превышают анатомо-физиологическую норму и к концу пубертатного периода достигают более 1,9 м у женщин и 2 м у мужчин при сохранении относительно пропорционального телосложения. Гигантизм встречается от 1 до 3 случаев на 1000 населения.

Причиной гигантизма являются двумя возрастными вариациями одних и тех же патологических процессов: гиперплазии и гиперфункции клеток гипофиза, продуцирующего соматотропный гормон (гормон роста). Повышенная секреция гормона роста может наблюдаться при поражениях гипофиза в результате опухолей железы (аденомы гипофиза), интоксикации, нейроинфекций (энцефалита, менингита, менингоэнцефалита), черепно-мозговых травм. При адекватной терапии гигантизма прогноз для жизни относительно благоприятный. Однако, многие пациенты не доживают до старости и погибают от осложнений заболевания. Большинство пациентов, страдающих гигантизмом, бесплодны, их трудоспособность резко снижена.

Люди гигантского роста известны и в нашу эпоху. Согласно книге рекордов Гиннеса, самый высокий человек XX века жил именно в США. Его звали Роберт Уэдлоу (1918 — 1940) и его рост достигал 272 см. Он родился в семье людей обычного роста, но уже в 5 лет вынужден был носить одежду 17-летнего подростка. Сейчас в штате Вашингтон живет самый высокий в мире подросток — Брендан Адамс (род. 1995), его рост составляет 224,8 см. Он родился в обычной американской семье, но уже в 12 месяцев вырос до размеров трехлетнего ребенка. В восемь лет Адамс достиг размеров взрослого человека, что привело в замешательство врачей. Позже они установили, что причины такого роста кроются в аномалиях в хромосомах мальчика. У Брендана наблюдались необычные «увеличенные» суставы. Как установили врачи, его дальнейший рост привел бы к смертельному исходу, поэтому с помощью специальных процедур и медикаментов им удалось в 2008 году остановить процесс роста Адамса. Среди множества физических недугов, которыми, страдает несчастный подросток, было еще одно аномальное отклонение. Медики смогли приостановить рост тела подростка, но не смогли справиться с его зубами. Не с их размерами, а с количеством зубов. За последние пару лет ему удалили 12 «лишних» зубов.

В 1911 году в пещере Лавлок (112 км от г. Рено, штат Невада) были найдены мумифицированные останки, заметно превышавшие обычный человеческий рост. Их отличительной чертой были сохранившиеся волосы медного цвета. Рост мумифицированных остатков колебался в пределах от 198 до 250 см. Ученые не успели исследовать мумии. Часть находок успели растащить местные рабочие, остальные были просто сожжены. Сохранились лишь некоторые образцы костей и черепов, которые попали в Музей государственного исторического общества Невады (г. Рено) и Музей графства Гумбольд (Невада). Один из сохранившихся черепов, имел высоту почти 30 см. Это один из редких примеров, когда остатки древнего гиганта можно увидеть в экспозиции музея. Через двадцать лет в феврале и июне 1931 года на озе-

ре Гумбольта (в том же районе около Лавлока) были обнаружены еще два гигантских скелета. Первый из них имел рост в 259 см и был завернут в ткань, в манере, схожей с древнеегипетскими погребальными практиками. Рост второго скелета достигал 3 метров. В 1833 году при земляных работах на ранчо Ломпок (штат Калифорния) солдаты обнаружили остатки скелета, принадлежавшего человеку ростом более 3,5 м. Рядом были найдены каменные топоры больших размеров и другие артефакты. Череп имел по два ряда зубов в верхней и нижней челюстях. В 1903 году при раскопках погребального маунда на ручье Фиш (штат Монтана) профессор С.Фарр и группа студентов из Принстонского университета обнаружили парное захоронение мужчины и женщины. Оба костяка имели рост около 270 см. В 1925 году несколько любителей древностей раскопали небольшой маунд в местечке Волкертон (штат Индиана) и обнаружили восемь человеческих скелетов, имевших рост от 240 до 270 см. Кроме того, это коллективное захоронение содержало остатки медного оружия и доспехов.

Наибольшее количество остатков великанов было обнаружено в США в XIX веке. К сожалению, подавляющее большинство находок было сделано не специалистами, а строительными рабочими, фермерами, шахтерами.

Однако общее количество известных находок костей древних гигантов только на территории США очень значительно. И возникает закономерный вопрос: почему никто из специалистов соответствующих отраслей не занимается исследованием темы древних гигантов? Ведь антропологического и археологического материала обнаружено предостаточно, остается его только заново «откопать» в музеях и частных коллекциях. Чем и кому мешают факты существования древней расы гигантов? Ведь исследование этой проблематики может стать подлинной сенсацией в антропологии и древней истории.

Линникова Е.Н., 4 курс, спец. «ГД», ХДАДМ

Руководитель: канд. искусствоведения, проф. Сбитнева Н.Ф.

ИНФОГРАФИКА

Трудно представить сегодня изложение информации без помощи инфографики. Она существовала во все времена. Ещё задолго до начала развития письменности графическое изображение использовалось как способ передачи опыта поколениям. Примеры инфографики мы находим в разных эпохах, однако, как один из самых влиятельных и модных видов визуальной культуры она начала развиваться в конце XX века, что стало одним из результатов информационной революции. Особенной популярностью пользуется инфографика в печатных изданиях, потому, что за последние 10 лет интерес общества к данной сфере возрос, растёт круг печатных изданий и бизнес компаний, которые активно используют инфографику. Впервые приёмы инфографики были использованы американским печатным изданием «USA TODAY».

Эдвард Тафти — выдающаяся личность в мире информационного дизайна — дал следующее определение термину «инфографика — это графический способ подачи информации, данных и знаний» [1, с. 11]. Более

полное определение дает В.В. Лаптев: «Инфографика — это область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» [2, с. 7]. По словам бельгийского учёного Поля Луи, инфографика может быть определена как «перевод чисел в форму рисунка, эскиза или поясняющего плана или иллюстрации» [2, с. 10]. Инфографика дает возможность сочетать большие объемы информации, чисел и визуальных образов. Это очень трудоемкая работа с текстом, шрифтом; сбор данных, их анализ и обработка; работа с графическими изображениями. Если же говорить об основных целях инфографики, то их несколько: совершенствование процесса восприятия информации, объяснение сложной информации в простых образах, а также передача данных в компактном и интересном сообщении, которое выглядит привлекательнее по сравнению с обычным текстом. С развитием информационных технологий человечество получает всё больше возможностей быстро собирать и представлять информацию. Это серьезно влияет на развитие инфодизайна, — он становится динамичным и интерактивным. При помощи качественного инфодизайна появляется возможность осветить то или иное событие в яркой и доступной форме, что не может не способствовать привлечению новой аудитории подписчиков и читателей. Всё больше областей, оперирующих различной информацией, активно используют инфографику, начиная от индексов на бирже и до политических или военных событий в мире. Наверное, в современном пространстве не существует такого издания, которое бы не использовало инфографику, начиная от разных типов карт до диаграмм.

Мы представляем информацию для того, чтобы общаться, рассуждать о прочитанном или увиденном и сохранить эти знания. Попытка донести информацию визуально почти всегда осуществляется на бумаге или экране компьютера. Пытаясь спастись от плоскостного формата, мы обогащаем информацию в соответствии с основными принципами [1, с. 18]. Хорошая инфографика интересно презентует информацию, расставляя некоторую плановость, при которой необходимо выстроить на первый план самые важные данные, таким образом, что это становится понятнее, чем одна или две строки текста. Такая информация более доступна и интересна пользователю.

Инфографика — не пограничный вид подачи материала, а исключительно клиповый. Она состоит из элементов, каждый из которых необычайно информационно ёмок. Это достигается благодаря вовлечённости адресата в активный процесс создания материала: он вынужден сознательно выбирать одну из нескольких связей между фрагментами, при этом многократно ассоциируя и дополняя своими воспоминаниями, опытом и знаниями эти фрагменты. Адресат вовлечён в игру, в которой нет однозначного плана действий, зато выбор должен делаться сознательно, в игру, в которой он не только созерцает и потребляет материал, но и добавляет значительную его часть от себя [3, с. 25]. Среди принципов создания инфографики важнейшими являются следующие: первый принцип указывает на необходимость строгого определения объекта, для которого предназначено сообщение. Второй принцип говорит о контексте использования и является обязательным.

Сегодня каждый человек ежедневно сталкивается с огромным потоком

інформації. Потому роль інфографіки в житті кожного граєть огромну роль, вєдь она допомагає фільтрувати ці потоки інформації, упорядочувати єє, учить вибирати для себе головне, рукоувдствуясь раціональним либо случайним вибором. Без грамотної інфографіки практичєски невозможнo дохoдчиво передати сообщєнє или определєнну точку зрєнєя на інформацію, которую она призвана донєсти. Для начинающєго специалиста очень важна способность не только создать качественный иллюстративный проект, но и уметь придать ему информативность, вєдь інфографіка — єто вид визуальной коммунікації, который в первую очередь акцентіруєт внимание на самом главном, максимально запомінаєтєся и способствуєт быстрому усвоєнью інформації.

Литєратура:

1. Tufte E. Envisioning Information / E. Tufte // Graphics Press. – 1990. – P. 122.
2. Лаптев В.В. Изобразительная статистика. Введение в инфографику / Владимир Лаптев. – СПб.: Эйдос, 2012. – 180 с.
3. Tufte E. Visual Explanations / E. Tufte // Graphics Press. – 1997. – P. 150.

Лінок А., 6 курс, спец. «Мистецтвознавство», ХДАДМ

Науковий керівник: Соколюк Л.Д., доктор мистецтвознавства, профєсор

ДО ПИТАННЯ ПРО ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КНИЖКОВО-ЖУРНАЛЬНОЇ ГРАФІКИ В. ЄРМІЛОВА (ПЕРША ТРЕТИНА ХХ СТОЛІТТЯ)

Серед багатогранної художньої діяльності В. Єрмілова графічне мистецтво займає особливе місце. На оригінальність і значущість графічної творчості майстра вказували багато дослідників (В. Поліщук, В. Сєдляр, Б. Лобановський, Д. Горбачов, О. Лагутєнко, З. Фогель, О. Парніс). Найбільш повно на сьогодні творчість В. Єрмілова дослідила Т. Павлова в своїй монографії «Василь Єрмілов жде весну» [4]. Щодо графічного мистецтва майстра всі вищєназвані автори розглядали його в контексті авангардного руху першої третини ХХ століття. В. Даниленко спеціально наголошував на тому, що В. Єрмілов надихався творчими знахідками В. Тагліна, О. Родченка, Л. Лицицького, відштовхуючись від них у власних пошуках, включаючи і книжково-журнальну графіку [2]. О. Парніс, як укладач наукового видання про майстра зробив зауваження у передмові цього видання: «В течение многих лет с 1920 по 1936 год работал как художник книги и оформил более сотни печатных изданий,... но до сих пор не составлен их полный список, и эта тема мало исследована» [1, с. 11]. Втім ця думка не знайшла подальшого розвитку, а книжково-журнальна графіка В. Єрмілова ще не стала предметом спеціального дослідження.

1910-1921 рр. можна позначити як перший період книжково-журнального мистецтва В. Єрмілова, що пов'язаний з першими спробами оформлення книг. Обізнаний в тонкощах літературних текстів ще з часів перебування на навчанні в Москві і захоплення футуристичною поезією, В. Єрмілов шукав в безмірі друкованої продукції тексти, які приваблювали би новаторським мисленням. Мова йде про поезії футуристів В. Хлебнікова та О. Гуро [5]. На цей період припадає створення В. Єрміловим саморобних поетичних збірників.

ків молоді харківської поетеси Катерини Неймаєр [1]. До нашого часу дійшли рукотвірні книжки В. Єрмілова, зроблені у вигляді аплікацій на картоні і одна книжка видана літографським способом виразом у 50 примірників. 1920 рік — то час, коли поліграфічна справа в країні знаходилась в занепаді. Надрукувати книжки в кольорі з усіма елементами книжкового оформлення було неможливо. До форми рукотвірних книжок звертаються й інші тогочасні видатні мистці — Д. Бурлюк, М. Жук.

Крім цих саморобних книжок, В. Єрмілов випробував себе і в журнальній графіці, створюючи обкладинки часописів «Колосся» (1918) та «Временник» (1920-1921). Його шрифтові назви привертають увагу цікавим композиційним вирішенням, використанням елементів національного мистецтва, як, наприклад, мотиви плахти, шароварів, вінка, а також характерних кольорів української вишиванки — червоного і чорного. В наступній роботі — ескізі обкладинки нотного видання «Інтернаціонал» (1921) відчуваються зміни в художньому мисленні В. Єрмілова: форма набуває ознак чітко вираженої геометричності, в той час як назва залишає зв'язок з національно-графічною мовою, закладений Г. Нарбутом (поєднання латиниці й кирилиці).

Другий період в книжково-журнальній графіці В. Єрмілова припадає на 1920-ті роки. Це був час Ренесансу української культури, особливо літератури. Потреби просвітництва в межах сформованого радянського простору диктували необхідність друкувати різноманітну за видами поліграфічну продукцію. Книга в 1920-ті роки була домінуючим видом мистецтва, яким займався В. Єрмілов. Знайомство з поетом В. Поліщуком на довгі роки визначило предметне середовище книжкової графіки В. Єрмілова. У процес оформлення обкладинок до книг В. Поліщука художник В. Єрмілов вкладав конструктивістські ідеї, що поет виголошував в маніфестах письменників-футуристів. Творчий тандем «В. Поліщук — В. Єрмілов», про який пише О. Парніс, визначив особливості мистецтва, пов'язаного з поліграфічним виробництвом в Харкові [1]. В. Єрмілов оформлював обкладинки книжок «Радіо в житах» (1923), «Червоний потік» (1925), «Пульс епохи», «Металевий тембр» (обидві 1927), «Рейд у Скандинавію» (1931) і робив свої перші спроби у фотомонтажі на обкладинках романів «Зеніт людини» (1930) та «Повість металу і вугілля. Книжка про Донбас» (1931). В обкладинках цих видань В. Єрмілов досить успішно знаходив нові засоби виразності, відповідно до вимог нового часу звертався до принципів конструктивістського оформлення. Композиційні рішення поєднували геометризовані форми і яскраві кольорові плашки.

В Харкові видавалося чимало різноманітних журналів, в тому числі й авангардного спрямування. Саме такі приваблювали В. Єрмілова. Він оформлював обкладинки журналів «Нове мистецтво» (1927), «Молодик», «Бюлетень авангарду» (обидва 1928), «Авангард», «Мистецькі матеріали авангарду», «Радянський театр» (всі 1929), а також каталог «Музей українського мистецтва. Виставка української книжкової графіки», що відбулась у Харкові в 1929 році. В обкладинках всіх цих видань він використовував типографські засоби, максимально спрощував шрифти, використовував геометричні форми, досягаючи ритмічної виразності, динамізму зображення.

Улюбленими кольорами, що зв'язують його з національною традицією, як і в попередній період, залишаються — червоний і чорний.

Третій період книжково-журнального мистецтва В. Єрмілова охоплює 1931 — 1934 роки, коли відбулася спущена «з гори» реформа художньої освіти і так звані «ліві» художники були відсторонені від викладання. Розпочиналось переслідування представників авангардного мистецтва, відкидалися всі художні напрямки, окрім соціалістичного реалізму. За цей короткий, але плідний час В. Єрмілов встигнув зробити чимало обкладинок для книжок різного спрямування. Він оформлював обкладинки романів М. Паньківа «Суддя Рейтан», «Дні штурму» (обидва 1931), Гро Вакара «Поїзди підуть на Париж», О. Досвітнього «Квадратит», І. Сенченка «Гіганти пустелі», М. Трублаїні «До Арктики через тропіки», М. Шеремета «Ні п'яді, ні п'яді, ні п'яді» (всі 1932), романи О. Мар'ямова «Береги дванадцяти вод», «Аеродроми і порти» (обидва 1933), О. Демчука «Чорнозем» (1933) та роман американського письменника Джона Дос Пассоса «Три солдати» (1934). Не можна не зауважити, що у всіх роботах В. Єрмілова цього періоду творчості в книжково-журнальному мистецтві відчувається вплив експериментальних знахідок О. Родченка. Надихаючись досягненнями російського конструктивізму, він створював свої композиційні рішення [2]. У вищезгаданих виданнях В. Єрмілов використовував фотомонтаж. Усі обкладинки відповідають темі творів. Країна ще не встигла оговтатися від потрясінь революції, як опинилася на грані нової війни з Німеччиною. Так на обкладинках з'являються чоловіки у формі, зі зброєю в руках. Композиційні рішення підпорядковані прямокутним ритмам. Кольорова гама для В. Єрмілова залишається стабільною — червоний і чорний, іноді — жовтий, коричневий.

Підводячи підсумки нашої розвідки, можна зробити наступні висновки: творчість В. Єрмілова зростала на місцевому ґрунті розвитку українського мистецтва. Так, в перший період в книжково-журнальній графіці В. Єрмілов захоплювався народними мотивами і надихався творчістю Г. Нарбута. В другому періоді відбулися зміни в художньому мисленні майстра. Він звернувся до принципів конструктивістського оформлення. Цей період дозволив йому реалізувати ряд оригінальних проєктів, які стали зразками конструктивістського мистецтва. Третій період в книжково-журнальній графіці В. Єрмілова стає останнім, зумовленим державною політикою боротьби з «формалізмом». Він надихався експериментальними знахідками російських конструктивістів, створював нові композиційні рішення, використовуючи фотомонтаж. Цей період завершився 1934 роком, коли відбулася реформа художньої освіти, що стала на заваді подальшої творчої і педагогічної діяльності майстра, як представника авангардного мистецтва в Україні.

Література:

1. Василий Дмитриевич Ермилов 1894–1968: Материалы к творческой биографии художника: статьи, письма, дневники, воспоминания, каталог произведений / сост. А. Парнис. – М.: Галерея «Проун», 2012. – 536 с.: ил.
2. Даниленко, В. До питання про дослідження творчої спадщини В. Єрмілова [Текст] / Віктор Даниленко // Наук.-методична конференція – Х.: Харківський художньо-промисловий інститут, 1986. – С. 64-66.

3. Лагутенко, О.А. Українська графіка першої третини ХХ століття [Текст] / О.А. Лагутенко. – К.: Граніт, 2006. – 240 с.
4. Павлова, Т. Василь Ермілов жеде весну [Текст] / Тетяна Павлова. // К.: Родовід, 2012. – 108 с.
5. Фогель, З. Василий Ермилов [Текст] / З.Л. Фогель. – М.: Советский художник, 1975. – 134 с.: ил.

Литвинова А.Д., 2 курс, спец. «МД»

Керівник: доцент каф. физвоспитания Коломієц Н.А.

РАЗВИТИЕ ЛОВКОСТИ С ПОМОЩЬЮ БАЛАНС БОРДА СТУДЕНТОВ ТВОРЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Ловкость – это способность человека к осуществлению сложных координированных движений. При развитии ловкости необходимо обучиться различным двигательным навыкам и их компонентам.

Есть несколько видов ловкости:

- **Общая ловкость** – это способность целесообразно выполнять любые новые двигательные задачи;
- **Специальная ловкость** – это способность координировать свои действия, используя технический арсенал движений. Существует две разновидности специальной ловкости:

1. *Акробатическая ловкость* – проявляющаяся в защите, во время игры, в бросках;

2. *Прыжковая ловкость* – навыки контроля своего тела где не имеется никакой опоры.

Для того чтобы развить ловкость есть множество различных упражнений и видов спорта. Например, спортивные игры, бег с препятствиями, жонглирование мячиками, прыжки с ноги на ногу, упражнения на равновесие.

Выполняя упражнение на равновесие используется тренажёр баланс борд. Цель данного занятия – сохранять чувство равновесия, научиться как можно быстрее запоминать новые движения, воспроизводить их с максимальной скоростью и точностью.

Что такое баланс борд?

Баланс борд – это тренажёр равновесия для тех, кто увлекается сёрфингом, сноубордом, скейтбордом, вейкбордом, кайтингом, скимбордом, маунтинбордом, лыжным спортом и различными подобными видами спорта. Баланс борд это оригинальный, удобный и полезный тренажёр который развивает координацию движения и чувство равновесия. Баланс борд тренирует не только координацию тела, а также группы мышц голени, стопы, бедер что очень хорошо сказывается на физической форме. Для студентов творческих специальностей данный тренажёр полезен в качестве расширения кругозора и эстетического удовольствия. Тренажёр также может служить в качестве развлекающего тренажёра, который является по своей сути не только полезным для физического здоровья, но и весёлым и увлекательным для духовного мира. Студенты творческих кругов познают что-то новое и пытаются выразить свои эмоции через своё творчество. Ну а также, творческие люди

часто сталкиваются с тем что ведут сидячий образ жизни как того требует их профессия, и очень часто эта работа сказывается на их здоровье. Используя этот тренажёр человек будет не только восстанавливать своё здоровье, но и тренировать свой вестибулярный аппарат.

Существует много упражнений на баланс борде такие как:

- *Отжимания на баланс борде.* Упражнение выполняется медленно и аккуратно опираясь руками о баланс борд. В течении нескольких отжиманий нужно постараться аккуратно и медленно сдвигать доску в сторону, медленно нарушая равновесие.
- *Приседания.* В обычных условиях данное упражнение не имеет никаких сложностей на его выполнение, но с использованием данного тренажёра всё выглядит немного иначе. Нагрузка на мышцы голени и бедра увеличивается в многократно раз. Приседание на не закреплённой доске на цилиндре позволяет эффективно отрабатывать координацию движения. Перед тем как нужно выполнять данное упражнение, для начала нужно строго занять правильную позицию. Ноги должны быть широко расставлены.
- *Выполнение дополнительных упражнений на доске.* В этом упражнении идёт нагрузка не только на мышцы ног, но и на все остальные мышцы в целом. Например, во время упражнения на баланс доске с перевешиванием можно выполнять ещё одно упражнение такое как жонглирование, или отбивать надувной мяч в верх. В этом случае удержать равновесие гораздо сложнее.
- *Упражнение с гантелями.* В этом упражнении необходима подстраховка. В данном случае целесообразно нужно иметь опыт тренировок с гантелями. В этом случае нужно просто научиться стоять на баланс борде. Сочетание нагрузки, которую будут давать гантели, с одновременной нагрузкой, получаемой при сохранении равновесия на баланс-борде, удваивает эффективность обоих упражнений.

Существуют также упрощённые баланс борды немного меньше обыкновенного. Обыкновенный выглядит примерно так: 90(80) см в длину, доска которая расположена на цилиндре. Упрощённый выглядит гораздо проще. Он круглой формы. Диаметр его составляет 30 см. На данную доску колебания тоже существуют свои упражнения:

- *Боковая планка на баланс борде.* Упражнение выполняется сидя на боку опираясь предплечьем(локтём) на баланс борде. Предплечье находится на уровне плеча. Ноги согнуты в колени. Верхняя рука находится на бедре. Бёдра поднимаются вверх, и так нужно простоять где-то 10-20 секунд.
- *Повороты туловища на баланс борде.* Стоя на баланс борде руки вытягиваются вперёд. С выдохом руки передвигаем в стороны. Бёдра не двигаются. Руки возвращаем в исходное положение и так продолжать несколько раз.

История возникновения баланс борда.

Первый баланс борд был создан пилотом второй мировой войны Стенли Вошборном в декабре 1952 года. Постепенно улучшая конструкцию досок и применяя новые технологии, баланс борды получили толчок в развитии в 80-ых года и были поставлены на промышленное производство. В 1992 году баланс борды получили новое дыхание и стали называться Vew-Do. Это на-

правление очень хорошо развилось в Америке и теперь баланс борды важны в тренировках спортсменов любых видов спорта.

Сегодня же уже нельзя не заметить распространение баланс борда не только как тренажера, но и как атрибута отдельного движения. Молодёжное течение на месте не стоит и с каждым годом всегда что-то меняется. Ещё 5-7 лет назад самым необычным и экстравагантным считались скейтборды паркуры и тому подобное, а сегодня же можно увидеть новый тренажёр, на котором уже выполняются различные трюки и упражнения.

Заключение. В.И. Филиппович отмечает, что «ловкость — это не навык и не совокупность каких — либо навыков, ловкость — это качество или способность, которая определяет отношение нашей нервной системы к навыкам. От степени двигательной ловкости зависит, насколько быстро и успешно сможет скородиться у человека тот или иной двигательный навык и насколько высокого совершенствования он сумеет достигнуть».

Литвинова С.В., 2 курс, спец. «ПД», ХДАДМ

Наук.керівник: доцент каф. физвоспитания Коломієць Н.А.

ЗАСТОСУВАННЯ КООРДИНАЦІЙНИХ СХОДІВ НА ЗАНЯТТЯХ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ ТВОРЧИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Постановка проблеми. Проблема, порушена в даній статті, полягає в розгляді аспектів застосування «координаційних сходів» і їх практичної значущості для майбутніх дизайнерів, на заняттях фізичною культурою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники, що займаються подібною тематикою, пропонують свої власні, суб'єктивні тлумачення практичного застосування «координаційних сходів» на заняттях фізичною культурою.

Мета роботи. Розглянути практичне застосування «координаційних сходів» на заняттях фізичної культури у ВНЗ

Результати досліджень. Багатогадинне сидіння за комп'ютером, механізація основних побутових функцій і відхід молоді від активних видів відпочинку повільно, але вірно відображаються на здоров'я підростаючого покоління. І часом досить важко переконати молодих людей вийти із соціальних мереж на спортивні майданчики. У зв'язку з цим, актуальність занять фізичною культурою у вищих навчальних закладів виходить на перший план. Будучи складовою частиною загальної культури і професійної підготовки студентів протягом періоду навчання, фізична культура входить обов'язковим розділом в гуманітарний компонент освіти, значущість якого проявляється через гармонізацію духовних і фізичних сил, формування таких загальнолюдських цінностей, як здоров'я, фізичне і психічне благополуччя, фізичну досконалість.

Метою фізичного виховання студентів є формування фізичної культури особистості, сприяння підготовці гармонійно розвинених, висококваліфікованих фахівців

Завдання фізичного виховання. У процесі фізичного виховання студентів вирішуються такі основні завдання [1]:

- Розуміння ролі фізичної культури в розвитку особистості і підготовки її до професійної діяльності;
- Знання науково-практичних основ фізичної культури і здорового способу життя;
- Формування мотиваційно-ціннісного ставлення до фізичної культури, установки на здоровий стиль життя, фізичне самовдосконалення і самовиховання, потреби в регулярних заняттях фізичними вправами і спортом;
- Оволодіння системою практичних умінь і навичок, що забезпечують збереження і зміцнення здоров'я, психічне благополуччя, розвиток і вдосконалення психофізичних здібностей, якостей і властивостей особистості, самовизначення у фізичній культурі;
- Забезпечення загальної і професійно-прикладної фізичної підготовленості, визначальною психофізичну готовність студента до майбутньої професії;
- Набуття досвіду творчого використання фізкультурно-спортивної діяльності для досягнення життєвих і професійних цілей.

Сучасна мета і завдання навчальної дисципліни «Фізичне виховання» у вищих навчальних закладах визначаються наступними напрямками: підтримка соціально обґрунтованого рівня фізичної підготовленості студентів, протидія негативним факторам, що впливає на здоров'я і навчання, засобами фізичного виховання, вміння самостійно використовувати засоби фізичної культури в роботі та відпочинку, формування загальної та професійної культури, здорового способу життя. Доведено, що успіхів досягає і молодь, яка вміє оптимально поєднувати високий рівень фізичної підготовленості і теоретичних знань в галузі фізичного виховання.

Актуальність дослідження: майбутньому дизайнеру необхідно освоювати техніку рухів, швидко і точно використовувати рухові навички та вміння в раптово мінливій обстановці, раціонально перебудовувати свої дії, мати гарну витривалість. Саме тому необхідно розвивати швидкісні і координаційні здібності у студентів, шукати нові засоби, що підвищують інтерес до уроків фізичної культури. Одним із шляхів вирішення даної проблеми є використання координаційних (швидкісних) сходів у фізичному вихованні в ВУЗі, що підсилює позитивний ефект від занять, у студентів підвищується інтерес до занять на парах фізичної культури. При систематичних заняттях поліпшується зір, підвищується здатність нервово-м'язового апарату до швидкої напруги і розслабленню м'язів; виконання бігових і стрибкових вправ сприяє зміцненню м'язово-зв'язкового апарату нижніх кінцівок; поліпшується обмін речовин, робота органів кровообігу і дихання. Виходячи з цього, можна виділити протиріччя між необхідністю розвитку швидкісних і координаційних здібностей студентів і неефективністю традиційних засобів. З протиріччя випливає проблема, які засоби розвитку швидкісних і координаційних здібностей є найбільш ефективними.

Характеристика координаційних сходів. Що ж все-таки є заняття на координаційних сходах? Координаційні сходи — це один з найпоширеніших і ефективних тренажерів для тренувань у багатьох видах спорту. Їх використовують як для індивідуальних, так і для групових занять. Сходи складаються з міцних нейлонових стрічок і 7, 11-ти гнучких (4 або 8 метрів) пла-

стикових поперечин. Ширина сходів — 50 см, відстань між планками — 40 см.[4]. Координаційні сходи є нічим іншим як тренажером, призначеним для розвитку швидкісних навичок при виконанні рухів на коротких дистанціях, а також для розвитку маневреності, сили, витривалості, координації (контроль балансу тіла) рухів і для синхронізації рухових навичок. Працюючи на координаційній сході, контролюється баланс тіла. Чудово підходить для відпрацювання швидкісних навичок, що неодмінно є невід'ємною частиною тренувань в ігрових видах спорту та функціональному тренінгу. Тренування на координаційній сході є комплексною: поєднує в собі і розминку і безпосередньо тренування. При заняттях на координаційній сході — можна регулювати рівень навантаження, що дозволяє займатися на ній абсолютно всім бажаним. Ну і, мабуть, останній і важливий фактор — зручність. Цей тренажер, дуже компактний не займає велику площу. Простота і оперативність складання, а також його мобільність дозволяє займатися практично скрізь. Повторюючи одні і ті ж вправи, постійно збільшуючи темп, мозок і нервова система привчається до більш швидких рухів — саме так досягається стабільний прогрес. Як і в багатьох вправах на техніку, тут більше важлива правильність виконання, а не швидкість виконання. Вправ на координаційній сході існує безліч. Частина з них є спеціалізованими, призначеними для конкретного виду спорту, частина є універсальними, але практично всі вони спрямовані на поліпшення координації та швидкості роботи ніг, техніки рухів і балансу.

Організація проведення вправ з координаційними сходами. Перш ніж приступити до виконання вправ з координаційними сходами слід провести невеликий інструктаж.

1. Обов'язково розминайтеся перед виконанням вправ
2. Студенті повинні дотримуватися дистанції.
3. Намагатися не потрапляти на планки сходи.
4. Спину завжди тримати прямо.
5. Правильна техніка важливіше швидкості, не поспішайте. Складений комплекс вправ на координаційних сходах: у ходьбі, бігу, стрибкові вправи, вправи в упорах, вправи з м'ячем.

Як і в багатьох вправах на техніку, тут більше важлива правильність виконання, а не швидкість виконання. Спочатку потрібно вчитися робити як треба, а потім вчитися робити як треба і в той же час — швидко. На тренуваннях не треба починати якісь «гонки на швидкість», де гравці намагаються швидше за всіх пройти сходи замість того, щоб робити потрібні елементи[4].

Висновок. Вправи з координаційними сходами позитивно впливають на розвиток швидкості і координації студентів. Координаційні сходи це відмінний тренажер, щоб підвищити швидкість і спритність пересування ніг, координацію руху, баланс, ритмічність, так необхідних для майбутніх дизайнерів у їхній професійній діяльності. Роль фізичного виховання та інших форм спрямованого використання фізичної культури у вузах багатогранна. Технічний прогрес, стрімкий розвиток науки і дедалі зростаючу кількість нової інформації, яку потребує сучасний фахівець, роблять навчальну працю студента все більш інтенсивною, напруженою. Відповідно зростає значення фізичної культури як засобу оптимізації режиму життя, ак-

тивного відпочинку, збереження і підвищення працездатності студентів протягом усього періоду навчання у вузі. Поряд з цими засобами фізичної культури забезпечується загальна і спеціальна фізична підготовка з урахуванням умов майбутньої професії.

Вирішуючи специфічні завдання, фізичне виховання студентства грає в той же час суттєву роль в моральному, волювому і естетичному розвитку, вносить значний вклад в підготовку широкоосвічених і всебічно розвинених фахівців.

Підвищення ролі спрямованого використання засобів фізичної культури в період навчання у вузі обумовлено, зокрема, тим, що робочий режим студента характеризується малорухомістю, одноманітністю робочої пози протягом 10-12 годин. Фізичні вправи в цих умовах — основний фактор протидії негативним наслідкам гіподинамії, а також розумової і нервово-емоційного навантаження. Витрати часу на заняття фізичними вправами при цьому компенсуються завдяки підвищенню загальної працездатності, в тому числі і розумової.

Література:

1. Бишаева, А.А. Физическая культура / А.А. Бишаева М.: Академия, 2011. 304с.
2. Матвеев Л.П. Теория и методика физической культуры: Учеб. для ин-тов физ.культ. — М.: ФиС, 1991.
3. Матвеев, Л. П. Теория и методика физического воспитания / Л.П. Матвеев. М.: Омега — Л, 2010. 160 с.
4. Спортивные игры: Техника, тактика обучения: Учебник для студ. высш. пед. учеб. заведений / Под ред. Ю.Д.Железняк, Ю. М. Портнова. — М., 2001 — 520
5. Степаненкова Э.Я. Теория и методика физического воспитания и развития ребенка. — М.: «Академия», 2001.
6. Теория и методика физической культуры: Учебник/Под ред. Ю.Ф. Курамшина. — М.: Сов.спорт, 2003.
7. Уткин В.Л. Биомеханика физических упражнений. — М.: ФиС, 1991.
8. Холодов Ж.К., Кузнецов В.С. Теория и методика физического воспитания и спорта. — М.: «Академия», 2003.

Логвіненко К.В., 3 курс, спец. «СЖ», ХДАДМ

Керівник: ст. викл. каф. українознавства Токар М.І.

ТЕХНІКА МОВЛЕННЯ

Техніка мовлення — невід’ємна частина мистецтва звучної мови, ораторського мистецтва. І коли йдеться про неї, зважають не тільки на «техніцизм», «віртуозність», а й на технічні павички, без яких ораторського мистецтва не існує. В понятті «техніка мовлення» відбиваються три відносно самостійні проблеми: володіння голосом, інтонування, управління аудиторією. .

Існує думка, що є три категорії ораторів: «Одних можна слухати, інших неможливо слухати, третіх не можна не слухати». В певній мірі це залежить від техніки мовлення, від нашого голосу, адже голос — це ми і наші думки. Доведено, що на стосунки з іншими ніщо так не впливає, як враження від вашого голосу, і ніщо не потребує такої постійної уваги, як голос.

Техніка мовлення у вузькому сенсі складається з трьох аспектів: дикції, дихання, голосу (практично вони неподільні). Дикція у перекладі означає

«вимова» (лат. *dicere* — вимовляти; *dictio* — вимова), а під бездоганною дикцією вважається правильна, чітка вимова кожного голосного і приголосного звуків окремо, а також слів і речень в цілому. Робота над диханням складається з того, щоб правильним способом знайти найбільш прийнятний, здоровий тип дихання, який сприяє подоланню технічних мовних вад, що трапляються у промовців.

Найскладнішою є робота над голосом, так звана постановка голосу, під якою розуміється найповніший і всебічний розвиток голосових даних, таких, як збільшення обсягу діапазону голосу, розвиток сили, звучності, гнучкості голосу. Будова мовного апарата, властивості голосу людини, мовне дихання, артикуляція звуків, дикція, логічна пауза і логічний наголос, інтонація, мовні ноти, гігієна голосу оратора, особливості виступу перед великими і малими аудиторіями — це основні поняття, що вивчаються у техніці мовлення.

Невід'ємну частину досконалої техніки мовлення складає ясність промови. Чіткі дикція, вимова можливі лише за наявності здорового мовного фізіологічного апарата і його нормального функціонування. Вадами структури мовного апарата можуть бути, наприклад, неправильне стуляння щелеп або дефект прикусу тощо. Ці хвиби призводять до неправильної вимови багатьох звуків, проте їх можна ліквідувати. Відсутність у оратора вад мовного апарата ще не вказує на те, що він підготовлений до ораторської діяльності. Навіть досвідченим ораторам слід невинно працювати над голосом, розвивати і тренувати його.

Є певні вимоги до голосу оратора, вони зводяться до конкретних основних голосових якостей. Цими якостями є: сила голосу — рівень гучності й волі звучання; діапазон — зміна висотного звучання від найнижчих до найвищих звуків, тонів; поняття «діапазон» включає в себе об'єм, сукупність всіх звуків різної висоти, доступних людському голосу. Яскравою є мова, коли оратор володіє широким діапазоном — у трьох регістрах; рухомість, гнучкість — швидка зміна за силою, тембром і темпом; польотність — здатність голосу заповнювати весь простір того приміщення, в якому він звучить, що дає можливість почути оратора в будь-якій точці приміщення; благозвучність — приємність.

Сила, об'ємність, звучність голосу залежить не тільки і не стільки від ступеня напруги м'язів гортані й голосових зв'язок, скільки від правильного, активного мовного дихання, від вміння користуватися резонаторами.

Література:

1. Гаспарова М., Борухович В. Ораторське мистецтво древньої Греції/ М.Гаспарова, В.Борухович. — М.: Художня література, 1985 .
2. Іржі Т. Мистецтво говорити/Т.Іржі. — К., 1998.
3. Левчук. Л.Т. Історія світової культури / Л. Т. Левчук. — Київ: Либідь, 1994.
4. Радциг С.І. Історія Давньогрецької літератури/С.І.Радциг. — М:Вища школа, 1999.

Максимова О.Г., 3 курс
Науковий керівник Щербина Е.Б.

МОЛОДЬ У РОМАНІ СЕРГІЯ ЖАДАНА «ДЕПЕШ МОТ»

Сергій Вікторович Жадан народився 23 серпня 1974 р. в м. Старобільське. Український письменник, поет, перекладач, громадський активіст. Сергій став автором чималої кількості поетичних збірок, прози, творів, завдяки яким отримав чисельні міжнародні нагороди та став суперзіркою Батьківщини. У своїй творчості описує пострадянську дійсність в Україні. Сергій-патріот Батьківщини та рідної мови в Україні. Він чітко бачить проблему присутності російської мови в Україні, а також всі проблеми в таких речах, яких звичайна людина не бачить і не бажає бачити. На таке світосприйняття вплинуло дитинство письменника, яке у нього було досить позитивним та не травматичним, завдяки чому любить Батьківщину і тому постійно про неї пише. Сергій Жадан полюбає пише про людей в певному транзитному стані, в стані підвищеності та побутової відкритості з огляду на власну тимчасовість.

Саме цікаве- це те, що в кожному описаному епізоді можна побачити власний відбиток досвіду в житті автора. Творчість Сергія можна по-різному оцінювати й розуміти, вона має неоднакове ставлення, неоднакове розуміння, та взагалі не для всіх, але це творчість, яка пробудила народ, стала подією в Україні, визволила велику кількість емоцій, бо жива! Схильність до епатажу, вседозволеності, свобода слова, робить автора унікальним. Але для нас це не є чимось новим, кожен сам обирає, що бачити та сприймати. Творчість стала популярною серед молоді, але є й багато критики на свою адресу, але здається, що це більш надихає його.

Образи, що Сергій вдало добирає, стають символом українського народу, вони цікаві, по-своєму гарні, влучно вигадані та описані, що здається, ніби вони і справді існують. Візьмемо до уваги персонажів «Депеш мот», — де автор частково описує автобіографію з реальними та вигаданими персонажами, але не про вигаданий Харків на початку 1990-х років, не про вигадані часи та тогочасні проблеми, які, на жаль, залишилися і в наш час.

Кожен по-різному переживає свої дев'ятнадцять років, майже для кожної людини це переломний момент, дуже важлива підтримка. Тому, якщо людина відчуває себе покинутою та не відчуває підтримки, настає період падіння. Для когось це тимчасове явище, але, на жаль, не кожен може вийти з цього стану. Через це людина починає зловживати алкоголем, наркотиками, заводить зв'язки з людьми які самі падають та тягнуть ще більше вниз, і це коло не переривається. Особливо тяжко, коли криза збігається з крахом Радянського Союзу, що спричиняє невпевненість в майбутньому. Автор дозволяє зазирнути в недавнє минуле і відчути весь той жах, біль, невпевненість, байдужість, бо написана щира документальна правда.

Настрій, яким заряджена книга, є дещо депресивним. У сюжеті — «молоді хлопці шукають свого друга, щоб сказати, що в нього помер вітчиму»-відчувається динаміка та захоплення. С Жадан не показує якусь неймовірну кількість, алкоголю, наркотиків, нецензурної лексики. Він показує реальну їх кількість, в реальному тогочасному та нинішньому житті. Реальні люди,

а не вигадані герої, в яких незахищена чутлива душа, яку легко зламати, покинуті всіма, покинуті батьками, що робить їх жалюгідними, відчувається тільки жалість. Сюжет такий захопливий, що реально починаєш вірити, що персонажі реально існують, безмежно цікаво дізнатись майбутнє кожного з них. І кожного разу хочеться запитати: «Чому вони обрали саме таке життя»? Обрали з повним розумінням, про що свідчать цитати героїв: «Я себе почуваю, як ріка, яка пливе проти власної течії», «Ми не гомосексуалісти, але все до того йде.» «Зараз мені 30. Що змінилось за останні 15 років?

Змінилася пам'ять — вона стала довшою, але не стала кращою. «насправді нас ніхто і ні в чому не обмежує, і що можна плисти куди хочеш — немає жодних стінок, немає жодних засторог, немає нічого, що могло б тебе спинити», «це кошмарно — ти сама закриваєш двері, через які міг би увійти до тебе Ісус.»

Книга дуже повчальна, вона відкриває нам очі і знімає рожеві окуляри, автор показує всі проблеми минулих і теперішніх підлітків. Картина безпросвітної дійсності, нікчемності й неспроможності сучасної людини бодай на якийсь вчинок, досягає апогею у фіналі роману. Герої Жадана не змогли досягти мети своєї подорожі й відчувають порожнечу і безпорадність. Втім, автор залишає читачеві маленьку шпаринку, в яку лине світло — це символічний образ слимака, що є уособленням героя і, у ширшому сенсі, сучасного йому покоління: «...втомлений, змучений депресіями слимак... починає відповзати від нас на Захід — на інший бік платформи. Я навіть думаю, що цієї дороги йому вистачить на все його життя»

Треба негайно з цим боротись, це ставить під загрозу всю країну! Треба починати нове життя, яке не буде штовхати в прірву безнадійності....

Малеєва К.Г., 2 курс, спец. «ПД»

Руководитель: доцент Звенигородский Л.А.

ГЕНЕЗИС СТУЛА В ДИЗАЙНЕ

В данной статье рассмотрено развитие стула на протяжении истории. Приведены аспекты дизайна стула, претерпевшие изменения с развитием: формообразование, функциональность, комфорт, материал, эстетика, образ и т.д. Выявлены исторические принципы создания стула. Определены общие характеристики дизайна стула в разные периоды развития.

Стул — один из самых распространенных и популярных объектов в дизайне. Наиболее знаковые работы многих дизайнеров — стулья. Стул — предмет постоянной потребности человека, что делает его перманентно актуальным. Важно изучить историю возникновения и развития этого предмета для совершенствования его характеристик в дальнейшем.

Местом создания первых традиционных стульев считается Древний Египет III-го тысячелетия до н. э. После египтян стульями пользовались греки и римляне. Стулья древности представляли собой троны и места сидения почетных лиц. Важную роль во внешнем виде стула играла представительность и образность. Это выражалось в его декоре: орнаменты, культовые символы, инкрустация и т.д. Такие предметы сидения были доступны преимущественно правителям и людям высших сословий.

Стулья средневековья были тяжелыми, громоздкими и неудобными и часто использовались как сундуки или даже полностью заменялись ими. Они делались из цельного куска дерева, украшались росписью и резьбой, со временем декор был дополнен тканями. В эпоху Возрождения стулья приобретают большую изящность за счет использования более тонких досок. Получили распространение курульные кресла с крестообразными ножками. Стулья украшались архитектурными элементами, растительными орнаментами, элементами звериного стиля, покрывались позолотой.

Стулья эпохи барокко и рококо имеют плавные и текучие формы. Они нагружены богатым украшением: резьбой, позолотой инкрустацией металлом, бахромой, обивкой. В оформлении популярен растительный орнамент. Характерные типы ножек того времени – кувшинообразные, сужающиеся к низу, S-образные, оканчивающиеся расходящимися листьями и пирамидальные с профилировкой. Барочные стулья были мягкими и удобными. Типичный пример такого стиля – стул в стиле Людовика XIV.

В XVIII краснодеревщик Томас Чиппендейл вносит новое виденье в создание мебели. Его стулья более сдержаны в украшении и имеют более изящную форму. Но самое важное, что Чиппендейл в отличие от предшественников не скрывает материал из которого делает стул, но выявляет его текстуру и красоту. Стулья Чиппендейла пропорциональны, функциональны и комфортны.

Классицизм и ампир освобождают стул от массивного декора, делают его проще и яснее. В форме доминируют вертикальность и тектоничность. Распространены античные архитектурные детали.

Стиль ампир берет за основу классический стул, дополняет его другими стилями и делает его помпезным и представительным. Ножки и спинка имеют плавные изгибы. В стульях используются архитектурные формы. Основным материалом – красное дерево.

Модерные кресла конца XIX-го, начала XX-го века имели изящную, плавную и утонченную форму, имитирующую природные мотивы. Конструкция стульев богато украшалась растительными орнаментами. Для их производства использовались: дерево, металл, перламутр, слоновая кость. Такие стулья создавались с целью быть произведениями искусства: красивыми и уникальными. Наиболее характерные примеры: венский стул М. Тонета, кресло “Птица” У. Морриса.

Венский стул М. Тонета стал первым стулом массового, фабричного производства. Он был относительно дешевым, простым, и отсюда, – доступным большинству людей, в отличие от дорогой мебели ручной работы.

В начале XX-го века, с приходом индустриальной эры, производство в массовом порядке перешло из мастерских на фабрики и заводы. Смена технологии привела к изменению эстетики стула. Теперь на первый план вышла его функция и комфорт. Форма перестала украшаться, так как должна была быть красивой сама по себе. Основными материалами стали: металл, дерево, кожа, ткани. Характерно использование металлических трубок. Например, в кресле “Bibendum” Эйлин Грэй или стуле “Василий” Марселя Брейера.

Полимеры, появившиеся в 60-х годах, открыли дизайнерам обширное поле пластических возможностей. Характерный пример – стул “Пантон” Вернера Пантона.

В настоящем этапе развития существует множество разных школ, материалов и стилей, так что трудно выделить единую тенденцию развития дизайна стула сегодня. Это могут быть динамичный стул “Z” Захи Хадид или геометричный “Chaise Morelato” Марио Ботта. Так же интересен стул-тренажер Бенуа Малта для людей с сидячей работой.

Таким образом, на протяжении истории дизайн стула проэволюционировал от привилегии к общедоступному предмету интерьера. Этот переворот произошел в начале XX-го века с появлением дизайна, как такового. На это повлияли несколько факторов: упрощение создания стула, избавление от дорогого и пышного декорирования; переход производства от ручного и уникального к машинному и массовому; выражение эстетической составляющей стула через его форму и материал, а не через дополнительные украшения; падение цены за счет вышеуказанных факторов.

Литература:

1. Антикварная мебель эпохи функционализма [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://transantique.ru/articles/view/id/724/Antikvarnaya-mebel-epohi-funkcionalizma.html>.
2. История венского стула [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://история-вещей.рф/mebel/istoriya-venskogo-stula.html>.
3. История и развитие мебели. Мягкая мебель [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://mirznanii.com/info/istoriya-i-razvitie-mebeli-myagkaya-mebel_132334.
4. Мебель конца 19-го века и начала 20-го [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gardenweb.ru/mebel-kontsa-19-go-veka-i-nachala-20-go>.
5. Мебель эпохи Возрождения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://m-der.ru/store/10006213/10060361/10060431/>.
6. Основные периоды в истории развития мебели [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gardenweb.ru/osnovnyue-periody-v-istorii-razvitiya-mebeli>.
7. Стул-тренажер для людей с сидячим образом жизни [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.novate.ru/blogs/200814/27392/>.
8. Субъект культа: Уильям Моррис [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.admagazine.ru/inter/31058_style-icon-william-morris.php.
9. Томас Чиппендейл [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://arx.novosibdom.ru/node/567>.

Мартинюк Т.О., 4 курс, спец. «Дизайн інтер'єру», ХДАДМ

Керівник: професор Олексієнко А.М.

ДОЦІЛЬНІСТЬ БЮФОРМ В АРХІТЕКТУРНОМУ ДИЗАЙНІ

Сучасний архітектурний дизайн широко використовує біонічний підхід. Дизайнери, архітектори при створенні сучасного архітектурного середовища, прагнуть використовувати принципи побудов живої природи, запозичуючи не тільки зовнішні форми, а й функції.

Дизайнери-архітектори синтезуючи принципи побудови природних структур, створюють цілком нові, незвичні форми. З розвитком технологій, появою нових конструктивних матеріалів використання біоформ стає практично безмежним.

Створювані біоформи дають незаперечні переваги, такі як:

- зовні яскраво виражена фізична легкість природних форм при великих можливостях супротиву механічним впливам;
- вільно розвивається простір, що відрізняється багатоплановістю і прозорістю, яка сприяє проникаючому візуальному спостереженню і цілісного сприйняття;
- структуризація простору; чергування різних форм, структур, мас і простору з поступовими переходами, здійснюване за допомогою дії механізму закону диференціації та інтеграції;
- пластичність форм;
- пружні і легкі вигини суцільних і широких поверхонь, подібних виконаним з залізобетону і пластмас оболонкам шкаралупи, застосовуваним в архітектурній практиці; динамічність – як реальність руху, так і образне вираження зростання і розвитку форм.

Розглядаючи біологічне формоутворення, необхідно відзначити важливе значення асоціації прийняття. Гармонія форми, досягнута поза зв'язком з асоціаціями, не торкається глибин людської свідомості. Архітектурі властиві не прямі асоціації, що відтворюють зорові картини, а асоціації, що пробуджують різноманітні почуття.

У процесі розвитку біонічної архітектури відбувався еволюційний процес, пов'язаний з запозичення структурних систем живої природи, від механічних принципів до художньо-естетичних. На тлі такого процесу найважливішим питанням застосування біоніки в дизайні стало питання формоутворення – взаємодії форми і функції: архітектори прагнули знайти таку форму, щоб вона найбільш повно забезпечувала функціонування об'єкта. Найвищу гармонію форми і функції можна знайти у формах живої природи.

Середовищний підхід до використання біонічної архітектури виходить з розуміння дизайнером сукупності складових: світлових, акустичних, гравітаційних, інформаційних, а також біополя, що разом утворюють ультраструктури. Доцільність біоформ в архітектурному дизайні обумовлена тим, що біоніка, як прикладна наука, що вивчає принципи організації різних систем, властивостей і функцій природних об'єктів, отримала сьогодні велике поширення не тільки в розвитку технічних знань, а тому у сфері дизайну архітектурного середовища.

Література:

1. Архітектурна біоніка /Лебедев Ю.С. и др. - М.:Стройиздат, 1990. – 269 с.
2. Глазычев В.Л. Архитектура. Энциклопедия. – М.: «Дизайн. Информаия. Картография». Астрель. АСТ, 2002. – 627 с.
3. Козлов Д. Архитектурная бионика в XXI веке // Архитектура, строительство, дизайн. Архитектурный журнал. 2006. №2. [Электронный ресурс]

Маслій В., 3 курс, спец. «Дизайн одягу», ХДАДМ
Керівник: канд. мистецтв., доц. каф ДТО Єременко І.І.

ПОШУК НОВИХ ФОРМ ПРЕЗЕНТАЦІЙ КОЛЕКЦІЙ ОДЯГУ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

В наш час ми можемо бачити надзвичайну кількість випущених у світ колекцій одягу від різноманітних дизайнерів. За декілька останніх десятиліть у модній сфері сформувалася тенденція до випуску не лише сезонних колекцій одягу, але й додаткових. Ці фактори зумовлюють підвищену конкуренцію серед дизайнерів, тому вони намагаються привернути увагу до своїх виробів не лише за рахунок оригінального крою, ідей, фактур, колористики, силуету, але й за допомогою незвичних та подекуди екстравагантних форм презентацій свого одягу. Говорячи про презентацію мається на увазі не тільки оформлення подіуму та звукове супроводження, але й місце проведення презентацій та спосіб найефективніше показати одяг.

Справжнім першопроходцем у цій сфері можна справедливо вважати Александра Маккуїна. Аналізуючи кожну його презентацію ми бачимо чіткий зв'язок між презентованою колекцією, декораціями на подіумі та звуковим рядом. Театралізованість його презентацій також підкреслюється «грою» моделей, що також важливо. У 1996 р. він уперше використав прийом презентації – перформансу, коли сукні, в яких виходили моделі, безпосередньо на подіумі розфарбовували розприскувачі фарби на авто-керуванні. Колекція 2010 р. за назвою «Атлантида Платону» є яскравим прикладом того як використання інноваційних технологій (у цьому випадку – роботизовано телекамери) може перетворити показ у справжнє шоу.

Шляхом експериментів також прослідкував італійський бренд *Fendi*, влаштувавши у 2008 р. показ своєї весняно-літньої колекції на Великій Китайській стіні. Вісімдесят вісім моделей демонстрували одяг на найдовшому у світі подіумі, під відкритим небом. У тому ж році, П'єр Карден проводить презентацію весняно-літньої колекції на пагорбах Мінша в Гансу (Китайська Народна Республіка). Подіум та місця для глядачів були розташовані на пісочних дюнах.

Непередбачені покази дому *Chanel*. 2007 р. – подіумом обрано аеропорт Санта-Моніка в Лос-Анджелесі, де моделі дефілювали на фоні літака названого *Chanel line*. 2008 р. – презентація круїзної колекції відбулася у Маямі, біля басейну, а її частина демонструвалася безпосередньо у воді. 2010 р. – осінньо-зимова колекція показана на круглій арені, яка у була задекорована під біле поле з дивними кристалами чорного, білого та бузкового кольору. 2012 р. – осінньо-зимова колекція була презентована на подіумі-айсбергу, який начебто пливе у воді, а літня колекція на все тій же круглій арені, яку було задекоровано під кораловий риф. 2014 р. – показ колекції пройшов у великому палаці в Парижі, спеціально до цієї події зали палацу було убрано під торгову галерею. Колекція 2015 року пройшла у ще більш невимушеній манері – моделі презентували одяг біля барної стійки, попиваючи коктейлі.

Організатори неділі моди 2012 р. у Сан-Паулу пішли на дуже сміливий крок, влаштувавши показ на міському смітнику. Подіум та глядацькі місця

були розташовані безпосередньо біля груд сміття. А колекція бренду *Louis Vuitton* була презентована на подіумі, перетвореному на вокзальну платформу ІХХ століття. На початку модного шоу на неї прибув справжній старовинний потяг з якого виходили моделі. Весняно-літня колекція цього ж року також привертає до себе увагу, вона була влаштована в круглому приміщенні, в центрі якого була розміщена справжня карусель білого кольору. Фактично, моделі презентували колекцію сидячи на каруселі.

Покази 2013 року. Креативний директор бренду Марк Джейкобс знову здивував глядачів перетворивши подіум на жовту шахматну дошку, на яку моделі сходили зі справжніх ескалаторів. А подіум показу білизни та піжам був оформлений у вигляді коридору готелю, кожна модель відкривала двері та дефілювала з свого «номеру». Компанія *Adidass* вирішила показати нові спортивні купальники безпосередньо у басейні з прозорими стінками, а моделі замінили на професіональних спортсменок. У тому ж році французький дизайнер Сімона Порте провела показ своєї колекції на весну-літо також в басейні. Бренд *Maison Close*, який спеціалізується на жіночій білизні провів показ своєї нової колекції в Амстердамі на кораблі. Подіум та місця для глядачів були розташовані на палубі.

Презентації 2014 року. Корейський дизайнер Park Sul Nyeo показав колекцію народного одягу Південної Кореї під водою, у басейні з прозорими стінками, які було задекоровано під рифи. Показ одягу від Tommy Hilfiger відбувся на подіумі, перетвореному у пісчаний пляж. Моделі дефілювали по дерев'яним доріжкам, прокладеним крізь пісок та дюни. Через рік бренд знову здивував своїх прихильників перетворивши подіум для показу своєї осінньозимової колекції на поле для регбі, що цілком відповідало її темі. Найбільш шокуючою презентацією став показ від Gucci, який відбувся у Токіо. Моделей спускали на тросах з 42 метрового будинку у самому центрі міста.

2015 рік. Англійський бренд жіночої білизни Bluebella провів свою презентацію колекції жіночої білизни у лондонській підземці. Моделі, вдягнені у білизну та шовкові халати дефілювали по платформі та салону поїзду. Джамбатіста Валлі, французький дизайнер, створив справжній квітучий луг у приміщенні для презентації своєї колекції на весну-літо.

Вибагливого глядача зараз важко шокувати, але сучасні дизайнери вміють робити шоу та здивувати, незалежно від обраних засобів, будь то звичайне декорування подіуму та приміщення, синхронне плавання у народному вбранні чи спуск з будівлі. Дослідження цієї теми є важливим для розвитку модної галузі та дає можливість проаналізувати презентації дизайнерів за останні десятиліття, виявити переваги та недоліки їх робіт щоб у майбутньому й надалі удосконалювати мистецтво презентації.

Література:

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм.; [Пер. с англ. В. Н. Самохина.] — М.: Прогресс, 2004.
2. Линч А. Изменения в моде. Причины и следствия / Линч А., Штраус М., [Пер. с англ. А. Гольдина.] — Минск: Гревцов паблишер, 2009.
3. Барсукова Н.И. Дизайн среды в проектной культуре постмодернизма конца XX – нач. XXI в.: дис. докт. искусств.:17.00.06 / Барсукова Наталья Ивановна — М., 2008.

4. Бут О.В Колективні технології образності / О.В.Бут // Культурно-мистецьке середовище: творчість та технології. Матеріал четвертої міжнародної науково-творчої конференції 11-12 лист. 2010р. — К.: НАКККІМ, 2010.

Матлай И.Г., 4 курс, заочное отделение, спец. «графический дизайн»
Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Сложно представить, как выглядели бы наши любимые торговые центры, супермаркеты, остановки и вагоны метро без пиктограмм, карт и рекламных баннеров. На вопрос, сколько бы времени мы тратили на поиск, если бы не они, ответ очевидный. Все эти вещи кажутся нам простыми и обыденными, часто мы не придаем им особого значения. Но если вникнуть глубже, то понимаешь, что за созданием таких «простых и обыденных» графических объектов стоит колоссальная работа целых дизайнерских коллективов.

По определению авторов иллюстрированного словаря-справочника по дизайну, «Визуальные коммуникации — система визуально-графических знаков и решений (информационных устройств, графических символов и пр.), призванная решать задачи обеспечения ориентации, утоления информационного голода, регулирования поведения человека в конкретных предметно-пространственных ситуациях» [1]. Визуальная коммуникация оперирует двухмерными изображениями — плакатами, видеорядом, знаками, графикой. Цель визуальной коммуникации состоит как в поддержании текстового сообщения, так и в самостоятельном влиянии, ориентации в городской среде. Способы нанесения могут быть любыми и могут содержать что угодно: знаки, текстовые блоки, рисунки, иллюстрации, графические композиции, фотографии, видео, интерактивные элементы и т.п.

На правильный результат коммуникации влияет множество аспектов, начиная с социального статуса и менталитета зрителя, и заканчивая графическим решением самого послания. Разработка элементов визуальной коммуникации — непростая задача для дизайнера. Для создания эффективного, «работающего» послания (постера, рекламной полосы и т.д.) или системы коммуникаций (фирменного стиля, навигационных табличек в супермаркете и др.) дизайнер начинает с тщательного изучения целевой аудитории. Для получения максимального эффекта нужно собрать больше информации о публике, на которую будет направлена информация, тем точнее удастся сформулировать обращение, передать потребителю идею.

По мнению автора статьи «Визуальные коммуникации как есть» Сергея Бакина, «Визуальные коммуникации — это игра между брендом и потребителем. Посредством визуальных образов и острых слов вы диктуете правила игры. Чем честней и интересней является эта «игра» для потребителя, тем успешней и действенней окажутся ваши визуальные коммуникации» [2]. Вполне очевидно, что визуальные коммуникации — не просто рисунки, напечатанные на бумаге. Это колоссальная работа, проделанная дизайнерами, для того, чтобы это работало правильно. Каждая из этих работ собирается

по крупинкам, по мелочам. Нужно охватить максимальное количество заинтересованных людей, чтобы никто не ушел с пустыми руками, или не пропустил нужный ему товар, или смог сориентироваться в пространстве.

Рассмотрим в качестве примера визуальные коммуникации станций Харьковского метро. Первое, что бросается в глаза — это пиктограммы станций. Здесь ярко выражено отсутствие единого стиля: иконки выполнены вразнобой, нет единства графического решения. Отсутствует и единая спецификация в подаче дополнительной информации. В некоторых информационных блоках изображены достопримечательности, а в других — элементы, относящиеся к названию. Например, графическое решение станции метро «Проспект Гагарина» включает изображение космического спутника, но не имеет никакого отношения конкретно к Юрию Гагарину, а силуэты личностей на станциях «Пушкинская» или «Академика Барабашова» выполнены в единой стилистике, но почему-то одна из них представляет собой белый силуэт на темном фоне, а вторая — наоборот. Отдельное внимание стоит уделить и указателям выхода или перехода, например, на станции метро «Держпром». Выходя из вагона и попадая на середину станции, мы видим надпись «Выход», хотя, выходя из поезда, этот знак был указателем перехода на станцию «Университет».

Отмечая подобные проблемы, мы понимаем, что дизайн графических коммуникаций — дело непростое, к нему нужно подходить с пониманием и серьезностью. В первую очередь, нужно работать с конечным пользователем, чтобы на выходе получить качественный продукт, а не потраченные впустую материалы и деньги. Нужно понимать, что дело не только в эстетической составляющей, но и в практичности, ведь графический дизайн визуальных коммуникаций, как и дизайн других объектов, должен быть функциональным и красивым одновременно.

Литература:

1. Минервин Г.Б., Шимко В.Т., Ефимов А.В. и др. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник: [Электронный ресурс] / Г.Б. Минервин, В.Т. Шимко, А.В. Ефимов и др.: Под общ. ред. Г.Б. Минервина и В.Т. Шимко. — 2004, 288 с. — Режим доступа: <http://studopedia.org/8-665.html>, свободный доступ.
2. Бакин С. Визуальные коммуникации как есть: [Электронный ресурс] / Сергей Бакин // Журнал о дизайне [Bakin]. — 22.09.2014. — Режим доступа: http://bakin.ru/ether/vizualulnye_kommunikacii, свободный доступ.

Мельникова Є.Р., 2 курс, спец. «Графіка»

Наук. керівник: доцент кафедри графіки Іващенко О.В.

Х'ЮСТОН, У НАС ЕМБЛЕМИ!

Графічна мова універсальна. Хто нею володіє, може спілкуватись навіть з космосом. Такі розмови відбуваються завдяки знакам і символам, які вдало поєднані між собою задля передачі потрібного меседжу. Закуті у закриту форму трикутника, прямокутника, а найчастіше кола, усі частини композиції утворюють собою емблему, яка розповідає про цілі, завдання, програму та учасників польоту.

«Космічна» символіка використовується під час запусків, в окремих наукових програмах та експериментах, наноситься на апарати, ракети і одяг персоналу. Емблема польоту — невід’ємна частина костюму астронавта. Проте нашивки на плечі — елемент, який не використовувався від самого початку в історії космонавтики. Ідею «петчу» запозичили у військових, а перша екіпажна емблема з’явилася у космічній програмі США «Джеміні-5» 21 серпня 1965 року [6].

«Як тільки у нас формують екіпаж, його перше завдання — придумати собі емблему, — розповідав астронавт Кеннет Райтлер, учасник двох польотів. — Емблема — це найголовніше. Якщо є емблема, то політ вже точно буде» [7].

Ескізи емблем пілотованих експедицій пропонують самі астронавти, діляться думками з професійними художниками, які потім і доводять ідею до завершеного вигляду.

Азербайджанський дослідник Леон Розенблюм зробив власну класифікацію космічних емблем за символікою: «космонавт Леонардо», «Вітрила між зірок», «Орел на орбіті», «Вектор над планетою», «Променяста зоря», «Звіздар» [8]. Дослідник обирав найцікавіші мотиви для своїх описів. Наприклад, після трагічної катастрофи «Челленджера» на деяких емблемах з’явилася зображення семи зірок сузір’я Великої ведмедиці — в пам’ять про сімох загиблих астронавтів.

Світ космічної символіки здається неосяжним у своїй різноманітності, попри яку, все ж таки, можна виділити характерні риси, притаманні до кожного типу. Усюди наскрізно просліджується лаконічність, мінімальний набір образів, алегорія, і в кожному зашифровано певний зміст. Кожне композиційне рішення підпорядковується загальній формі нашивки. По периметру заданої форми розташовується шрифтова частина емблеми — назва місії або імена астронавтів. Найчастіше використовується рублений шрифт (без зарубок). Написи використовуються як на самій площині емблеми, так і поза нею, у вигляді виокремленої смужки.

Багато що споріднює таку космічну символіку із мистецтвом есклібрису, де також відбувається персоналізація елементів, які відповідають за ту чи іншу рису індивідуальності. В обох випадках притаманна силуетність, мінімальні засоби графічної та колірної виразності.

«Mission Patch» — цікавий предмет дослідження, адже містить у собі багато закодованої інформації, яка розкриває не лише ідею конкретної місії, а й охоплює більше сфер, такі як історія, міфологія та дизайн.

Джерела:

1. <http://mashable.com/2015/07/14/apollo-mission-patches/#kcTmb792skqJ>
2. <http://www.seasky.org/space-exploration/mission-patches-menu.html>
3. http://www.collectspace.com/resources/patches_astronauts.html
4. [http://www.esa.int/About_Us/Welcoming_to_ESA/ESA_history/European_manned_spaceflight_patches/\(ipp\)/9/\(start\)/9](http://www.esa.int/About_Us/Welcoming_to_ESA/ESA_history/European_manned_spaceflight_patches/(ipp)/9/(start)/9)
5. <http://www.spacecenter.org/docs/Activities-MissionPatch.pdf>
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Mission_patch
7. <http://www.astronaut.ru/patches>
8. http://www.astronaut.ru/patches/sk/skylb2a.htm?reload_coolmenus

Микуцкая Е., 4 курс, спец. «графический дизайн» ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

МИНИМАЛИЗМ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Минимализм окружает нас повсюду: в архитектуре, в моде, в скульптуре, в дизайне, живописи, литературе, а также в музыке [1]. Не имеет значения, в какой сфере он используется, основное его качество остается неизменным, — это великолепное сочетание формы и функциональности. Минимализм появился около 1960-х годов в США, в противовес экспрессионизму в искусстве. Характерная особенность минималистского дизайна в том, что в нем все предельно **просто**: для мгновенной передачи визуального сообщения используется только самое необходимое, никакие дополнительные средства не требуются. О минимализме говорят: простота — это высшая степень изысканности.

Главной задачей минимализма является беспощадная борьба со всем лишним в графическом дизайне, а его цель — использование только самых необходимых элементов. Минимализм — это освобождение композиции от всех незначительных, второстепенных деталей и акцент на самом главном. Освобождаемое при этом пространство работает как линза, высвечивая всё самое важное. Цвет в минималистских графических работах является важным критерием, а именно цвет способствует лучшему восприятию. Часто для одной работы используется 1-2 основных цвета и несколько оттенков выбранных цветов.

Минимализм является современным и модным принципом, он нашел свое отражение практически во всех аспектах графического дизайна: в плакате, айдентике, упаковке, типографике и др. Минимализм в логотипах пользуется большой популярностью, потому что хороший логотип должен быть **простым** и **запоминаемым**. Чертами минималистского логотипа являются малое количество графических элементов, использование простых форм, линий и геометрических фигур. Глядя на лаконичный фирменный стиль, человек отдыхает от информационного потока, который ежедневно его сопровождает.

«Опустите ненужные детали», — это цель минимализма в двух словах. С точки зрения дизайнера, это довольно сложная задача — использовать как можно меньше материалов, и при этом не навредить качеству. Ярким примером такого подхода является высококачественный и чистый дизайн упаковки компании Apple, где упаковка товара — это тоже товар. Говоря о минимализме в дизайне упаковки, нельзя не упомянуть также оформление продуктов ИКЕА FOOD, которые уже много лет приучают потребителей всего мира к чистому скандинавскому дизайну. Простота формы — это своего рода искусство. Вообще в алкоболе минимализм распространен больше, чем где бы то ни было, и не только в силуэте упаковки, но и в оформлении этикеток. Можно даже вывести закономерность: как только рынок достигает насыщения и обилия разнообразных форм и решений в оформлении, на сцену выходит минималистский дизайн. Главная задача в дизайне упаковки — быть понятным потребителю.

Минимализм в веб-дизайне — это ясная и чистая работа, отсутствие какой-либо графики, за исключением мелких иконок и логотипов. Мно-

гие отождествляют минимализм с примитивизмом, но ошибаются, потому что кажущаяся простота скрывает продуманность и глубокое содержание [1]. Часто используются только шрифты (с засечками или без), скромные, неброские заголовки, также наблюдается полное отсутствие акциденции. Чтобы дизайн не был слишком скучным, в модульную сетку можно внести разбивку элементов линейками или расположение некоторой информации, например цитат, на цветных плашках. Пиксельные значки также имеют декоративное значение. Сайты, выполненные в минималистском стиле, обычно создаются не с целью продажи товаров и услуг, а с другими целями. Поэтому на подобных сайтах не встречаются рекламные слоганы и заголовки.

Итак, минимализм — это прежде всего простота и лаконичность. Основой минимализма в графическом дизайне является прекрасное сочетание формы и функциональности, а характерная особенность лежит в его предельной доступности восприятия [2]. Что касается минимализма в логотипах, то можно отметить композицию без лишних элементов, использование свободного пространства, правильное положение элементов и выделение важных деталей. Логотип должен иметь вид завершенного, точного, «легкого» продукта.

У минималистского направления нет стандартов, главное в нем — избегать всего лишнего, необязательного, использовать меньшее и суметь сохранить функциональность. Даже если невозможно убрать лишние элементы, можно использовать отдельные свойства минималистического подхода: с помощью свободного пространства, нужных цветов и акцентов можно выделить главное, тем самым отвести ненужные элементы на второй план [3].

В последние годы минимализм стал модным трендом, узнаваемым и желанным среди потребителей и дизайнеров. Научно-технический прогресс способствовал упрощению жизни людей, сделал ее более комфортной и в то же время информационно насыщенной. В условиях огромного количества информации, окружающей людей ежедневно и ежечасно, большинство потребителей желает окружить себя простым, привлекательным дизайном, в котором соединены эстетичность, функциональность и идейность.

Литература:

1. Дорн Д. Минимализм в графическом дизайне: [Электронный ресурс] / Д. Дорн, 2013. – Режим доступа: <http://www.logozila.ru/blog-dizajnerov/233-minimalizm-v-graficheskom-dizajne>
2. Ромашин А. Минимализм – принцип бритвы Оккама в дизайне: [Электронный ресурс] / Алексей Ромашин, 2014. – Режим доступа: <http://blog.romashin-design.com>
3. Мильберн Д., Никодемус Р. Минимализм. Важнейшее эссе: [Электронный ресурс] / Джошуа Мильберн, Райан Никодемус 2011. – Режим доступа: <http://synderesis.ru/2012/06/perevod-knigi-dzhoshua-milberna-i-rajana-nikodemusa-minimalizm-vazhnejshie-esse/>

Модлинская М.А., 4 курс, заочное отделение, спец. «Графический дизайн»
Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ПОЛЬСКИЙ ПЛАКАТ — ПЕРВЫЙ ШАГ К ПОСТМОДЕРНИЗМУ

Вторая половина XX века — время перемен во всем мире и во всех сферах человеческой деятельности. Искусство этого времени подарило миру постмодернизм — ярчайшее направление, которое, зародившись в конце 1960-х — начале 70-х годов, стало олицетворением свободы и отрицания правил. Польский плакат стал первым шагом к постмодернизму в графическом дизайне. Н. Певзнер, автор работ «Пионеры современного дизайна» и «Возвращение к историзму», писал, что одной из главных особенностей постмодернизма можно назвать четкую тенденцию к стилистическому эклектицизму, смешению заведомо противоречащих друг другу стилистических форм и направлений [2]. Такой эклектицизм можно обнаружить и в польской школе плаката, остающейся одной из самых известных по сей день.

Особенности польского плаката кроются в истории его зарождения и становления. Польский плакат, каким мы знаем его сегодня, сформировался не сразу, — истоки его развития уходят к последнему десятилетию XIX века. Хотя в то время польский плакат мало отличался от аналогов, тем не менее, это было начало развития направления, которое в Польше всегда ассоциировалось с изобразительным искусством. В 1902 году было образовано общество «Польское прикладное искусство», которое объединило Я. Буковского, Г. Узембло, Ю. Чайковского, которые попытались противопоставить западному опыту народные мотивы польского искусства. Однако лишь с появлением национальной программы, сформулированной Яном Матейка, плакат начинает преобразовываться в нечто совершенно новое.

В 1920–30-х годах целью польского искусства становится создание некоего национального стиля, в противовес все еще главенствующему стилю модерн. Теоретическое обоснование новый стиль в искусстве получил в трудах художника и критика Станислава Виткевича. Особенностью того времени было сочетание модерна и символизма, их борьба и противопоставление друг другу. Набирала вес идея синтеза архитектуры и живописи, идея декоративизма, новые принципы соотношения форм и объемов, сформировавшие впоследствии неповторимый национальный стиль польского плаката. Большое влияние на культуру плаката в Польше оказал директор Краковского технико-промышленного музея Ян Вдовишевский. По его мнению, плакат прежде всего должен отражать национальные черты. Он один из первых начал выпускать издания, посвященные плакату, стараясь заинтересовать публику новым видом искусства [3, с. 71].

В 50 – 60-е годы XX столетия польский плакат становится заметным на мировом уровне, имея кардинальные отличия от швейцарской школы с её развитой типографикой. Характерные черты формируются вынужденно — на фоне всеобщей бедности, присущей социалистической части мира, польская школа графического дизайна, обходя преграды и компенсируя недостатки, пошла единственно возможным путем и на нем преуспела. При технологическом упадке, отсутствии удовлетворительной полиграфии и

даже бумаги началось применение наличествующих богатств. Плакаты наполнялись академическими традициями, живописно-графическими техниками и, по выражению С. Серова, «страстью художника, жаждой свободы самовыражения, свободы творца». «Типографику заменила экспрессивная каллиграфия, рукописные и рисованные шрифты. Фотографию заменила иллюстрация... Польские плакаты стали оперировать изощрёнными метафорами, используя острый язык авангардного изобразительного искусства. Живописно-графические знаки событий, тем, явлений, которым были посвящены плакаты, обретали индивидуальность, авторскую уникальность», — писал С. Серов в статье «Дизайн по-польски» [1].

В то время как модернистский графический дизайн выражал практичность и технологичность, польская плакатная школа объединила и раскрыла в себе графические техники и материалы, живописное и графическое мастерство. Применялись различные материалы и техники: карандаш, мел, пастель, аппликация, коллажирование сливались в работах мастеров, наполняя их индивидуальностью, делая отличными от всего иного, так сказать персонализировали их. Влиянию польской школы на мировой графический дизайн способствовали Международная биеннале плаката в Варшаве, учрежденная в 1966 году, и деятельность созданного в 1968 году Музея плаката в Вильянове, королевском пригороде Варшавы.

Таким образом, Польская школа плаката, зародившись в целом раньше становления постмодернизма, имеет с ним много общего: это и стилистическая эклектика, и отступление от определенных сложившихся парадигм, даже догм в графическом дизайне (и в плакатном дизайне в частности). Инновационность, смелость, решительность сделали польский плакат одним из самых узнаваемых и популярных в свое время, и позволяют ему оставаться таковым по сей день. На сегодняшний день практически каждый человек, хоть немного связанный с миром дизайна и искусства знает (или по крайней мере слышал), что такое «польский плакат». Однако далеко не каждый может провести параллель между Польской плакатной школой и постмодернизмом в графическом дизайне, хотя даже поверхностный анализ стилистических особенностей этих явлений дает основания говорить об их взаимопроникновении и взаимовлиянии.

Литература:

1. Серов С.И. Дизайн по-польски: [Электронный ресурс] / С.И. Серов // Электронный журнал [кАк]. – Режим доступа: <http://kak.ru/columns/serov/a2757/>, свободный доступ.
2. Быстрова Т. Ю. Проблема дизайнерского искусства. Позиция автора в культуре постмодернизма: [Электронный ресурс] / Т.Ю. Быстрова // Авторский сайт taby27.ru. – Режим доступа: http://www.taby27.ru/studentam_aspirantam/philos_design/referaty_philos_design/postmodern_design/problema-dizajnerskogo-iskusstva.-poziciya-avtora-v-kulture-postmodernizma.html, свободный доступ.
3. Цихмистер Д.И. Истоки польского плаката. Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2010. № 2. Ч. 1. С. 71-72. ISSN 1993-5552: [Электронный ресурс] / Д.И. Цихмистер // Архив научных статей. – Режим доступа: <http://www.gramota.net/materials/1/2010/2-1/25.html>, свободный доступ.

Мороз О., 4 курс, спец. «Графічний дизайн», ХГАДИ

Керівник: канд. мистецтвознавства, професор Сбітнєва Н.Ф.

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ТИПОГРАФІКА ДЕВІДА КАРСОНА

Постмодернізм — самостійний напрям в мистецтві та дизайні, який зруйнував постулат, що форма слідує за функцією. Загальновизнана особливість постмодернізму — ковзання по поверхні речей. Постмодернізм віддає перевагу еkleктиці, насаджуючи несерйозне, грайливе ставлення до духовних і культурних цінностей, а також руйнує принципи естетики як метафізичного принципу [1].

Одним з найяскравіших представників стилю є Девід Карсон, талановитий американський графічний дизайнер, арт-директор, викладач і просто чоловік активної та життєрадісної позиції. Він починав свою кар'єру за фахом «соціологія», але продовжив займатись графічним дизайном, що дозволило йому стати новатором у його професійному житті і піднятися на якісно новий щабель у своєму розвитку.

Коли у світі панував інтернаціональний типографічний стиль, головними ознаками якого була лаконічність, типографський порядок, раціональність і модульна сітка, в поле діяльності Д. Карсона потрапляють електронні медіа, які перевернули світ дизайнера. Характерними ознаками видання, спроектованого за принципами постмодерністської типографіки, стали втрата складальної смуги традиційної впорядкованості, її перетворення в емоційно насичене колажне поле, де в живописно-вільній конфігурації розташовуються друковані елементи; мінливість насиченості шрифту, до того ж навіть у межах одного слова, аж ніяк не викликане необхідністю смислового акценту [3].

Радикальний дизайн Девіда Карсона спрямований дивувати глядача. Він часто слугує для передачі не повідомлення, а настрою. У 90-х дизайнери на зразок Девіда Карсона порушили всі правила, граючи зі спотворенням картинок, розбірливістю шрифту і основною ієрархією [2]. Карсон відмовився від модульної сітки, і як результат — отримав живі насичені життям роботи, які не відповідали жодним правилам верстки, але результат був неочікуваний: динаміка, шрифти часто нагадували знаки, художні образи; ніякої лінійної побудови, — лише складні форми, перепади, вігнатоваті лінії, насичені кольори. Слова писались на яскравих фонах, ігноруючи вимогу зручності у сприйнятті інформації. В його роботі зображення розбивалось, межа між графікою та шрифтом ставала дуже тонкою. Часом він так захоплювався, що те, що він хотів донести до глядача, розумів лише він, надмірно захоплюючись художніми образами. Карсон розвивався не лише як графічний дизайнер, а як дизайнер електронних медіа. Він розробляв заставки для ТВ-програм, рекламні ролики, створив кілька експериментальних короткометражних фільмів. Тому його типографічні роботи виглядали як вихоплені та накладені кадри з медіа. Все це привносило динаміку в друковані роботи. Але Карсон мріяв роздвинути межі реально, хотів показати простір в роботах, використовуючи прийоми накладання однієї графіки на іншу, шрифт на зображення і навпаки.

Отже, шлях Д. Карсона — це шлях самовираження. Своїми експериментами він зробив великий внесок у сучасне мистецтво. Завдяки цьому майстру

графічний дизайн став не просто логічним і лаконічним, а художнім, як довершена робота митця. Повідомлення надсилається до всіх, але кожний розуміє його по-своєму. Його творчість надихає, вона відверта та часом брутальна, але настільки емоційна та довершена, що одного погляду для розуміння не достатньо. Роботи цього дизайнера потрібно не просто побачити, а відчутти.

Література:

1. Безручко О.Г. Ремінісценція і мова постмодернізму в дизайні: [Електронний ресурс] / Ольга Безручко. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/reminisentsiya-i-yazyk-postmodernizma>
2. Кліфорд Д. Ікони графічного дизайну: [Електронний ресурс] / Джон Кліфорд. – Режим доступу: <https://books.google.com/books?isbn=5457663434>
3. Котлова К.В. Наступність і новаторство в сучасному книжковому дизайні: [Електронний ресурс] / К.В. Котлова. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/preemstvennost-i-novatorstvo-v-sovremennom-knizhnom-dizayne.pdf>.

Морозенко Л.В., 3 курс, спец. «ДИ»

Руководитель: профессор В. Бондаренко, ст. преподаватель И. Икол

АКВАСИСТЕМЫ И СРЕДОВОЙ ДИЗАЙН

Передовые технологии, современная микроэлектроника, лазерная обработка, новейшие конструкционные материалы нашли применение в аквасистемах, предназначенных для отдыха и украшения интерьера. Пузырьковые панели, струнно-капельные водопады, герметичный водопад по стеклу — относительно новый дизайнерский продукт, который наряду с фонтанами и водопадами призван украсить помещение, одновременно разнообразит его поступательным вертикальным движением светящихся пузырьков и струй.

Струнно-капельный водопад. Основное достоинство его применения в интерьере заключается в том, что его размеры ничем не ограничены. В темное время суток водопад освещается мощными светодиодными прожекторами, вытянувшимися тонкой линией по всей высоте струнного водопада с двух сторон. Прозрачность и ажурность декоративного водопада не создает излишнего акцента, а спокойное ровное движение капель способствует релаксации.

Герметичный водопад по стеклу. Конструкция представляет собой полость, образованную двумя параллельными прозрачными стеклами и боковым обрамлением, напорным ресивером и приемной емкостью. Вода распределяется тонкой пленкой на поверхности двух стекол внутри стеклопакета, при этом достигается полное покрытие поверхности однородными и плавными наплывами воды. Постоянно чистая рабочая жидкость не создает на стекле следов и налетов независимо от периода эксплуатации и количества циклов включения-выключения водопада. Отсутствие потерь при испарении жидкости дает возможность создания водопадов с незамерзающими реагентами для эксплуатации на улице в зимних условиях.

Пузырьковые панели. Изделие представляет собой прозрачную плоскую панель, состоящую из двух параллельных листов, соединенных между собой перегородками. Существуют не только традиционные панели на ос-

нове ячеистого (сотового) оргстекла, но и с единой камерой — монопанели, в которых пузырьки воздуха не ограничены в движении перегородками и создают изумительные картины вихревого танца.

Панели могут иметь различные размеры — от настольного до многоэтажного. Чаще всего пузырьковая панель применяется в качестве декоративного панно у стены или в виде полупрозрачной перегородки, разделяющей пространства. Пузырьковая панель имеет встроенную светодиодную подсветку, расположенную в плоскости сотового листа. Именно лучи узконаправленного света выделяют пузырьки воздуха в прозрачной среде панели. Каждый пузырек воздуха является сферическим зеркалом, отражающим свет за пределы панели. И чем больше пузырьков внутри — тем ярче освещена прилегающая к панели площадь. Современные светотехнические технологии позволяют создавать любые цветковые картины в пузырьковой панели, выбрать нужный цвет, яркость и динамику подсветки, менять цвета подсветки раздельно вверху и внизу, слева и справа, управлять подсветкой на большом расстоянии.

Очень важно с самого начала правильно определить свои предпочтения и задать вопросы, дабы не потратить понапрасну свое время, силы и средства.

Для отдыха, работы, или развлечения? Это место для постоянного пребывания одних и тех же людей или мимо транзитом проходит большое количество посетителей? В первом случае эффект должен быть более спокойным, приятным для глаз, во втором случае — ярким и необычным, привлекающим внимание. С какой целью найдутся люди в этом месте? Для отдыха, расслабления или активно работают и общаются? Системы, в которых основной эффект создает свободно стекающая вода и медленное движение пузырьков, способствуют релаксации. Для подъема тонаса хорошо подходят быстрые водопады, пузырьковые колонны и панели с быстрыми мелкими пузырьками. Звуки, создаваемые системой, также могут быть очень спокойными, например, шуршание пузырьков, или достаточно громкими, но приятными.

Основной акцент или объект для фона? Если это основной формообразующий и акцентированный объект интерьера, то он должен быть ярким и видимым со всех сторон. Фоновый объект не привлекает внимание, он лишь поддерживает общую атмосферу.

Учет пристрастий публики. Прежде чем окончательно воплотить в жизнь свои воображаемые проекты, задумаемся, понравятся ли они главным зрителям. Так, люди пожилого возраста обычно не любят мельтешения красок, излишне быстрые потоки воды. Дети обожают смотреть на меняющиеся световые и водные картины, а еще с большим удовольствием — управлять эффектами с помощью кнопок или микрофона. Молодые люди предпочитают шоу с динамическими, энергичными световыми и водными картинами.

Использование аквасистем — это стремление к новизне, неординарности, желание сделать окружающее пространство уникальным. В них очень ценен психологический комфорт, ведь такие системы не только украшают интерьер, но и способствуют релаксации, медитации, наполняют окружающую микросреду движением и красками.

Москаленко Д.В., 3 курс, спец. «СМС», ХДАДМ

Наук. керівник: ст. викладач кафедри українознавства Токар М.І.

МИСТЕЦТВО СЛОВА

Володіння мистецтвом слова — одна з обов'язкових умов для досягнення успіху в професійній діяльності. Уміння виступати публічно було корисним навиком в усі часи. Люди, які відмінно володіють словом, завжди будуть потрібні суспільству і зможуть знайти собі роботу. Це не секрет, що таких людей небагато, вони завжди виділяються серед оточуючих. Вони виявляються успішними керівниками, політиками, бізнесменами, журналістами, письменниками, викладачами, так як у багатьох професіях знання риторики відіграє найважливішу роль.

Ораторське мистецтво – живий процес, зумовлений духом часу. Воно висвітлює найважливіші, найбільш хвилюючі соціально-політичні питання, пропагує рух науки і техніки, досягнення всенародної практики. Чуйність до віань часу, уміння швидко й правильно реагувати на важливі події сучасності – інші, не менш характерні риси та властивості ораторського мистецтва. Його найважливіша особливість – мобільність, оперативність, уміння вчасно прийти на допомогу широкому колам суспільства для роз'яснення найскладніших питань сучасності.

Ораторське мистецтво в найпростіших формах з'являється з виникненням людського суспільства. Дар слова як кращий засіб вираження різноманітних процесів внутрішнього життя людини, як могутнє знаряддя підкорення своєї волі інших, як засіб живого спілкування за своєю сутністю став основою у твердженні могутності людини і людства. Спочатку підпорядкування волі однієї людини іншій відбувалося несвідомо, у вигляді прохання, безпосереднього вираження своїх потреб. Дар слова взагалі незначно відрізнявся від інших видів внутрішньої діяльності людини, що виражалася словом. Лише пізніше, на вищому етапі розвитку людини і суспільства, з'явилася постійна потреба в слові, що повинне переконувати. Така властивість слова стала його відрізняти від простого вираження думки.

Уміння переконувати співрозмовника, правильно й красиво говорити, привертати увагу й здобувати довіру слухачів потрібне нам в усіх сферах життя. Володіння мистецтвом слова — одна з умов для досягнення успіху в багатьох професіях. Питання мови – питання майстерності. Не лише письменникам, а й службовцям потрібно, дотримуючись найточнішого слова, збагачувати свій словниковий запас, дбати про те, щоб мова була добірною, барвистою.

Успіх кожного оратора, його роль і авторитет у кінцевому рахунку завжди залежать від того, у якому ступені він виражає думки, почуття, настрої, прагнення, інтереси мас, класів, націй, окремих соціальних шарів і груп. Наскільки він просто, чітко, послідовно, логічно і разом з тим яскраво, образно, емоційно висловлює їх, наскільки гармонічно з'єднує силу думки із силою почуттів, абстрактність і образність у мисленні і почуттях.

У сучасному суспільно-політичному житті, у системі освіти і виховання, науки і культури велике місце займають засоби масової інформації, літерату-

ра і мистецтво. Однак роль живого слова, усного виступу свого значення не втратила. Як і багато років тому, гарного оратора слухають затаївши подих.

Література:

1. Зубков М.В. Сучасна українська ділова мова [Текст]: підручник. – Вид. 2-е. – Х. : Торсінг, 2002. – 448 с. – ISBN 966– 670– 044– 1.
2. Канавець Р.С. Ділова мова: сучасний вимір [Текст]: підручник. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 196 с. – ISBN 978– 966– 364– 681– 7.
3. Кацавець Р.С. Українська мова: професійне спілкування [Текст]: підручник. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 256 с. – ISBN 978– 9663– 64– 500– 1.

Нагорнюк Р.В., 3 курс, спец. «ДО», ХДАДМ

Керівник: канд. мистецтв, доц. кафедри «ДТО» Єременко І.І.

ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ НА ФЕШН-ІНДУСТРІЮ

Прикметною особливістю сучасного глобалізованого світу є неможливість провести чітку межу між економічними процесами з одного боку, та політичними, суспільними і культурними, а зокрема і модними, – з іншого.

Економічний підхід до вивчення моди трактує її як ефективний засіб розширення збуту та форму реклами товарів, виявляє зв'язок моди з економічним розвитком. Мода формує запити масового споживача, змушуючи покупців купувати речі понад їх реальні потреби. Механізми ринкової економіки включають і плановане зістарення речей. Мода впливає на поведінку людини у сфері споживання, на формування певної структури потреб. В області моди виробляються стандарти споживання і соціальні образи речей.

Змістовним видається тлумачення моди американським економістом і соціологом Торнестейном Вебленом. У своїй знаменитій роботі «Економічна теорія жіночого одягу» (1899) він визначає моду як жіночий одяг з найбільшим індексом показного марнотратства – принцип, який заперечує економічність одягу в сенсі його функціональної ефективності, тобто використання як покриття, захисту тіла. Нам не важливо, як він «захищає» нам важливо, щоб він демонстрував наш успіх, який проявляється як здатність платити за непотрібні речі. Попит на одяг з яскраво вираженим принципом показного марнотратства, як попит на демонстрацію успіху в сучасній культурі призводить до його масового виробництва. Одяг здешевлюється, стає масовим і тому доступним і вже не має високого індексу показного марнотратства. Дана мода проходить.

Перехід до масового виробництва готового одягу і предметів побуту, формування масової культури створили основу для демократизації моди – доступності нових модних стандартів і зразків практично для всіх соціальних груп, так як можливості сучасного виробництва дозволяють практично негайно запропонувати споживачам модні зразки різної вартості. Створення масового ринку та розвиток сучасних засобів масової інформації є причинами прискореного розповсюдження моди, що, у свою чергу, призводить до скорочення тривалості модних циклів.

Індустрія моди, з кожним роком, все більше впливає на населення і посідає ключове місце в економіці розвинених країн. За зарубіжними оцінками, на даний етап часу, більше 2/5 усього світового виробництва товарів і послуг припадає, прямо або опосередковано, на індустрію пов'язані з модою. З початку століття сфера моди має найвищі темпи розвитку, при цьому впливаючи на стан суміжних галузей. Економіка моди залучає в обіг сотні мільярдів доларів і, при цьому, забезпечує роботою ¼ робочих місць, завдяки чому бюджети країн – зростають. Ця статистика показує, що економіка моди стала ключовим джерелом витрат для споживачів і ключовим джерелом доходів для виробників і країн, які стали еталонами моди.

Сама мода як соціальний феномен, відома ще з античних часів, але лише у період з 1800-го по 1960-ті виробництво модних атрибутів поступово перетворилася з малого бізнесу в масове виробництво, і стало індустрією. Мода стала фактором економічного зростання. В період з 1950 – 1960-е, в розвинених країнах, з'являється суспільство масового споживання і розвивається система прогнозування моди, з'являються фірми з аналізу тенденцій розвитку моди, які допомагали масовому виробництву готових виробів приймати «масштабні» і довгострокові рішення про закупівлю необхідної сировини і обладнання. Виробники стали залежати не тільки від нововведень дизайнерів, але і від того, які матеріали є в наявності, а, виробник матеріалів, у свою чергу, залежить від того, яка сировина є в наявності у нього. Починаючи з 1990-х років і по наш час, індустрія моди розщеплюється і займає все більше місць на ринку економіки. Зараз стан економіки майже на 40% залежить від того, що відбувається в індустрії моди; індустрія моди на 30% залежить від сировини, необхідної для виробництва і на 30% – від споживачів, їх бажань і потреб. Досі суспільство демонструє через одяг свій статус і добробут, але, на відміну від античного часу, речі дорожчають у багато разів, лише за умови, що ця річ має логотип і ідею, вкладену в її появу.

Мода має двояку природу: вона – культурне явище і в той же час один з критеріїв виробництва, безпосередньо пов'язаний з технологічною стороною. Економіка моди – комплекс економічних форм, інструментів, що використовуються нарівні з творчістю для створенню нових моделей і втілення творчих ідей у вироби. Необхідно забезпечити створення неповторних творчих ідей, їх реалізацію, виробництво і продаж цих нових (модних) виробів, придбання потрібних матеріалів, обладнання, розповсюдження реклами, обслуговування покупців, тобто функціонування того, що в комплексі є економічним поняттям – «фешн-індустрія».

Висновок: мода – це економічний чинник, економічний двигун. Мода відіграє величезну роль в економічній системі, а стан економіки в країні впливає на фешн-індустрію.

Література:

1. Агабабян К.А. Эволюция и инволюция художественного образа многомерного объекта в дизайне одежды: автореф... канд. искусств.: спец. 17.00.06 «Техническая эстетика и дизайн» / Агабабян Каринэ Арамаисовна – М., 2006.- 25 с.
2. Аннет Л. Изменения в моде. Причины и следствия / Линч Аннет, Штраус Митчелл;

- [пер. с англ. А.Гольдина]. — Минск: Гревцов Паблішер, 2009. — 280 с.
3. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна / Т.Ю. Быстрова. — Екатеринбург: Уральский ун-т, 2002. — 288 с.

Настобурко Я.Ю., 4 курс, спец. «Графічний дизайн» ХДАДМ
Керівник: канд. мистецтвознавства, проф. Сбітнєва Н.Ф.

ВІДРОДЖЕННЯ УКРАЇНИ У ГРАФІЦІ ДЕРЖАВНИХ СИМВОЛІВ ГЕОРГІЯ НАРБУТА

Поняття «відродження України» передбачає відновлення держави на різних рівнях: географічному, економічному, політичному, духовному та обов'язково культурному. Одним з тих, хто відроджував українську державу на початку ХХ століття саме на культурному рівні був Георгій Нарбут, який став творцем перших українських державних символів, таких, як герб та печатка, грошові знаки й поштові марки.

Поштова марка та банкноти вважаються атрибутами державності, бо є не просто знаками оплати, — вони відображають історію, культуру, фінансову систему та систему зв'язку між громадянами держави. Державні символи, створені Г. Нарбутом, нагадують про славнозвісне козацьке минуле та Гетьманщину, передаючи дух свободи, мудрість та незламність українського народу. Вся змістова частина гармонійно підкріплена графічно за допомогою «нарбутівського» стилю, на створення якого значний вплив справило українське малярство і графіка XVII-XVIII століть, геральдика, стародруки, кераміка, вишивка та українські килими [1]. У народному мистецтві Нарбута зацікавила не формальна, а орнаментально-композиційна та сюжетна сторона. У знаках домінуючими стали барокові природні елементи, зроблені в модерновому мистецькому розумінні та збагачені соціальним змістом. За думкою дослідниці О. Лагутенко, його графіка тяжіє до орнаментики та геральдики старовинних гравюр [2]. Він малює постаті, деталі українського народного орнаменту й об'єднує їх чіткою графічною логікою в гармонійне ціле [3]. Спільним для банкнот і марок є використання «фірмових» цифр, створених за допомогою зовнішнього силуету й рослинного візерунку всередині та зображення знака Володимира — тризуба, який згодом став державним гербом України.

Нарбут створив самобутні ескізи українських грошей номіналом 10, 100 і 500 гривень. Працюючи над ескізом українського грошового знаку, митець створював особливо глибокий національний малюнок. Образи, які розміщувалися на банкнотах, мали суто український характер і зображали життя українців, їх прагнення та сподівання на краще майбутнє. При оздобленні банкнот Нарбут також використовував свій власний шрифт, у пластичі якого гармонійно поєднані округлі елементи з гострими закінченнями.

Георгій Нарбут також розробив поштові марки Української Народної Республіки в 30, 40 і 50 шагів. За задумом, нові знаки показували національну спрямованість, інформативність, а також були спроможні «працювати» за новими поштовими тарифами. Характерною особливістю «нарбутівських» марок є перенасиченість декоративними рослинними орнаментами, які заповнюють весь вільний простір. Марки були надруковані в одну фарбу: зе-

лену, червону або синю. Невід'ємним елементом марок є схрещені поштові ріжочки.

Георгія Нарбута можна, без тіні сумніву, назвати великим українським митцем, який не лише розвивав українське мистецтво й вивів його на міжнародний рівень, а й приймав безпосередню участь у відновленні та становленні державності та самостійності України. Георгій Іванович став частиною національного відродження 1920-х років. В своїх творах митець розробляв ідею відродження Гетьманської держави, що вела боротьбу за незалежність та свободу. Опираючись на міцне коріння народного мистецтва, з якого він брав натхнення, мотиви, народну мудрість, він творив нову українську культуру і доносив її до народу.

Література:

1. Білецький П.О. Георгій Іванович Нарбут: нарис про життя і творчість / П.О. Білецький. – К.: Держвидав образотворчого мистецтва і муз. літ. УРСР, 1959. – 48 с.
2. Лагутенко О.А. Нариси з історії української графіки ХХ століття / О.А. Лагутенко. – К.: Грані-Т, 2007. – 168 с.
3. Кураса І.Ф. Нарбут Георгій Іванович. Український художник-графік / Провідники духовності в Україні: довідник / І.Ф. Кураса. – К.: Вища школа, 2003. – 783 с.

Нестеренко А.А., 1 курс, спец. «СЖ»

Руководитель: проф. кафедри „Скульптури” Наталуха И.Н.

КОЛЕННЫЙ СУСТАВ

Изучение коленного сустава в пластической анатомии является важной темой, актуальной, необходимой для профессиональной работы художника. Коленный сустав — самый большой и наиболее сложный по своему строению, его элементы тесно взаимосвязаны между собой и играют важную роль в жизнедеятельности человека. Даже небольшие проблемы с любой частью коленного сустава могут привести к скованности движений или их полному отсутствию. Художнику важно знать пластику коленного сустава, чтобы правдиво и естественно передать изображение человека в картине.

Коленный сустав образуется тремя костями — нижним эпифизом бедренной кости, верхним эпифизом большой берцовой кости, внутренней поверхности надколенной чашечки; он укреплен со всех сторон крепкими вспомогательными связками, защищен спереди надколенной чашечкой и крепким сухожилием самой мощной мышцы бедра — четырёхглавого разгибателя голени. Внизу бедренной кости видно два возвышения, каждое из которых обладает шарообразной формой — мыщелки. Они покрыты хрящом, образуя суставную поверхность. У большеберцовой кости тоже есть суставная поверхность плоской формы. Это большеберцовое плато, состоящее из двух половинок: а) медиального плато, находящегося ближе всего к срединной линии тела человека; б) латерального плато, расположенного чуть дальше. Бедренные мыщелки формируют характерный желоб, по которому скользит надколенник. Окончания костей покрыты суставным хрящом тол-

щиной, главная функция которого — уменьшение трения костей в суставе во время совершения движений, амортизация ударных нагрузок.

Связки коленного сустава фиксируют концы нескольких костей, соединяя их между собой, позволяют дополнительно укрепить суставную капсулу, ограничивая боковые движения в суставе. Внутри колена натянуты передняя и задняя крестообразные связки. Передняя связка удерживает большеберцовую кость от соскальзывания вперёд относительно бедренной кости, задняя связка сдерживает бедренную и большеберцовую кости от соскальзывания назад. Все связки в колене – важные структуры, которые обеспечивают стабильность всего сустава.

Различные движения в коленном суставе обеспечивают мышцы. При фиксированном бедре, они обеспечивают сгибание, разгибание, супинацию и пронацию (вращения) голени, а при фиксированной голени обеспечивают супинацию, пронацию, а также движение вперед и назад бедра. На передней части бедра самая большая мышца человеческого организма (четырёхглавая) крепится к коленной чашечке и к поверхности большеберцовой кости. Мышца колена образуется из ответвлений четырехглавой мышцы и крепится к суставной капсуле, отвечает за движения бедра и голени. Портняжная мышца через поверхность бедренной кости огибает коленную чашечку и крепится к большеберцовой кости, позволяя голени двигаться вперед-назад. Двусоставная тонкая мышца берет начало у локтовой кости. В виде тонкого тяжа она крепится к большеберцовой кости, проходя чуть в стороне от поперечной оси, и помогает сгибать сустав. Подколенные мышцы способствуют вращению колена и сгибанию голени. На задней части бедра имеются полусухожильные мышцы, позволяющие осуществлять вращательные движения голени, разгибательные движения бедра и голени. Икроножные мышцы начинаются в мышечках бедренной кости и отвечают за сгибание голени в колене и в голеностопе. Функция подколенной мышцы заключается в пронации (вращении) голени и ее сгибанию. Эта короткая и плоская мышца располагается с задней стороны колена и начинается у латерального мышечка.

Важно правильно видеть форму коленного сустава при изменении его положения. Надколенная чашечка при движении меняет его внешний облик. При разгибании она поднимается по бедру вверх, выше мышечков сустава, при сгибании опускается вниз. Если коленный сустав максимально согнут, то надколенная чашечка практически не выступает над поверхностью сустава, а колено имеет более округлый вид. Если коленный сустав максимально разогнут, то для него характерен определённый рельеф. При полусгибании — сустав принимает угловатую форму.

Коленный сустав выполняет важную роль. Он обеспечивает возможность движения человека в пространстве, изменения его положения. Поэтому детальное и глубокое изучение коленного сустава поможет лучше понимать динамику тела, что в свою очередь будет способствовать достижению желаемого результата в своей профессиональной работе.

Нижник О.С., 3 курс, спец. «ДІ»

Наук. керівник: доцент. Щербина Е.Б.

УКРАЇНСЬКИЙ ТАНЕЦЬ

Із історії знаємо, як український народ довгими століттями був поневолений ворогами української національної культури. Жорстокими розправами, суворими наказами забороняли друковане й живе українське слово, сміялися і в самий негідний спосіб обезславлювали все найдорожче, що мав український народ: нашу гарну пісню, добрі звичаї, красну народну ношу, навіть Святеє Святих кожної людини, його віру, забирали від нього, туманили його душу, накидали чужу віру ворогів наших, щоб швидше знищити наш народ.

А що ж сталося з українським танцем, цим найяскравішим проявом молодечого віку людини? Чи багато ми знаємо тепер про Великодні Гаївки, про танки Запорозжів, Чумаків і т. ін., а ними ж пишалася колись Україна, вони були неповторні. Ними молодь, а часом і старші люди проявляли свою радість, своє завзяття і чудовий хист [1].

В українській літературі можна знайти багато різноманітних танців, які показуються як багата і розвинена ця галузь народної творчості. Так, наприклад, ми знаємо, що були такі танці: “Гопак, козак, козачок, Бондарівна, Гандзя, Роман, раки, Василиха, Тетяна, Забалкан, сучок, шевчик, Сидір, бички, перепілочка, ножиці, метелиця, гречка, шумка, стриянка, талалайка, кривий танок, Санджарка, гуцулка, манджарка, гайдук, Микита, торбан, волошка, сторцак, швець” [2, ст.7-9]. Хоч як багато, здавалось би, перелічено назв танців, то все ж вони не охоплюють всього танкового мистецтва, що має в собі Великий Український Народ.

Територію України можна розділити на 5 зон по їх етнографічних особливостях і відмінних рисах за українським народним танцем. Перша зона — Центральна Україна. Культура цього району дуже багата танцем. Тут танцюють веснянки, хороводи, козачки і, звичайно, гопак. Друга зона — Полісся. Тут найбільш поширені «прутняк» і «поліський гопак». Танці цієї зони примітні більш дрібними обережними кроками з прискоком, мало в чому схожими на кроки в танцях Центральної України. Третя зона — Поділля. Тематика танців цієї зони в основному ігрова та трудова. Серед популярних такі танці, як «Марина», «Роман», «Нікола», які побудовані на відносинах між учасниками та ігровому елементі. Тут дуже поширені хороводи і обрядові танці. Четверта зона — Карпати. Культура цього району в тому числі танцювальна, формується великими і малими народами, серед яких бойки, гуцули, буковинці, верховинці, станіславці та ін. Тому виділити щось окреме важко. П'ята зона — Крим. Тут з українських народних танців найбільш популярний херсонський гопак. [4, ст.1-2].

Слід відзначити, що в Україні й за кордоном українське танцювальне мистецтво репрезентує звичайно «Гопак», культ якого склався на початку 20 століття. Такій популярності сприяло, насамперед, використання народних танців у спектаклях українського театру, підхоплене шоу-групами і навіть окремими виконавцями.

Справжній фольклорний гопак був переважно сольним чоловічим танцем, в основі якого лежала імпровізація і змагання. На думку дослідника козацьких танців Вадима Купленника попередником гопака був танець «Козак», і лише внаслідок заборони Катериною II самої назви козаків та подальших цензурних утисків танець змінив назву. Про неабияку популярність «Козака» ще в XVII столітті свідчить його поширення не тільки в Україні, але й у Польщі, Московії(варіант «Козачок») та інших європейських країнах. Так у Франції в 60—70-х роках XVII століття був відомий український танцювальний театр під назвою «Па де Козак», який вже тоді репрезентував українське мистецтво танцю[3].

Отже протягом всієї історії українського народу розвивався і збагачувався новими відтінками і настроями і український народний танець. Ви знайдете в ньому все: м'який гумор, велич перемог і героїзм боротьби, радість творчої праці і завзяті веселощі.

Література:

1. Вікул О. Жива вода. Вересень, 1994.
2. Авраменко В. Українські національні танки, музика і стрій. — К.-Львів, 1947. — С. 6-17.
3. Василенко К. Лексика українського народно-сценічного танцю. — 1985.
4. <http://www.redkyb.ru/boh/dans/bookstan/doslid2-2.html>

Новіков М. Ю., 3 курс, спец. «МЖ»

Наук. керівник: ст. викл. каф. укр-ва Токар М.І.

ДІЛОВА РИТОРИКА

Метою дослідження є розгляд тлумачення слова риторика та його законів.

Слово «Риторика» походить від грецького *rhetorike*, що в перекладі означає «ораторське мистецтво».

Батьківщиною красномовства вважається Стародавня Греція. Публічно, думкою більшості присутніх в полісах вирішувалися найважливіші політичні і державні питання, відбувався суд. При цьому обвинувачем і захисником міг стати будь-яка людина, а обвинувачений захищався сам, переконуючи суддів і присутніх у своїй невинності. За таких умов у більш вигідному становищі виявлялися ті, хто, володіючи даром слова, умів розташувати до себе слухачів, переконати у своїй правоті. Красномовство стало одним з найважливіших навчальних предметів. Метою риторики як науки стала задача навчання вільної, доцільною і переконливою мови.

Довгий час риторика була наукою про публічну усного мовлення, про способи докази і переконання, про форми впливу на аудиторію. Розглядаючи відносини оратора з аудиторією як антагоністичні, антична риторика завданням оратора представляла необхідність переконання публіки, а для цього необхідно «завоювати» її розташування і увагу. При цьому публіка представлялася як щось однорідне в соціальному плані і щодо психофізичних характеристик.

При включенні в предмет риторики письмової мови розширюється спектр розглянутих нею проблем. До традиційним аспектам риторики — логічний

аспект мовлення, композиційний аспект мови, елокутивний аспект (елокуція — словесне вираження) — з розширенням предмета риторики починає ставитися стилістика, основу якої в російській риторичі закладає М.В.Ломоносов. Поступово загальна риторика починає розпадатися на ряд самостійних дисциплін — стилістика, поетика, герменевтика (наука про розуміння тексту), теорія літератури — і ряд приватних риторик: у громадській сфері діяльності, дипломатичне красномовство, судове красномовство, академічне красномовство, політичне красномовство, духовне красномовство (гомелетики), торгове (ділове) красномовство, військове красномовство, ділова риторика, в основному орієнтована на персональне спілкування. Дослідженням риторичі є правила і прийоми ефективного ділового спілкування. Результативність мови стає тим практичним показником оволодіння уроками мовленнєвої майстерності, який забезпечує в демократичному суспільстві персональний зростання, престиж і конкурентоспроможність.

Висновки. Вміння правильно сказати, а найголовніше зацікавити людину «підчепити його на гачок» змусити його задуматися про дію або процес який оратор пропонує слухачеві — це наука. Ділова риторика сформована на персональне спілкування, тобто навіть з публікою потрібно вести бесіду як з персоною і щоб переконати її в своїй правильності їй потрібно завоювати довіру публіки чи особи.

Література:

1. Атватер Й. Я вас слухаю... Советы как правильно слушать собеседника. — М.: Экономика, 1984. — 112 с.
2. Бандурка А. М., Бочарова С. П., Землянская Е. В. Психология управления. — Харьков: Фортуна-Пресс, 1998. — 464 с.
3. Бурлачук Л. Ф., Келесі М. Про критерії розвитку особистості // Вісник Київського університету. Серія: Соціологія. Психологія. Педагогіка. — Вип. 2. — К., 1996. — С. 90–93.

Новицька Г.М., 1 курс, спец. «Графіка», ХДАДМ

Наук. керівник: к.і.н., доцент Чадаєва К.Ю.

РОЛЬ ДМИТРА ЯВОРНИЦЬКОГО В НАУЦІ ТА МИСТЕЦТВІ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. Дослідження будь-якої історичної постаті потребує детального опрацювання не тільки з точки зору фактів, а також за допомогою вивчення пам'яток культури та мистецтва. Це дає змогу ширшого розуміння проблеми, формує цілісний історичний образ.

Аналіз останніх досліджень. Багато істориків та мистецтвознавців вивчали життєвий шлях великого науковця Д. Яворницького. Особливої уваги заслуговують дослідження М.М. Шубравської, А.Ф.Парамонова, І.М.Тимофєєвої, Тележняка К.О.

Мета дослідження. Ознайомити сучасників з життям та діяльністю Дмитра Івановича Яворницького. Розкрити значимість його постаті, дивлячись через призму художнього витвору великого майстра Іллі Юхимовича Рєпіна.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Запорожці пишуть листа турецькому султанові»- це відома картина Іллі Юхимовича Рєпіна. На полот-

ні майстерно зображено історичний епізод, який зацікавив художника своїм незвичайним сюжетом. Репін був закоханий у Запоріжжя, а козаків називав «правдивими лицарями», які відстоювали свою свободу, захищали пригноблений народ і назавжди скинули польське панство і шляхту. На картині зображені колоритні персонажі запорізьких козаків, майстерно написані деталі тогочасного побуту та одягу.

Особливу увагу глядача привертає образ писаря, який знаходиться в композиційному центрі картини. Він вирізняється стриманістю та акуратним одягом, а головне тим, що він єдиний, хто володіє грамотою. Для цього персонажу Репіну позував Дмитро Іванович Яворницький. Саме він порадив художнику розпочати роботу над картиною. Недарма Репін у своїй картині акцентував на «вченості» та інтелігентності писаря. Яворницький і в житті був непересічною особистістю, ученим з широким колом інтересів: історик, археолог, фольклорист, етнограф, лексикограф, письменник-прозаїк, що пробував свої сили й у віршуванні.

Він народився 7 листопада 1855 року в селі Сонцівці Харківського повіту (нині село Борисівка Дергачівського району Харківської області). У 1877 році Дмитро Іванович вступив до Харківського університету на історико-філологічний факультет, який успішно закінчив у 1881 році. Яворницький був дуже освіченою людиною: крім української та російської він володів німецькою, французькою і грецькою мовами, багатим лексичним матеріалом, частина якого ввійшла в українсько-російський словник Б. Грінченка. Ще за студентських років його охопило велике бажання дослідити і висвітлити на сторінках своїх праць запорізьку давнину. Історія Запоріжжя була в центрі уваги Яворницького. Він подорожував шляхами України, збираючи фольклорні перлини свого народу, а пізніше зацікавився і матеріальними скарбами минувщини. Саме ці мандрівки сформували наукові інтереси Яворницького. Він почав збирати матеріали для написання магістерської дисертації. Але перші ж публікації Дмитра Івановича з цієї проблематики викликали різке невдоволення консервативно настроєних істориків і безпосереднього керівництва, привернули особливу увагу царських сановників. Його звинуватили у сепаратизмі та звільнили з посади викладача історії в університеті. Аналізуючи лист Яворницького до вчителя Полтавської гімназії Г. І. Маркевича від 4 жовтня 1884 року, ми можемо визначити ставлення самого вченого до ситуації, яка склалася: «Якби Ви знали, як я люблю своє Запоріжжя і його сердешних сіромах?! Все готовий залишити, з усім готовий розлучитися, лише б тільки одна моя нога могла стояти на священній для мене землі! До речі, це так. Але що ж з того? Невже я сепаратист? І не думав і не думаю бути сепаратистом.»

Після цих подій вчений був змушений переїхати до Петербурга. У столиці Яворницький входить в гурток прогресивної художньої інтелігенції, де спілкується з О. Сластьоном, із співвітчизниками-земляками: Кропивницьким, Заньковецькою, Старицьким, Саксаганським, Карпенком-Карим. Він не полишає копіїткої праці та пише передмову до поеми «Гайдамаки», викладає в кількох навчальних закладах, активно спілкується з письменниками, художниками, студентською молоддю, влаштовуючи суботні вечори. Для бага-

тьох друзів Яворницький стає порадиником та консультантом. Також саме він надихає М. Лисенка на створення опери «Тарас Бульба».

В цей час Яворницький знайомиться з Репінім. Як писав Дмитро Іванович у спогадах, познайомилися вони під час панахиди по Т. Г. Шевченку, що її правила українська громада у Казанському соборі в Петербурзі.. Їх спілкування перетворилося у міцну дружбу, яка тривала довгі роки. Цих двох людей об'єднувало те, що вони були земляками, палко любили свою Батьківщину і обоє захоплювалися історією Запоріжжя.

Дізнавшись про задум художника написати картину, Яворницький допоміг йому конкретизувати тему, датуючи її 1674 роком. Однією з центральних фігур картини обрали Івана Дмитровича Сірка. Це був легендарний кошовий отаман, який народився в Мерефі, неподалік від Харкова.

Для того, аби написати таке грандіозне полотно Репіну потрібно було опрацювати багато історичного матеріалу. Книги Яворницького слугували художнику головним джерелом вивчення історії Запоріжжя. Ілля Юхимович з великим задоволенням читав «Історію запорізьких козаків», двотомник «Запоріжжя у залишках старовини і переказах народу» та «Збірник матеріалів для історії запорізьких козаків». Яворницький запропонував Репіну користуватися своєю колекцією матеріальних пам'яток Запоріжжя, яку він почав збирати ще у студентські роки. Вона налічувала більше трьохсот експонатів. Це були зброя, посуд, одяг козаків. Відомо, що Репін робив замальовки з бандури Мазепи, срібної сулії, порохівниці, чорнильниці, які ми тепер бачимо на картині. Також до послуг художника була велика колекція зброї, скіни, чоботи, кобза, трубки. Яворницький віддав другу фотознімки запорозького прапора, на якому зображені запорожці, що плывуть на галері по Чорному морю, фотографії нащадків запорожців, фоторепродукції старих картин, знімки Дніпровських порогів. Завдяки плідній співпраці художника та історика тепер наш сучасник, споглядаючи картину, має можливість зазирнути через століття у минуле та побачити епізод з життя козаків з історичною точністю.

Багатоплановість творчих пошуків, неординарність мислення, причетність до найбільш важливих питань суспільного життя приваблювали сучасників до Дмитра Івановича. Яскраві публічні виступи на історичну тематику, цікаві, часом інтригуючі публіцистичні та наукові твори вирізняли його серед інших науковців. Чуйність, відвертість і доброзичливість були характерними рисами дослідника. Прикладом того як Яворницький впливав на оточуючих був той факт, що Репін з усією сім'єю палко захопився історією Запоріжжя. Дочка Репіна згадувала: «Почти каждый день папа читал вслух о запорожцах по-малоросски в стихах... и рассказывал о Сечи. Моему маленькому брату Юре vybrили голову и оставили чуб; на круглой голове его сначала висел маленький, а потом вился длинный «оселедец», который он заматывал за ухо. И желтый жупан ему сшили с откидными рукавами, когда крестный его Мурашко привез ему малороссийскую рубашку и шаровары». Також, в подальшому, під впливом Яворницького у творчому доробку Репіна з'явилися й інші картини із запорозької тематики.

Популярність вченого поступово зростала. Цьому багато в чому сприяла його ґрунтовна обізнаність з першоджерелами, їх глибокий і вдумливий аналіз. За життя йому довелося брати участь у розкопках сотень курганів, козацьких могил. Він був палким популяризатором наукової археології як основи історичної науки і обстоював захист археологічних об'єктів від скарбощукачів. Вагомий внесок зробив Яворницький у становлення історичного краєзнавства. Також започаткував жанр так званої туристської літератури. У пошуках нових фактів та даних з історії Запорізької Січі він відважився відвідати навіть далекі сховища документів у Персії, Палестині, Туреччині, Польщі. Добре вивчив фонди архівів Москви, Києва, Соловецького монастиря і т. д. У 1905 році він очолив Катеринославський музей, в якому розділ, присвячений запорізькому козацтву був найбагатший у світі. Музей був винятковим явищем культури, оскільки зберігав унікальні твори народного мистецтва, речі побутового вжитку, архівні матеріали. Він дослідив звичай розмальовувати хаги узорами й уперше кваліфікував цей звичай як народне мистецтво, гідне вивчення. Яворницькому належить першість відкриття й дослідження петриківського декоративного розпису, нині відомого в усьому світі. Зразки цього мистецтва завдяки Яворницькому 1905 року потрапили через археолога та етнографа Федора Вовка до колекції українського розділу етнографічного відділу Російського музею у Петербурзі. Навіть в немолодому вже віці Яворницький зостався енергійним та завзятим. Він до початку будівництва Дніпрогесу та під час його організував обстеження будівельних робіт і виявив багато цінних знахідок, які могли бути назавжди втрачені.

Помер вчений 5 серпня 1940 року у Дніпропетровську, де і був похований на міському кладовищі. Але в 1961 році його останки перенесено на територію Дніпропетровського історичного музею.

Висновок. Дмитро Іванович Яворницький усе своє життя присвятив служінню Україні та своєму народові на ниві національної культури. Він спілкувався і співпрацював із провідними діячами: Л. М. Толстим, М. І. Костомаровим, І. Ю. Рєпіним, М. Л. Кропивницьким, М. К. Садовським, П. К. Саксаганським, В. В. Стасовим, О. І. Купріним, М. В. Лисенком, М. М. Коцюбинським, А. П. Цеховим, О. М. Горьким та іншими. Перебуваючи в постійному пошуку, Яворницький синтезував свої наукові знання з культурою і мистецтвом. Вивчаючи його життя та діяльність, ми пізнаємо славне минуле України.

Література:

1. Баран, Володимир Кіндратович Україна: новітня історія (1945-1991 pp.) / НАН України; Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича. — Л., 2003. — 669с. — Тит. арк. парал. укр. та англ. мовами. — Бібліогр.: с. 446-479. — ISBN 966-02-2917-8.
2. Енциклопедія історії України [Текст] : у 5-ти т. / Редкол.: В.А. Смолій (голова), Я.Д. Ісаєвич, С.В. Кульчицький та ін.; ред. рада: В.М. Литвин (голова) та ін.; НАН України, Ін-т іст. України. — К. : Наук. думка, 2003
3. Україна. Історія. [Текст] / О. Субтельний ; пер. з англ. Ю. Шевчук ; вступ. ст. С. В. Кульчицький. — К. : Либідь, 1991. — 512 с. : іл. — ISBN 5-325-00090-X
4. Україна: хронологія розвитку [Текст] : у 6-ти т., / авт., кер. проекту: А.В. Толстоухов, В.О. Зубанов — К. : Кріон, 2010

Odegowa Inna — Studentin des zweiten Studienjahres der Fakultät «Design der Umgebung» der Spezialisierung «Das Interiordesign» der Charkower Staatlichen Akademie für Design und Künste.

Leiterin: *Skrynnik Natalija Anatoljewna*

BERUFSBILD DES INNENARCHITEKTES

Der Beruf „Innenarchitekt“ ist inhaltlich zwischen Kunst und Design, Werkstofftechnik und Architektur einzuordnen. Innenarchitekten gestalten und planen Innenräume unter Berücksichtigung künstlerischer, wirtschaftlicher, technischer und ökologischer Gesichtspunkte. Das Aufgabenspektrum reicht von der Wahl der Tapetenfarbe, der Wärmedämmung und der richtigen Akzentuierung der Beleuchtung bis hin zum Möbeldesign. Sie beraten, betreuen und vertreten ihre Kunden in allen mit der Planung und Ausführung einhergehenden Angelegenheiten.

Um Innenarchitekt zu werden ist ein in der Regel elf Semester andauerndes Fachhochschulstudium nötig. An Universitäten wird Innenarchitektur nicht als Hauptfach, sondern teilweise als Studienschwerpunkt oder Teilaspekt eines Kunst- oder Architekturstudiums angeboten. Nach Erlangen des Diploms müssen Absolventen zwei bis drei Jahre Berufspraxis vorweisen, ehe sie den Titel Innenarchitekt führen dürfen.

Beschäftigt werden Innenarchitekten unter anderem in Innenarchitekturbüros, in Architektur- und Ingenieurbüros, in Einrichtungshäusern bzw. der Möbelindustrie, Werbeagenturen, Fernsehanstalten oder im Theater.

Charakterzüge des Designers sind: Ideenreichtum, gutes räumliches Vorstellungsvermögen, Flair für Gestaltung, ausgeprägter Form- und Farbensinn, Fähigkeit zur Abstraktion, zeichnerische Begabung, Verhandlungsgeschick, technisches Verständnis, Ausdauer.

Innenarchitekten planen Konzepte für Innenräume in Absprache mit den Auftraggebern, sie begleiten die Umsetzung und koordinieren die Handwerksarbeiten. Sie gestalten Räume mit vorhandenen Möbeln oder entwerfen individuell neue Möbel oder Einrichtungsgegenstände wie z.B. Lampen. Sie nehmen Wände heraus oder ziehen zusätzliche ein, hängen Decken herab oder machen einen Durchbruch für eine Galerie oder ein Oberlicht. Sie planen Küchen und Bäder in den unterschiedlichsten Preislagen. Bei der Einrichtung einer Betriebskantine geht es hauptsächlich darum, dass sie praktisch und wirtschaftlich ist. Soll eine Wellness-Oase für ein Luxushotel erstellt werden, dann haben die Innenarchitekten und -architektinnen einen viel größeren Spielraum und können viel kreativer arbeiten. Sie verfügen über sehr gute Stoff- und Materialkenntnisse, wissen wie unterschiedliche Farben und Materialien wie Marmor oder Holz in Räumen wirken. Sie wissen in welche Richtung die modischen Trends gehen und beraten ihre Kunden entsprechend.

Innenarchitekten und geht es darum, Form und Funktion möglichst harmonisch miteinander zu verbinden. Da sie an bauliche Gegebenheiten und behördliche Vorschriften gebunden sind, müssen sie sehr flexibel sein und sich schnell auf die Verhältnisse einstellen können. Neben baulichen Maßnahmen wie Wärmedämmung oder die Beachtung der Statik müssen sie bei ihrer Planung auch technische Besonderheiten, die z.B. Heizung, Akustik, Elektrizität betreffen, berücksichtigen.

Für den Innenarchitekt gibt es solche Arbeitsfelder:

- Ausstellungsbauten (Messebauten, Museen)
- Betreuungs- und Pflegebauten (u.a. Seniorenbauten, Krankenhäuser, Pflegeheime, Arzt- und Anwaltspraxen)
- Freizeit- und Erholungsbauten (u.a. Kureinrichtungen, Sportstätten, Wellnesseinrichtungen)
- Handelsbauten (Geschäfte)
- Hotel- und Gastronomiebauten (u.a. Hotels, Restaurants, Bars)
- Kulturbauten (u.a. Opern, Theater, Diskotheken, Konzerthallen, Versammlungsstätten)
- Private Wohn- und Arbeitsbauten (u.a. Villen, repräsentative Wohnungen; Ateliers, Bibliotheken)
- Sakralbauten (u.a. Kirchen, Synagogen, Moscheen)
- Verwaltungsbauten (u.a. Bürobauten, Banken, Arbeitsplatzgestaltungen, Konferenz- und Schulungsräume)
- Verkehrsbauten (u.a. Flughäfen, Flugzeuge, Bahnhöfe, Wohnwagen)

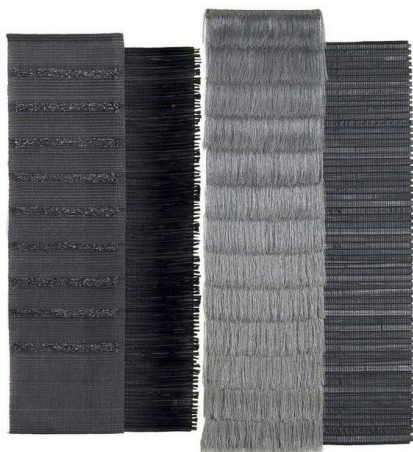
Оренко Е.В., 3 курс, спец. «Дизайн тканей»

Науч. руководитель ст. преподаватель каф. ДТО Чумаченко М. П.

ВТОРСЫРЬЕ И СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН

В настоящее время перед человечеством остро встала проблема экологии. И в первую очередь это проблема загрязнения окружающей среды. Источником этой проблемы являются все отрасли человеческой жизни. Рассмотрим эту проблему с точки зрения легкой промышленности, а именно текстиля.

Сейчас на Земле проживает более 7 миллиардов людей. Если у каждого человека из 7 млрд. была бы только одна пара штанов, одна рубашка и одна



куртка, то получится 21 млрд. предметов одежды. Но каждый из нас владеет куда большим числом предметов одежды. Более 80 млрд. единиц одежды производится ежегодно по всему миру. И сколько одежды люди выбрасывают? В среднем выбрасываемый текстиль составляет пять процентов от веса твердых бытовых отходов. Ежедневно в мире выбрасывается 3,5 млн. тонн мусора. Это количество продолжает расти, и вместе с ним продолжает расти количество выбрасываемого текстиля. Это необратимый процесс, поскольку одежда изнашивается, мода не стоит на месте, и, естественно, человеку приходится избавляться от нее, приобретая новую. Но не стоит при этом забывать об альтернативных способах утилизации. Одним из таких способов является вторичная переработка сырья. Повторная переработка имеет ряд преимуществ: отпадает необходимость использовать первичные волокна, вторичная переработка требует использование меньшего количества воды и энергии, а в связи с этим уменьшается и уровень загрязнения, уменьшается также необходимость в использовании красителей.

Естественно, процесс переработки тканей из натуральных волокон отличается от тканей из синтетических.

Для натуральных тканей собранный материал сортируется по типу волокон и цвету (таким образом, исключается необходимость в повторном окрашивании). Далее материал разбирают на волокна и измельчают, при необходимости смешивая с другими волокнами. Затем нити повторно скручивают для изготовления из них нового материала.

В случае, когда перерабатываемые изделия сделаны из материала на основе полиэфира, то они измельчаются, а затем гранулируются и превращаются в полиэфирную крошку. Впоследствии крошка плавится и используется для создания новых полиэфирных тканей.

Способ использования вторсырья сейчас успешно используется дизайнерами во всем мире. Так, например, датский дизайнер Аннеметт Бек (Annemette Beck) пошла дальше, используя в своих изделиях не только текстиль, но и другие материалы. Она показала авторскую коллекцию текстиля из необычного вторсырья, доказав тем самым, что для создания уникальных изделий не обязательно использовать дорогостоящие материалы. Аннеметт Бек активно использует вторсырье в своей творческой деятельности. Работает с бумажной нитью, резиной, серебром, медью, стальной проволокой, люрексом, стразами, растительными волокнами, шерстью и льном, изготавливая ткани вручную. Самым ярким примером использования таких материалов является изготовленный из сплетенной авторезины ковер. В 1980 году Аннеметт Бек (Annemette Beck) создала свою дизайнерскую студию и теперь БЕК-ТЕКСТИЛЬ-СТУДИЯ разрабатывает все новые и новые проекты в тесном контакте с каждым клиентом, проявляя новый творческий подход как к дизайну изделия, так и к использованию материалов из переработанных материалов. И заказчики ценят БЕК-СТУДИЮ за ее постоянные эксперименты с утильсырьем и сложнейшую работу по изготовлению заказов. БЕК ТЕКСТИЛЬ-СТУДИЯ не ограничивается изготовлением ковров. Недавно дизайнер показала авторскую коллекцию своих работ: здесь и ковры, и шторы, и даже комнатные перегородки. Все эти изделия изготовлены

из материалов, бывших в употреблении, и достойны высшей похвалы, они элегантны, а главное, актуальны и востребованы.

Таким образом, можно сделать вывод, что использование вторсырья является одним из наиболее актуальных способов защиты окружающей среды. Этот способ менее энергоемкий в сравнении с производством новых материалов и, следовательно, менее затратный. В настоящее время вторсырье активно применяется мировыми именитыми дизайнерами в создании интереснейших с точки зрения дизайна изделий.

Литература:

1. Литвинова А. Переработка тканей и одежды. Основные принципы [Электронный ресурс] – <http://nature-time.ru>
2. Познанская А. Инновационный текстиль от Аннеметт Бек [Электронный ресурс] – <http://www.archplatforma.ru>
3. Ковер из велосипедных покрышек [Электронный ресурс] – <http://zapivo.net>

Панасенко О.С., 4 курс, спец. «Графический дизайн» ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

МИНИМАЛИЗМ В ТВОРЧЕСТВЕ НОМА БАРА

Свое видение минимализма есть у каждого в воображении. Минимализм — выбор самодостаточной индивидуальности с богатой внутренней жизнью. В минимализме нет стандартов, ведь главное — отказ от лишнего, использование меньшего и сохранение функциональности.

Один из ярких представителей минимализма — израильский дизайнер и художник Нома Бар. Будучи студентом Академии искусств в Иерусалиме, Н. Бар определил для себя, что дизайн — это минимум средств и максимум выражения [1]. Почерк этого художника и дизайнера легко узнаваем, а работы гениальны в своей простоте. За свою жизнь Нома Бар более 60 раз иллюстрировал обложки журналов, опубликовал более 550 работ и выпустил 2 книги своих иллюстраций («Guess Who» и «Negative Space»).

Каждая работа дизайнера «прозрачна» и глубока одновременно. Так, в серии портретов из книги «Guess Who» известные личности не просто узнаются по схожести портретных характеристик, а и одновременно отображают характер или род деятельности изображаемого человека [4]. «Есть множество способов донести свою мысль. Я стремлюсь при этом обойтись минимумом средств. Я хожу по очень тонкой грани, когда на холсте почти ничего нет», — говорит Нома Бар о своем творчестве [3]. Он создает глубокие философские иллюстрации-ребусы из лаконичных элементов, одновременно загадывающие зрителю загадки, и тут же предлагающие подсказки. Дизайнер обладает удивительной способностью вынуждать зрителя посмотреть дважды на каждую иллюстрацию. Используя только несколько цветов и простые линии, он находит путь объединения двух четких изображений в каждом плакате.

Минимализм — это не просто подход, а «философия» отношения к жизни [2]. Оказывается, для того, чтобы создать плакат, иногда достаточно нескольких линий, двух цветов и невероятных творческих способностей, которыми мастерски владеет Нома Бар.

Он воплощает сложные идеи с потрясающей и обманчивой простотой. Но вместо изображения того, как выглядят люди или предметы, он рисует то, что они делают, или то, что они есть. Большинство плакатов Номы Бара — это мгновенные тесты. Каждый определяет, что он увидел первым, а что вторым, делая выводы о своем состоянии, жизненных приоритетах или же о своих страхах, скрытых на подсознательном уровне.

Талант Номы Бара заключается в его эффективности изображении персонажей и социальных вопросов, он не позволяет вводить зрителей в заблуждение простотой своих работ. Бар сделал себе имя, применяя талант во многих сферах. Но над чем бы он ни работал, итог всего потрясающий. «Не представляю, кем бы я был, если бы не был графическим дизайнером. Я работаю с разными выразительными средствами, но общие черты прослеживаются во всех моих работах», — говорит Номы Бар [1].

Таким образом, характерная особенность дизайна Номы Бара заключается в его предельной простоте и доступности восприятия. Используя минимум смелых цветов и простую форму, он захватывает дух человека, смотрящего на его шедевры. Ведь для мгновенной передачи какого-либо визуального сообщения, дизайнер применял только самые необходимые образы, и никаких излишеств.

Литература:

1. Demavich D. An Interview with Noma Bar [Электронный ресурс] / D. Demavich. – Режим доступа: <http://www.newyorker.com/cartoons/cartoon-lounge/an-interview-with-noma-bar>.
2. Недоступов Р. Развитие концепции минимализма в творчестве современных зарубежных дизайнеров [Электронный ресурс] / Р. Недоступов. – Режим доступа: file:///C:/Users/Core/Downloads/had_2009_9_19%20.pdf.
3. Радаев П. Минималистические портреты [Электронный ресурс] / П. Радаев. – Режим доступа: <http://www.adme.ru/tvorchestvo-hudozhniki/minimalisticheskie-portrety-350155/>.
4. Штадт К. Тайны работ Номы Бара [Электронный ресурс] / К. Штадт. – Режим доступа: <https://www.pinterest.com/pin/273804852316366947/>.

Пандирєва Є.А., 4 курс, спец. «Графіка».

Керівник: доцент кафедри графіки Іващенко О.В.

ПОЧАТОК ДРУКУВАННЯ КИРИЛИЧНИМ ШРИФТОМ

Виникнувши в середині XV ст. в Німеччині, друкарство досить швидко розповсюдилось у багатьох країнах Європи. Найдавнішим друком, що з'явився на слов'янських землях – в Кракові, вважають латиномовну листівку-календар на 1474 рік. Початок друкарства кириличним шрифтом також пов'язують з цим містом, оскільки в Краківському університеті навчалось багато українців і білорусів, що сприяло розвитку кирилиці.

Першодрукаря звали Швайпольт Фіоль (або Феоль), відомо 4 видання: Октоїх (Осмогласник), Часослов, Тріюдь пісна, Тріюдь цвітна. Все це літургійні книги православної церкви.

Октоїх та Часослов (найбільше пов'язані з українськими тогочасними рукописами; особливо близькі до українськомовних післямови книжок) мають

колофон, у якому названо ім'я друкаря і вказано рік і місце виходу цих книжок в світ – 1491 р., Краків. У Тріоді цвітній вихідних відомостей нема,

проте є друкарська марка Ш. Фіоля. Надрукована тим же шрифтом Тріодь пісна – анонімна, тут у жодному з відомих на сьогодні примірників нема ні колофону, ні друкарського знаку. Це дозволяє припустити, що ці дві книжки були надруковані або раніше двох датованих, або після арешту та ув'язнення Фіоля краківською духовною інквізицією у 1493 р.

Щодо мови, в обох Тріодях використано текст південнослов'янської редакції, що була дуже поширена і у східних слов'ян. Отже, саме за мовою, а не за національністю друкаря чи місцем видання, друки Фіоля умовно, з великими застереженнями, можна вважати українськими, усвідомлюючи, разом з тим, що української мови в повному розумінні в XV ст. ще не було – церковнослов'янська мова цих видань, незважаючи на певні діалекти, була спільною для різних православних слов'янських народів.

Книжки Фіоля надруковані крупним шрифтом характерного малюнку. Набір ще не дуже мистецький, на деяких сторінках нема проміжків між словами, неправильно виключені рядки і їхні кінці з правого краю створюють нерівну лінію. Пагінація відсутня, але в Часослові є досить своєрідна сигнатура. В четверту частину аркуша випущений Часослов, інші книжки – форматом у 2^о (друкарський аркуш складено вдвічі). Графічне оформлення досить скромне. Разом з тим, за зразком рукописних книг, друкар щедро використовує червону фарбу. Двоколірний друк Фіоль одержував, друкуючи з однієї форми в два прогони: окремо чорну частину на одній сторінці, окремо червону.

Книги, надруковані Швайпольшом Фіодем, зіграли значну роль в духовній освіті східнослов'янських народів. За Часословцем навчалися грамоті. До наших часів збереглося близько 130 примірників видань Фіоля, включаючи фрагменти. Більшість з них зберігається в книгозховищах України, Білорусі, Росії, що свідчить про їх відповідне розповсюдження.

Друга слов'янська друкарня з кириличним шрифтом була заснована 1493 р. чорногорським господарем Д. Црноевичем в м. Цетін'є (Чорногорія). Друкарем тут працював талановитий і винахідливий ієромонах Макарій. В Чорногорії він надрукував принаймні 4 книги: Октоїх першогласник, Псалтир з розслідуванням, Октоїх п'ятигласник і Молитовник, які збереглися у фрагментах.

Октоїх 1494 року видання – повний збірник церковних співів, розрахований на 2 томи, який на сьогодні зберігся у 100 примірниках.

Це чудово видрукована книга, в ній красиві заставки й дуже багато червоної фарби, якою друкар іноді відтворює цілі рядки. Кожний новий розділ починається з нової непарної полоси. Попередню їй парну полосу займає фронтиспіс – гравірована на дереві ілюстрація. Октоїх п'ятигласник був задуманий Макарієм як особливо розкішне видання.

Значення друкарень полягає в тому, що вони стали плацдармом для розповсюдження друкарства серед слов'ян.

Пасинок В. В., 3 курс, спец. «ДІ»

Керівники: Радомський М. Т., Лещенко Т.І.

ВИДИ БЕТОНУ В СУЧАСНОМУ БУДІВНИЦТВІ І ВИКОРИСТАННЯ В ІНТЕР'ЄРІ

На сьогодні значно зросла якість будівництва та його різноманітність. Це зумовлюється багатьма факторами, один з яких – якісний бетон. Архітектурний бетон, на сьогодні є одним з найпопулярніших будівельних матеріалів, завдяки своїй екологічності, доступності та міцності. Тим часом, декоративні характеристики бетону, до останнього часу в розрахунок не бралися. У всякому разі, використання бетону в інтер'єрі знайшло актуальність тільки в останні роки, з популяризацією мінімалізму, лофт і індустріального стилю. Вид бетону, при відповідній обробці можна порівняти з розкішною граніту або мармуру. Бетонні поверхні можна покрити лаком, художнім розписом, не кажучи вже про те, щоб відлити з бетону оригінальні за формою вироби. Можна виявити велику різноманітність бетону: само ущільнюючий бетон, прозорий бетон, жаростійкий бетон, полістіролбетон, гідротехнічний бетон, гіпсобетон, силікатний бетон, пластбетон.

Задачу здешевлення будівельних об'єктів і задачу їх в позначені терміни допомагає вирішити застосування самоущільнюючого бетону. Його характеристики виключають залучення в процес складних віброуючих механізмів, які покликані надати розчину потрібну щільність, допомогти заповнити всі порожнечі бетонованої конструкції і позбутися від великих і дрібних пір в структурі суміші.

Звичні уявлення про бетон були зруйновані фахівцями німецької компанії Lucem, які додали до його складу оптичне скловолокно. Вийшов матеріал з несподіваною для бетону властивістю — прозорістю, при цьому інноваційний матеріал не втратив своїх звичайних механічних і фізичних властивостей.

Будівництво пічних фундаментів, теплових агрегатів, а також виконання облицювання різних котлів та димових труб зумовлюється використанням жаростійкого бетону. Сукупність його робочих властивостей зберігається при інтенсивному і тривалому впливі підвищених температур. При температурі менше 700 градусів використовується габро, пемза, вулканічний попел і інші безкварцові горні породи. Для більш високих температур використовують доменні шлаки, бити вогнестійку керамічну цеглу.

Підготувати покриття для промислової підлоги, утворити теплоізоляцію стяжки даху та горища, виконати шумоізоляцію стелі або міжповерхових перекриттів допоможуть полістіролбетонні блоки. Такий матеріал є звуко- та теплоізоляційним.

Гідротехнічний бетон відносять, до матеріалів особливої групи. Він призначений для зведення конструкцій, які зважаючи на свою специфіку постійно або періодично контактують з водою або постійно знаходяться в ній. Властивості, якими його наділяють, за допомогою різних домішок, забезпечують таким спорудам довговічність.

Гіпсобетон, до складу якого в якості в'язучої речовини входить гіпс, в пористих заповнювачів — шлак або тирса, може також входити волоконна сировина: макулатура, текстильне ганчір'я, шерсть та інше.

Силікатний бетон, являє собою безбарвний бетон автоклавного твердіння. В'язучою речовиною, в ньому є суміш вапна з дрібномеленим кремнеземистим матеріалом. У процесі автоклавної обробки вапно вступає з кремневим компонентом в хімічну реакцію, в результаті якої утворюються гідросилікати кальцію, що скріплюють зерна заповнювача в міцний моноліт.

Пластобетон — різновид бетону, в якому замість мінеральні в'язучої речовини використовують термореактивні полімери (епоксидні, поліефірні, фенолформальдегідні).

Стильні апартаменти сьогодні не вимагають великих фінансових витрат та зусиль робітників. Комунікації можуть стати модною прикрасою інтер'єру. Використання бетону – це сміливе рішення оформлення практичного інтер'єру в стилі лофт. Використання арматури в бетоні, підійде для приміщення лофт, вільного простору. На тлі такого інтер'єру добре поєднується з бетоном натуральне дерево — тик, горіх, вишня. Сьогодні існує можливість облицювання стін декоративними «3d» панелями, відлитими з бетону або гіпсу. «3d»панелі можуть бути відлиті по індивідуальному ескізу дизайнера. Завдяки підібраній або створеній формі можна відтворити будь яку фактуру. Для використання декоративних елементів інтер'єру використовують поєднання сірого та білого бетону, що надає значного ефекту лофт-приміщенню.

На жаль, у багатьох саме слово «бетон» асоціюється з смутними сірими промисловими конструкціями, які не мають нічого спільного зі стилем і дизайном. Але насправді це дивовижний, гнучкий, гарний, приємний на дотик матеріал приємного кольору і фактури, яка піддається будь якій формі.

Джерела:

1. <http://www.budnet.com.ua/readarticle.php?3372/ARTICLE/>
2. http://www.know-house.ru/info_new.php?r=concrete2&uid=32
3. <http://blogbeton.ru/%D0%B3%D0%B8%D0%BF%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%BD/>
4. http://beton-art.ru/news/fullnews.php?fn_id=4

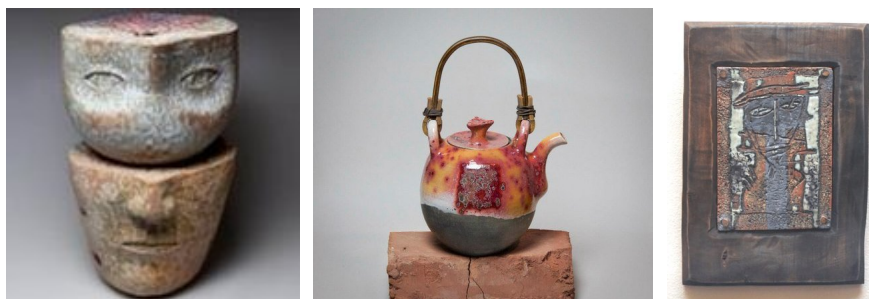
Пасинок В. В., 3 курс, спец. «ДІ»

Наук. керівник: доцент Щербина Е. Б.

СУЧАСНА КЕРАМІКА ЯК АВАНГАРД НАРОДНОГО МИСТЕЦТВА СЛОБОЖАНЩИНИ

Твори сучасного мистецтва слід розглядати в контексті сукупності, до якої вони інтегровані. Один із патріархів авангарду К. Малевич акцентував увагу на тому, що його роботи треба оглядати не самі по собі: «І я щасливий з того, що обличчя мого квадрата не може злитися з жодним майстром, ні з яким часом. Я не слухав батьків, і я не схожий на них. І я — сходинка». [1]

З давніх — давен кераміка була одним із перших матеріалів, які освоїла людина. З нею у людей пов'язане життя. Глечики з глини — годувальники усієї родини, навіть у Біблії згадується, глина, яку Господь сам обробляє. Перші люди надавали керамічним виробам особливі рослинні та звіринні орнаменти, наділяючи їх магічними та цілющими здібностями. Взяти, на-



приклад, наші землі. Слобожанщина, художня кераміка, як вид мистецтва має давнє коріння. Українська земля багата глиною різних компонентів, що впливає на різноманітність художніх прийомів керамістів. Для керамістів та художників кераміка дещо більше, ніж просто обпалена глина, це сучасний спосіб донести до глядача свою думку або ж просто змусити своїм виробом людину зачаклувати перед різними фактурами та кольоровими прийомами, різноманітністю тематики та мотивів, формами.

Кераміка пройшла певний етап у своєму розвитку, від первісної, класичної, елітарної до сучасної (авангардної). З сучасною та первісною керамікою можна провести паралелі. Здається, що у них є дещо спільне. Можливо, сучасні керамісти зрозуміли, основну сутність глини, в тому, що вона багатогранна, жива і піддається будь-якій формі. Сучасні автори кажуть, що з глиною треба розмовляти, бо в ній життя. І, справді, глина обирає ту першу форму, яку вона отримала, саме тому сучасні автори роблять свої вироби швидко та експресивно. Наприклад: Юрій Мусатов, Володимир Шаповалов, Олександр Мірошніченко.

Сучасна кераміка — це другий етап авангардного мистецтва. Вплив авангарду на сьогодні — невід’ємна складова творчого життя мистецького покоління. Абстрактні та новітні формоутворення у кераміці на сьогодні впливають на дизайн середовища та паркові зони.

Своєрідність авангардної кераміки змушує зупинитись і замислитись над самою роботою. Саме такі експресивні вироби не схожі, їх хочеться роздивлятися і задаватися одним питанням, як це було зроблено?

Сучасне українське мистецтво художньої кераміки все більше розкривається в усьому багатстві своїх можливостей, що зумовлено, передусім, значною трансформацією у цій галузі поняття «образу» і змінами у розумінні поняття «декоративність».

У творах керамістів, які близькі до образотворення, найяскравіше виявляється неповторна індивідуальність, особливості манери виконання, неординарне бачення властивостей матеріалу, сміливе новаторське застосування технологій і технік, що значною мірою пов’язане з оригінальністю їхнього світосприйняття. [2, с. 24]

Сучасна кераміка виходить за межі стандартного типуажу виробів. В основному кераміка Слобожанщини трансформується з типових глечиків та тарілок з традиційними рослинними та звіринними мотивами у дещо, нове,

легке, завдяки сучасним баченням митців. Таких інакодумців на Слобожанщині стає все більше.

Одним з найяскравіших прикладів саме такої кераміки, є харківські керамісти В їх роботах, як кажуть, дійсно кипить життя. Це підтверджує їх майстерність, напрацьована роками.

Багато людей стверджують, що вплив трансформації стилів вбиває роками напрацьовану традиційну кераміку, але це не так, сучасні майстри змогли в своїх роботах поєднати традиційне з сучасним, кожен це робить по-своєму. Іншими словами, майстри експериментують з підглазурними фарбами та глазур'ю, можна перелічити безліч варіантів поєднання хімічних компонентів для досягнення певного ефекту. Деякі керамісти спрямовують свою творчість на те, щоб досягти ефектів та текстур на виробі. Тому не можна казати про занепад кераміки, а, навпаки, це тільки перехід до нового стилю.

Джерела:

1. Малевич К. Собрание сочинений: В 5 т. — М., 1992. — Т. 1. — С. 360.
2. Чегусова З. Декоративне мистецтво України кінця ХХ ст.: 200 імен: Альбом-каталог. — К., 2002.
3. file:///C:/Users/%D0%98%D0%BB%D1%8C%D1%8F/Downloads/аррррр_2014_6_26.pdf

Пасынок В. В., 3 курс, спец. «ДИ»

Науч. руководитель: канд. искусствоведения Мархайчук Н. В.

ИСКУССТВО СОВРЕМЕННОЙ КЕРАМИКИ

Межзвездные корабли, причудливые цветы, фактурные чайники, животные из неведомых миров, целые абстрактные города, создают из глины художники – керамисты, которые остаются в тени востребованности данного вида искусства [1]. Нынешнее поколение современных керамистов продолжают творить и развивать свое творчество. Современное украинское искусство керамики представлено на международных симпозиумах, выставках керамистов.

Союз художников-керамистов Украины выдвинул мнение, что необходимо творческое общение и налаживание сотрудничества между керамистами, дизайнерами, архитекторами, галеристами, коллекционерами. «И пять лет назад, и десять в Украине не было специализированных мероприятий для керамистов. Поэтому художники союза керамистов создали ежегодный фестиваль, где показывают состояние дел в современной керамике в Украине, рассказывает одна из кураторов «Цеглини» Олеся Дворак-Галик, сама —



художник-керамист. — На фестивалях представляют не прикладные, а всевозможные художественные композиции. Люди относятся к искусству керамики не очень серьезно, больше популяризируют живопись и скульптуру. Но глина — современный материал, из которого можно сделать все что угодно» [1].

Пластика глины позволяет создавать скульптуры, разнообразие подглазурных красок и др. позволяет создавать живопись, и графику. Современные керамисты, прибегают к неординарному применению в работе стекол и зеркал (как дополнительный материал). Некоторые прибегают к совершенно творческому подходу, стрельбы из травматического оружия, например, в работе «Война» Павла Фраймана.

Современный керамист Александр Мирошниченко умеет совместить дерево и глину, совершенно два разных материала в одно целое. С экспозиции его выставки, которая проходила в городе Харькове в доме Нюрберга с 16.04.2016 – 27.04.2016 года, меня впечатлила одна работа – это глиняный пласт с разных сортов глины, эмитированный под мрамор. Очень долго я рассматривал пласт и пытался понять, как это сделано. На этот вопрос мне ответил знаменитый харьковский керамист В. Шаповалов, объяснив, что автор заделал заготовки пластов из разной глины, а потом соединяя их между собой придавал эффект размазанности. Эти эффекты были усилены с помощью применения подглазурных красок и эмалей.

Большинство современных керамистов интересуется эффекты, которые создаются путем перемешивания глины разных цветов. экспериментирование с восстановительным обжигом, после которого получается эффект коррозии глины и др. Если, например, в поливу добавить медь и сделать обычный обжиг, материал будет зеленого цвета. С восстановительным обжигом полива будет красная.

Художник Татьяна Ерошенко на вопрос, что главное в жизни художника, посвятившего себя керамике?, отвечает: « Я бы сказала: упёртость! Нужно упрямо двигаться вперед. Не обязательно дорога будет прямой, скорее всего она будет извилистой. И, бывает так, что можно заплутать, но надо, все – равно идти вперед и не останавливаться. И ты обязательно выйдешь на свою нужную дорогу. И еще нужно получать от процесса удовольствие. В керамике могут остаться только люди, которым этот процесс приносит истинное удовлетворение. Потому что это, чертовски, трудное занятие!»[3]

На сегодняшний день, среди керамистов популярны керамические инсталляции. Кроме того, сейчас появляется тенденция возвращения к гончарному прошлому, но уже осмысленного по-современному.[2] То, что керамика развивается, в этом нет сомнения, и какая она будет в будущем предположить сложно. Ясно то, что она будет существовать, а это главное! Единственной проблемой остается, незаинтересованность творческими работами керамистов современного общества.

Литература:

1. Мария Прокрпенко статья «День» [Эл. ресурс] / Режим доступа к ресурсу: <http://day.kyiv.ua/ru/photo/v-kieve-pokazyvayut-fantazii-sovremennyh-keramistov-foto>
2. Леся Падун — свободный керамист » [Эл. ресурс] / Режим доступа к ресурсу: <http://what.in.ua/page/lesja-padun-svobodnyj-keramist>

3. Искусствовед Татьяна Зиненко «Эра керамизации» [Эл. ресурс] / Режим доступа к ресурсу: <http://baikal-ceramystica.ru/ru/content/intervyu-tatyany-zinenko-iskusstvoved-ukraina-s-tatyany-eroshenko>
4. «Слепи себя сам», или рецепты успеха от художников-керамистов из Славянска [Эл. ресурс] / Режим доступа к ресурсу: <http://062.ua/articles/kul-tura-i-iskusstvo/slepi-sebya-sam-ili-recepty-uspeha-ot-hudojnikov-keramistov-iz-slavyanska>
5. Журналист Дарья Бойко Фестиваль сучасної кераміки «ЦеГлина 2014» [Эл. ресурс] / Режим доступа к ресурсу: www.youtube.com/watch?v=J4h5oSvZXOY

Прокоф'єва Д.В., 4 курс, спец. «ДІ»

Керівник: ст.викладач каф. «ДІ» Підлісна О.В.

ПЕРЕГОРОДКИ, ЩО ТРАНСФОРМУЮТЬСЯ, ЯК ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ ЗАСІБ ЗОНУВАННЯ ОФІСНОГО ПРОСТОРУ

На сьогоднішній день найважливішими потребами в сучасному офісі є економія простору та багатофункціональність приміщення. Постійно змінюються поставлені задачі, під які офісний простір має швидко адаптуватися. Таким чином, одним із основних методів оптимального розподілу та використання вільного простору є установка перегородок та стін, що трансформуються. В наш час вони представлені великою кількістю різних моделей, що надає розширення можливостей дизайнерського зонування офісного простору.

Перегородки, що трансформуються, поділяються на три основні види: стаціонарні, розсувні та мобільні. Кожен із даних напрямів класифікується ще на декілька видів в залежності від наявності звуко- та теплоізоляції, вогнестійкості, наявності рамної конструкції та матеріалу із якого виготовлені перегородки.

Стаціонарними перегородками називають стінні конструкції, які кріпляться до підлоги та стелі приміщення. Вони мають якісну звукоізоляцію, добре кріплення та високу стійкість, але монтаж конструкцій може потребувати подальших оздоблювальних робіт.

На відмінну від стаціонарних, мобільні перегородки не кріпляться до стелі та підлоги. Мобільними вони називаються, тому що їх можливо пересувати. Стійкість конструкції досягається за рахунок геометрії розташування самих перегородок. В багатьох випадках мобільні перегородки містять в собі елементи навісних меблів, наприклад, тумб та полиць. Мобільні перегородки легкі для переміщення і збірно — розбірних робіт та мають велику кількість різноманітних конфігурацій. Але вони мають недостатню шумоізоляцію.

Розсувні перегородки – це перегородки, що складаються із модулів на всю висоту та призначені для швидкої збірки. Як правило, підвішуються до верхнього алюмінієвого профілю, який слугує направляючою рейкою, за яким їх можна катати. Дозволяють швидко перетворювати велике приміщення в декілька маленьких і навпаки. Бувають різної товщини і звукоізоляції. Можуть містити в своїй конструкції двері. Але мають монтажну складність і високу вартість.

Мобільні перегородки мають велике значення для дизайнерських рішень під час формування системи зонування офісних приміщень. Наприклад,

можливість відділити віп-зони в конференц залах, meeting room, зони робочого місця для керівників з можливістю поєднання в спільний простір.

Отже, сучасні офісні перегородки, які представлені у великій кількості моделей і з широким спектром комплектації, надають великий потенціал для вирішення і реалізації безлічі дизайнерських рішень. Правильно застосовані офісні конструкції надають можливість вирішити цілий комплекс завдань, пов'язаних із інтенсифікацією робочого процесу. Окрім цього, за допомогою таких конструкцій, можливо застосувати дизайнерський підхід для створення унікального образу компанії, та надати йому яскравості, що допоможе запам'ятати його для кращої асоціації з успішною діяльністю компанії.

Джерело:

1. Електронний ресурс. «Мобільні перегородки» Режим доступу: www.nayada.ru

Проскуракова Д. 4 курс, спец. «ДІ»

Керівник: ст.викладач Підлісна О.В.

РОСЛИННІСТЬ НА ДАХУ ЯК ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ ПРИЙОМ ОЗЕЛЕНЕННЯ

З чим у нас асоціюється літо в місті? Шум, спека, пил, розпечений асфальт і мрія — скоріше б вирватися за межі міста на природу. Але спробуємо уявити, що місто може бути і таким: покрив листя, тонкий аромат квітів і спів птахів? Все це може бути реальністю завдяки сучасним технологіям, а зокрема, завдяки озеленінню крівлі будівель. Зі збільшенням числа транспортних засобів збільшується і вміст в міському повітрі оксиду вуглецю (CO₂) та твердих частинок. Рослинність на міських дахах позитивно впливає і на якість навколишнього повітря, оскільки листя здатне захоплювати тверді частки, а також пов'язувати вуглекислий газ. Зелені покрівлі стають додатковим середовищем існування для різних видів тварин. «За спостереженнями біологів в Лондоні, на ряді зелених покрівель було виявлено понад 50 видів павуків. У Німеччині на зелених покрівлях були помічені місця гніздування рідкісних птахів. Таким чином, зелені покрівлі могли б допомогти в справі підвищення різноманітності живої природи в містах». [1]

Для нашої країни сад на даху будинку — це досить рідкісна екзотика. А ось у західних країнах ця практика поширена досить широко. Адже це дозволяє не тільки поліпшити екологічну обстановку, але й додати родзинку своєму будинку, створити для себе затишне і гарне місце для відпочинку і релаксу. Треба сказати, що самостійне створення саду на даху — справа дуже непроста. Як правило, для цього потрібне залучення будівельників, щоб не порушити міцність конструкції будинку і не викликати обвалення даху надмірним навантаженням, і ландшафтного дизайнера, який допоможе підібрати саме ті рослини, які будуть рости в вашому кліматичному поясі, а також красиво і гармонійно їх розташувати.

Практика організації садів на даху в інших країнах поширюється не тільки на приватні будинки, а й на висотні будівлі. [2]

Отже, виділяють два основних види облаштування саду на даху:

1. *Екстенсивний варіант* має на увазі невелику товщину шару ґрунту, не більше п'ятнадцяти сантиметрів. При цьому вибір робиться на користь невибагливих рослин, які не вимагають складного догляду. По суті, при цьому виді озеленення ваш дах буде виглядати як газон, покритий зеленою травою. Цей вид саду не вимагає ніяких робіт по додатковому зміцненню покрівлі. Його вага становить не більше 20 кілограмів на метр покрівлі. Іноді для організації такого виду саду на літній час на дах просто виставляються спеціальні ящики з висадженими в них рослинами. Цей вид озеленення оптимальний для приватних будинків. Але, якщо дах похилий, кут ската не повинен бути більше тридцяти градусів.

2. *Інтенсивний варіант* більш складний в організації. Для нього обов'язково потрібна консультація будівельників і ландшафтних дизайнерів, скоріш за все, знадобиться зміцнення конструкції. При такому озелененні на даху розбивається повноцінний сад, що включає не тільки різноманітні рослини, а й організовані зони відпочинку, там можуть бути бруковані доріжки, фонтани, альтанки та інші невеликі конструкції. Цей вид більше підходить для багатоповерхових будівель, так як товщина ґрунту часто перевищує метр і становить суттєву (до семисот кілограмів на метр) вагу. [3]

Таким чином, благоустрій рослинного елементу на даху слід розглядати як один з дизайнерських прийомів озеленення, таких як використання вертикальних рослинних стінок, системи пергол, «японських садів каміння» тощо.

Література:

1. Шонина Н. А. Зеленая крыша каменных джунглей. [Електронний ресурс] / – Режим доступу: abok.ru/for_spec/articles.php?nid – вільний
2. Титова Н. . Сады на крышах: Прошлое. Настоящее и будущее [Електронний ресурс] / © Олма Пресс. – Режим доступу: nkj.ru/archive/articles/4270 – вільний
3. ООО «Артишок», 2013. [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://artishock.org/interiers/sad/articles/sad-na-kryshe> – вільний

Пусан Д.О., 4 курс, спец. «Дизайн інтер'єру»

Керівники: кафедра «ДІ» Олексієнко А.М., Підлісна О.В.

ВИЗНАЧЕННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО РІШЕННЯ ІНТЕР'ЄРУ РЕКРЕАЦІЇ 2-ГО ПОВЕРХУ КОРПУСУ №2 ХДАДМ

Для дипломного проекту обрано інтер'єри будівлі другого корпусу Харківської державної академії дизайну і мистецтв (ХДАДМ), що розташовані в комплексі з іншими корпусами по вулиці Мистецтв,8, у місті Харків.

Актуальність розробки даного проекту підтверджується підготовкою до святкування 95-річчя Харківської державної академії дизайну і мистецтв – виникла необхідність поновлення інтер'єрних рішень рекреації, різних ділянок та приміщень академії.

Будівля 2-го корпусу ХДАДМ має 4 поверхи, на першому поверсі розташована вестибюльна частина та спортивна зала. Стіни корпусу цегляні. Будівництво корпусу було завершено у 1968 році. Саме на другому поверсі корпусу №2 розташовано дві важливі установи: деканат факультету «Дизайн сервісу» та кафедра «Дизайн інтер'єру», тут проходять виставки, конференції

та різні заходи, в учбових аудиторіях та майстернях займаються студенти. Простір коридору другого поверху складається з 2 невеличких рекреацій з обох його боків сходів та основної транзитної зони завширшки 3 метри, а довжиною 26 метрів. Основною характерною конструктивною рисою цього простру є наявність дверних та віконних (з матеріалу склоблоків 200x200мм, загальний розмір 2000x1800мм) отвори, що симетрично розташовані навпроти. Стіни мають оштукатурену поверхню, пофарбовані, знизу обкладені керамічною плиткою. Матеріал покриття підлоги виконаний з паркету дубової деревини.

При дизайнерському рішенні рекреації другого поверху корпусу №2 до уваги треба взяти те, що тут знаходяться не тільки навчальні аудиторії, а й деканат факультету «Дизайн середовища», до якого входять 5 провідних кафедр академії. Ураховуючи усе це, необхідно розподілити усю необхідну інформацію стосовно факультету для всіх його напрямків, так і для студентів кафедри «Дизайн інтер'єру» (пріоритетно). Наступним, не менш важливим фактором, який потрібно врахувати, є наявність пожежних кранів та електричних зв'язків на різних ділянках коридору, до яких повинен бути вільний доступ. Щодо зонування коридору треба чітко визначитися з інформацією, що буде подана у коридорі та з рівномірним навантаженням її розподілити – історія кафедри, викладачі та випускники, кращі студентські роботи, структура роботи деканату. Усе це повинно виглядати образно та елегантно.

Образне рішення базується на формоутворенні, що нагадує дерево, та є вираженням філософської категорії розвитку та зростання, передачі досвіду від фундаторів навчального закладу до теперішніх днів. Умовно можна уявити, що коріння дерева – це академічні основи, що закладені першими викладачами факультету; стовбур з гілками – сучасна школа дизайну, а плоди – та листя – випускники нашої кафедри.

В основу композиційно-конструктивного рішення покладено тему «Авангард 20-х років». Обрана саме така тема через те, що оформлення 2-го корпусу відображає історію 20-х років, а також цей напрямок у мистецтві має безпосереднє відношення до академії: певного часу тут працювали такі видатні художники-авангардисти, як В. Єрмілов та Б. Косарев, що представляють всесвітньо відому школу українського авангарду. Розробка оформлення 2-го корпусу спирається на історію мистецтва 20-х років, враховує форми конструктивізму та безпредметного супрематизму, творчі пошуки таких видатних митців, як Татлін, Ф. Кіслер, В. Єрмілов.

Формоутворення конструкцій, що пропонується розробляти, має прямі кути. Конструкції, що пропонуються, представляють собою модулі, які міститимуть у собі виставкову функцію, огорожуючу (для експозиції робіт на сесійних переглядах), а також можуть бути основою для додаткової експозиції. Такі конструкції матимуть чітку геометричну композицію, мобільні та легкі для сприйняття, а також які б мали можливість у подальшому змінити інформаційного наповнення.

Таким чином, у поєднанні двох основних складових: формоутворення асоціативного образу «дерева» та конструктивістських засадад фундаторів авангардного мистецтва, полягає обґрунтування концепції дизайнерського рішення даного інтер'єру.

Література:

1. Офіційний сайт ХДАДМ – Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ksada.org/io-history.html>
2. Каталог «Кафедра «Дизайн інтер'єру» Харківської державної академії дизайну і мистецтв»/Автори-упорядники А.Олексієнко, В.Бондаренко; вступне слово В.Даниленка. – Харків: ХДАДМ, 2015 – 144 с.
3. Борис Косарев: 1920-ті роки. Від малярства до теа-кіно-фото: Монографія// Автори: Т. Павлова, В. Чечик. Відповідальний за випуск: Л. Лихач – К.: Родовід, 2009. – 288с.

Пшенична К.Д., 4 курс, спец. «ДО», ХДАДМ

Наук. керівник: Гурдіна В.В.

МОДУЛЬНИЙ ПРИНЦИП ФОРМОУТВОРЕННЯ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ

Постановка проблеми. Модульний принцип формоутворення має переваги як в економічному, так і в творчому аспектах дизайну і є перспективним прийомом проектування. На сьогоднішній день модульний принцип все ще не отримав достатнього поширення в дизайні одягу в порівнянні з іншими областями дизайну (архітектура, графічний дизайн, дизайн меблів і т.д).

Мета досліджень. Довести актуальність модульного методу в сучасній проектній діяльності, а також розглянути межі його застосування в дизайні одягу.

Виклад основного матеріалу досліджень. Сучасний етап розвитку масового виробництва характеризується переважанням технологій, для яких закономірна уніфікація, тоді як споживачі чекають на індивідуалізовані і різноманітні вироби. Модульний принцип формоутворення найбільш адекватний завданням проектування масових виробів, тому що задовольняє потреби споживача і відповідає вимогам виробництва.

Концепція модульності полягає в наявності уніфікованого шаблону (модуля). Це забезпечує стандартизацію продукції для виробництва і водночас перетворює процес споживання в творчу діяльність за рахунок вільного комбінування модулів.

Модульне проектування має ряд особливостей:

- Модулі найчастіше мають вигляд геометричних фігур. При цьому, як в конструкторі, з простих форм складається ряд нових, більш складних, що відповідають різним функціональним вимогам і умовам [2, с.247].
- Кратність- збірка модуля без залишку-дозволяє збирати різні форми і забезпечує їх взаємозамінність.
- Технологічно кожен модуль обробляється окремо.
- Втрата модуля не може призвести до руйнування всієї форми.

Використання модулів не є новим прийомом, він здавна був присутній в народній творчості. Прикладом можуть бути орнаменти: вони складаються з обмеженого числа елементів, за допомогою яких створюється незліченна кількість мотивів.

Перехід на модульну систему проектування в промисловості був серйозно позначений в 20-ті роки минулого століття [4, с.15]. В останній

час відбулося зростання інтересу до модульних форм за рахунок поширення екологічних ідей, прагнення до логічно організованого дизайну. Ця тенденція проявляється насамперед в проектуванні меблів (Марія Вонг, La Linea, IKEA), дизайні упаковки (Innventia, Geneviève Côté), розробці цифрової техніки (смартфони Project ARA), веб-дизайні.

Використання модульного методу в дизайні висловлює певну інтелектуальну позицію, дизайнер мислить свою роботу конструктивною і спрямованою в майбутнє.

Модульний метод припускає обмеження набору форм, їх типовість. Ця особливість пояснює рідкісне використання методу в дизайні одягу, який протягом десятиліть підкорявся естетичним пріоритетам «доброго смаку». Нові пріоритети, пов'язані з постмодерністською естетикою та екологічними проблемами, вимагають переорієнтації в сторону пошуку нових творчих концепцій і технологічних прийомів [2, с. 3].

Проаналізувавши особливості модульного дизайну можна визначити ряд переваг:

- трансформація одягу з метою зміни форми, призначення, асортименту;
- можливість індивідуалізації виробів для кожного споживача;
- наявність ігрових елементів, розвиваючих винахідливість під час експлуатації;
- проста технологічна обробка одного модуля;
- зусоби з'єднання модулів (за допомогою зав'язок, стрічок, бантів, вузлів, липучок, кнопок, блискавок і т.д.) можуть створити додатковий декоративний ефект;
- лекала конструкцій одягу, отримані модульним способом, допомагають скоротити кількість виробничих відходів з 15% матеріалів до нуля (Zero-waste project, 2011) [5].

Висновок. Модульний принцип формоутворення в дизайні забезпечує різноманітність форм, економічну ефективність і вирішує завдання екологізації споживання. Модульне проектування вже зайняло безліч ніш виробництва речей повсякденного використання, і має необмежені можливості розвитку в дизайні одягу.

Література:

1. Рачинская Е. И. Моделирование и художественное оформление одежды / Е. И. Рачинская, В. И. Сидоренко. – Ростов-н/Д: Феникс, 2002. – 608 с.
2. Композиция костюма: Учеб. Пособие для студ. Высш. Учеб. Заведений / Г. М. Гусейнов, В. В. Ермилова, Н. Б. Ляхова, Е. М. Финашина. – Москва: Издательский центр «Академия», 2003. – 432 с.
3. Мюллер-Брокманн Й. Модульные системы в графическом дизайне / Йозеф Мюллер-Брокманн. – Москва: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2014. – 184 с.
4. Княгинин В. Н. Модульная революция: распространение модульного дизайна и эпоха модульных платформ / В. Н. Княгинин. – Санкт-Петербург: под ред. М. С. Липецкой, С. А. Шмелевой, 2013. – 80 с.
5. Interview with Holly McQuillan [Електронний ресурс]. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.slowfashioned.com/archives/1529>.

Романова В., 2 курс, спец. «ПД»

Руководитель: доцент кафедры «Дизайн» Звенигородский Л.А.

УПАКОВКА И ЭКОЛОГИЯ

В современном мире упаковка это неотъемлемая часть товара. По ней мы узнаем все данные о продуктах, находящихся внутри; их свойствах, составе, объёме, информацию о производителе и т. п.

Человек воспринимает 90% информации визуально, поэтому упаковка играет ключевую роль при выборе товара. Упаковка, имеющая оригинальную форму и материал изготовления, стильную цветовую гамму, является, своего рода, показателем качества товара. Но такие требования к упаковке предъявлялись не всегда. Изначально упаковка служила только защитой товара от повреждений, потерь и взаимодействия с окружающей средой. Такая упаковка производилась не серийно, а по необходимости и использовалась один или более раз.

На Востоке в VI-V в до н. э создавались плетеные корзины, обмазанные глиной. В Древней Греции использовали для хранения жидкости и продуктов – сделанные из глины амфоры. В Египте, наряду с другими, использовалась стеклянная упаковка — бутылочки и флаконы, предназначенные для помад, красок лица и благовоний.

В XVII веке в Англии стеклянная тара стала комплектоваться этикеткой. Таким образом продавать начали «патентованные» лекарственные средства – эликсиры, бальзамы, пилюли. Именно упаковку «патентованных» лекарств принято считать началом эпохи современной упаковки. Как пример одна из самых узнаваемых упаковок из стекла является Кока-кола, с её пластичной индивидуальной формой.

Массовое производство упаковки началось с появлением фабричного серийного производства, заменой ручного труда на машинное. Производство становится многотеражным, быстро переналаживаемым, появляется личная идентификация производителей товара, с узнаваемыми элементами: знаками, эмблемами и логотипами. Спектр материалов из которого производится упаковка становятся более широким: бумага, металл, стекло, дерево, пластмасса и т. п. Тем не менее требования при создании и производстве упаковки остаются общие для любого из материалов — это безопасность, экологичность, надёжность, совместимость, эстетичная выразительность, экономичность, функциональность и др.

Безопасность упаковки заключается в отсутствии механического или химического загрязнения товара компонентами упаковки, в том числе веществами, вредными для организма человека.





Экологическая чистота — это способность упаковки при ее утилизации и использовании не наносить существенного вреда окружающей среде.

Надежность упаковки — способность сохранять товар или его герметичность в течение длительного времени.

Совместимость — способность упаковки не изменять потребительские свойства упакованных товаров. Взаимозаменяемость — способность упаковки одного вида заменять упаковку другого вида при использовании по одному и тому же функциональному назначению.

Эстетические свойства упаковки — внедрение современных стилевых художественно-ценностных тенденций в формообразование и визуальном образе изделий, использование прередовых материалов в ее изготовления.

Экономическая эффективность определяется стоимостью упаковки, ценой эксплуатации и утилизации.

Одним из наиболее используемых материалов при производстве упаковки, для пищевой промышленности является пластик. Он обладает рядом неоспоримых достоинств: долговечность, прочность, надежность, легкость, при этом обеспечивая высокую защиту товара от внешних воздействий и контакта продукта с окружающей средой. Его цвето-фактурные качества, формообразующие свойства, делают его универсальным материалом в изготовлении упаковок. Он может использоваться для производства как жесткой упаковки, так и очень тонкой, прозрачной. Пластик возможно совмещать с другими материалами, например упаковки для сока, в которых соединяются пластик с бумагой, картоном и т. п.

Пластик является относительно дешевым и экономически выгодным — это обусловило его лидерство на рынке производства упаковок, в частности в пищевой промышленности. Он обладает рядом положительных свойств, которые не пресущи другим упаковочным материалам. Однако при этом он является одним из самых вредных материалов: несёт вред окружающей среде, как во время изготовления сырья и производстве упаковок, так и во время утилизации изделий из него. Он практически не разлагается и остаётся в окружающей среде в виде мусора, который сильно загрязняет окружающую среду.

Пластиковые отходы это один из основных факторов ухудшения экологии на планете. Основная причина загрязнения из пластика, заложена



в его физическо-химических свойствах: он почти не поддается воздействию окружающей среды обладая очень высокой стойкостью к разложению. Пластик выделяют вредные химические вещества в окружающую среду: почву, воду, воздух и т. п. По данным ученых от загрязнения окружающей среды пластиковыми отходами в мире гибнет порядка одного миллиона морских птиц и более чем ста тысяч морских и пресноводных млекопитающих в год, причем по статистике на каждый квадратный километр мирового океана приходится двадцать пять элементов пластикового хлама. Попадая в воду пластиковые бутылки, упаковка, пакеты, пробки постоянно находятся в движении, перемещаясь по воде на достаточно большие расстояния. Период его распада составляет от 100 до 200 лет. В современном мире единственно возможным способом обезопасить окружающую среду от пластиковых мусора, это его промышленная переработка. Рециклинг пластиковых упаковок один из самых главных вопросов при разработке упаковки. Но несмотря на возможность вторичной переработки пластика, этот процесс экономически не выгоден, т. к. затраты при переработке использованных изделий из него, зачастую привышают стоимость производства новых.

Человечество пытается найти альтернативу пластику при производстве и использование его в упаковке или максимально снизить его потребление. Ведущие страны вводят законодательные и другие меры по запрету или ограничению продаж и производству пластиковых упаковок. Ученые всего мира заняты поисками рентабельных альтернатив пластику.

Так в январе 2004 года появилась первая зона свободная от использования полиэтиленовых пакетов – остров Кангаго в Австралии, а осенью того же года в Великобритании были запущены в производство первые в мире пакеты из биоразлагаемого материала. В Ирландии после повышения цены на пластиковые пакеты, их количество сократилось на 94 %. Сейчас там применяют «многоцветные» сумки из ткани.

В Дании ещё в 1994 году введен налог на бесплатную раздачу полиэтиленовых пакетов в торговых заведениях. После чего, его «популярность» у покупателей снизилась на 90%.

В Финляндии в супермаркетах установлены автоматы по приему использованных пластиковых пакетов, которые затем служат сырьем для производства новых изделий из него.

Назрела острая необходимость в разработке системно — научной базы (ряда экологических нормативов) для дизайнеров упаковки, которая способствовала бы грамотному оперированию художественными приемами по созданию новых образно-стилевых решений с учетом всех требований современной технологии, базирующихся на глобальных экологических аспектах.

Упаковка является важной частью современной культуры общества, включая культуру производства, потребления, продажи товаров и их утилизации. Интерес к изучению и систематизации экологических вопросов «жизнедеятельности» упаковки, расширяющих круг проектно-художественных задач стоящих перед дизайнером, активно поддерживается и самой практикой дизайна.

В системе современного производства упаковки роль дизайна, как художественно-ценностного и формообразующего начала, как и роль самого дизайнера, претерпевает значительные изменения. Эти изменения во многом связаны с постоянной модернизацией производственных процессов, внедрения новых материалов влияющих, как на функции изделия, его формообразование, так и его утилизацию. В результате в область работы дизайнера упаковки попадают все сферы производственной деятельности, что в свою очередь позволяет говорить о новом всестороннем, «цифровом проектировании» современных изделий, своеобразном комплексном «компьютерном» просчете всех составляющих в проектировании упаковки XXI в.

Руда Н.І., 4 курс, спец. «ДІ»

Керівник: викладач кафедри «ДІ» Підлісна О.В.

СПЕЦИФІКА ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРІВ ДИТЯЧИХ САДКІВ ДЛЯ ДІТЕЙ З ВАДАМИ ЗОРУ

На відміну від житлового простору для звичайного малюка, в дизайнні дитячого садка для дітей з погіршеним зором багато особливостей.

Виявити проблеми із зором у малюка можна в ранньому дитинстві. Сучасна медицина дозволяє якщо не усунути проблему, то максимально скорегувати її вплив на розвиток дитини. Батькам же зі свого боку доведеться звернути особливу увагу на середовище, в якому буде рости крихітка.

Такі установи входять в число найбільш складних типів установ, з точки зору проектування і дизайну, оскільки повинні забезпечувати умови для навчання з урахуванням індивідуальних особливостей учнів, збереження їх здоров'я.

Для малюка з поганим зором необхідно влаштувати в дитячому садку зону комфортного освітлення. Це означає, ніякого яскравого світла, максимально розсіяні потоки і диммери на вимикачі, що дозволить уникнути зайвої втоми очей дитини.

Вкрай важливо підбирати в дитячий садок для дітей з вадами зору предмети інтер'єру тільки з натуральних матеріалів. Це допоможе уникнути непотрібної алергічної реакції. Також треба уникати гострих предметів. Зрозуміло, краще, якщо гострі формоутворення будуть відсутні і в рішенні меблів та обладнання.

Для таких дітей дуже важливий навколишній простір. Він повинен бути постійним. Експерти відзначають, що інтер'єр дитячої кімнати дитини з

поганим зором не повинен часто змінюватися. У приміщенні необхідно дотримуватися суворої традиції. Якщо ви одного разу поділили зони на ігрову, робочу і зону відпочинку, варто постійно дотримуватися цих кордонів.

Несприятливі умови при читанні за партою часто викликають зорову втому у дітей. Вона, в свою чергу, провокує розвиток короткозорості. Все це відбувається через надмірну близькість тексту книги або зошита до очей дитини. Необхідно уважно підбирати дитячі меблі, адже неправильне положення тіла за столом може призводити до спазмів очних м'язів, порушення здорових зорових реакцій і серйозних захворювань, які складно усуваються.

Щоб викоринити причини, які сприяють порушенню зору, слід вибрати відповідні для дитини дитячі меблі (парту і стілець), а також безперервно контролювати правильне розташування за нею.

Колірна гама бажано теплих відтінків. Можливий контраст кольорів. Жовтий колір входить в колірну гамму рекомендовану лікарями- офтальмологами.

Жовті стіни і кольорові акценти відновлюють активність, а також гостроту розуму. Рекомендується використовувати жовтий в ігровій кімнаті, так як він стимулює розумові процеси.

Отже, інтер'єри для таких дітей вимагають спеціального підходу до організації простору, використання меблів і устаткування, колірного і світлового рішення. Все це в сукупності може сприяти оптимізації життєдіяльності дітей, забезпечити їм травмобезпечність, реабілітацію, орієнтацію в просторі і більш високу ступінь самообслуговування. З огляду на те, що в садку працюють вихователі, внутрішній простір має бути однаково зручним як для здорової людини, так і для дитини з вадами зору.

Джерела:

1. Данихова Я. Организация пространства, развивающая среда [Электронный ресурс] // URL: <http://www.babyroomblog.ru/wp/detskay-dly-rebenka-s-plochim-zreniem.html>
2. Ананьев Б.Г., Рибалко Е.Ф. Особенности восприятия пространства у детей. — М., 2004. — 313 с.

Rudenko Valeria, a 3rd year student of Fine Arts Faculty

Scientific adviser: Kuznetsova V.M.

ABANINDRANATH TAGORE AS A MODERN INDIAN PAINTER

Indian painter Abanindranath Tagore was the founder and the brightest representative of the Bengal Renaissance. Canvases by A. Tagore conquered Europe earlier than poetry by R. Tagore. The first twenty years of the 20th century is the flowering of his art work which is described as eclectic and assimilation of techniques and styles of different countries and schools.

Artistic heritage of A.Tagore can be characterized as the development over time. The artist not only improves their skills by experimenting with the subjects, techniques, images, reviving folk art. Researches of A. Tagore required him studying classical antiquity and modern movement of Pre-Raphaelites. In his works he combined pictorial tradition of India with elements of European modernism that would later be definitely by contemporaries as innovation.

Today the study of the heritage of the artist and other masters of the Bengal Renaissance is represented in the main researches of 50–80 years of the 20th. This is due to the fact that the analysis of the individual, even the most interesting works of Bengal schools can give small information to the researcher. Because art critics believed that torn out of the total number of canvas one painting does not seem significant enough. Also studies of foreign authors are virtually unknown which stimulates study this topic and to conduct new researches.

«Narration», R. Siva Kumar writes, «was central to Abanindranath's art. The narrative impulse, as we have seen, informed both his landscapes and portraits, and they became involved and more engaging when they were inflected with narrative innuendoes». His playful insinuations begin to push the limits of these enterprises when in paintings like *Arabian Nights* (1930) he strategically upsets the hierarchy of history, culture, representation and conventions. Not only has he played on the Mughal miniature formats by including inscriptions in the Persian calligraphy style (albeit Bengali), he also allows characters and locations from his immediate colonial cosmopolitan neighborhood to participate in these resplendent visual dramas sourced from a distant cultural and geographical locale. Despite his interests in traditional paintings and his attempts at restructuring the module of his art in terms of the mediaeval painting styles Abanindranath was also aware of the dangers of this kind of self-conscious style alignments.

Insufficient analysis of individual works by the artist and contradictory assessments art critics for the complete lack thereof, encourages doing figurative and stylistic analysis of one of the works by A. Tagore. Canvas "Uma" is the work of the artist's mature period. This work seemingly is full of contradictions details that overworked symbolic subtext, which may confuse European consciousness. A. Tagore nevertheless looking for new principles of dialogue between folk art and modern, combining old traditions with new meaning. The artist offers a new understanding choice of the genre for a traditional theme, image and decision of the following iconography.

The innovation of work is also displayed in the unconscious desire of the painter to eclecticism. Thus, one can trace not only the interaction Oriental cultures. For the first time the inspiration of Western art avoids banality ordinariness, blind imitation and low-level of professional skill. Interest to Western art is noticeable only to the point where Indian art ceases to be out craft and go on the European level.

Literature:

1. Soumik Nandy Majumdar Abanindranath Tagore: a reappraisal [Electronic Information Source] <http://www.artnewsviews.com/view-article.php?article=abanindranath-tagore-a-reappraisal-&iid=22&articleid=556&artorder=7>
2. Tagore, Abanindranath Some notes on Indian artistic anatomy / A. Tagore. – Calcutta: Indian Society of Oriental Art, 1910. – 86 p., ill.
3. Welch, Stuart Cary India. Art and culture. 1300-1900 / Stuart Cary Welch. – N. Y.: The Metropolitan Museum of Art, 1985. – 480 p., ill.
4. Zimmer, Heinrich Myths and symbols in Indian art and civilization / H. Zimmer. – N. Y.: Pantheon books ink., 1943. – 282 p., ill.

Савченко Н. А., 4 курс, спец. «графический дизайн» ХГАДИ
Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ЦВЕТ В УПАКОВКЕ

Давно известен тот факт, что цвет влияет на психоэмоциональное восприятие человеком разных вещей, так как он обращен к чувствам, а не к логике [5]. Специалисты по маркетингу отмечают, что обычно мы выбираем новый товар не столько по его качеству, сколько по внешней привлекательности упаковки [6]. Разработка и дизайн упаковки являются одним из направлений графического дизайна. В своем стремлении создать оригинальную и привлекательную упаковку дизайнеры используют такие элементы, как форма, графика и цвет [6]. Все эти характеристики оказывают прямое влияние на покупателей. Таким образом, упаковка создает связь «покупатель-товар», побуждая человека купить конкретный продукт.

Цвет является одним из элементов дизайна упаковки, который эмоционально воздействует на потребителя и вызывает у него мгновенную реакцию. Эта реакция проходит на бессознательном уровне. Цвет позволяет объединить форму и графику упаковки, спрятать ее недостатки и показать преимущества [6]. Цветовое решение упаковки должно работать на цель — привлечь внимание покупателя к товару, заинтересовать, вызвать нужные эмоции [3]. Цвет в упаковке воспринимается на трех уровнях: физиологическом, культурном, ассоциативном. Физиологический уровень непривычен и общий для всех, культурный — зависит от визуальных традиций каждого народа, которые формировались веками, а ассоциативный — связан с цветовыми сочетаниями на упаковке, которые становятся принадлежностью определенной продуктовой категории [1, 6].

Первое впечатление покупателя о товаре зависит от цветового решения упаковки. Цвет может привлекать нас, вызывать доверие к товару и, наоборот, может оттолкнуть и насторожить. Таким образом, создав необходимую цветовую среду товара, можно вызвать желаемые эмоции у покупателя. Существуют устойчивые характеристики цветов, которые помогают лучше понять, к упаковке какой продукции применить тот или иной цвет.

Красный цвет вызывает сильные эмоции и настраивает на решительность [2, 3, 4]. Использование такого цветового решения в упаковке притягивает взгляд покупателя и побуждает его немедленно принять решение. Оранжевый вызывает активность, поэтому его часто используют в фармацевтике, в частности, в дизайне упаковки витаминов. Также он ассоциируется с ярким солнцем, радостью и пикантностью [2, 4], что позволяет его выгодно применить в упаковке детских товаров и продуктов питания. Синий цвет успокаивает, олицетворяет постоянство, упорство, настойчивость [2, 3], его часто применяют в фирменной упаковке и на упаковках товаров, связанных с водой. Желтый — яркий, солнечный и стимулирующий цвет, он улучшает память и способствует быстрому принятию решений [2, 3, 4]. Считается, что он уместен в дизайне упаковки товаров для детей. Зеленый цвет ассоциируется непосредственно с природой и натуральностью, жизнью и молодостью [2, 3, 4]. Этот цвет способствует исцелению, расслабляет и смягчает человека, поэтому его часто используют на упаковках медикаментов,

косметических и моющих средств, а также биотоваров. Голубой цвет ассоциируется с чистотой, свежестью, водой и небом [2, 3, 4]. Благодаря успокаивающему действию, его применяют на упаковках медикаментов, средств гигиены, парфюмерии. Как цвет доверия, его используют разные компании, стремящиеся завоевать расположение клиентов. Золотистый символизирует роскошь и, как правило, его не используют в большом количестве на упаковке, так как велика вероятность превратить эlegantный товар в безвкусицу. Серебряный относится к холодным цветам, и на упаковке его также используют в малых количествах, однако, он может добавить гордой аристократичности товару [5]. Белый, серый и черный — ахроматические цвета; сами по себе они выглядят лаконично и утонченно, их часто применяют в фирменных упаковках. Белый широко используют в упаковках продуктов питания, а вот серый и черный не рекомендуют применять в продуктовой сфере, так как это отталкивает покупателя от товара.

Согласно мнению маркетолога К. Корякина, в упаковке не следует применять много цветов, поскольку такое разнообразие утомляет глаз. Чаще всего используют 2-3 цвета и их оттенки. Это создает ощущение цветовой последовательности и не раздражает зрение. Объединение негармоничных цветов отрицательно сказывается на привлекательности упаковки. В качестве альтернативы используют ахроматические цвета, нейтральное значение которых удачно подчеркивает действие хроматических цветов [3].

Итак, исследования показали, что потребители переносят восприятие цвета на качество товара. Следовательно, цвет упаковки является хорошим регулятором потребительского спроса. Зная значение каждого цвета, дизайнер может создать привлекательный и уместный дизайн упаковки, который создаст образ товара, подчеркнет его качества. В дизайне упаковки следует придерживаться рекомендаций по использованию 2-3 цветов и их оттенков; цветовое решение должно быть гармоничным, каждый цвет не должен «угнетать» действия других. Только так упаковка сможет привлечь внимание покупателей. Следует также отметить, что пренебрегая значением цвета и вызываемыми им ассоциациями, дизайнер не сможет создать эффективный дизайн упаковки и тем самым понизит спрос на товар.

Литература:

1. Ковалева Л.А., Кострыкина С.А. Воздействие цвета в дизайне упаковки молочных продуктов на восприятие потребителей [Электронный ресурс] / Л.А. Ковалева, С.А. Кострыкина. – Режим доступа: http://www.amursu.ru/attachments/article/9533/N50_37.pdf.
2. Козина Ю. Воздействие цвета в упаковке [Электронный ресурс] / Ю. Козина. – Режим доступа: http://www.packet.by/articles/Color_2.html.
3. Корякин К. Цвет и упаковка: как добиться эффективной коммуникации с потребителем (1-2 часть) [Электронный ресурс] / К. Корякин. – Режим доступа: <http://article.unipack.ru>.
4. Ли Стоун Т., Адамс С., Морьюка Н. Цвет дизайна. Практикум [Электронный ресурс] / Терри Ли Стоун. – Режим доступа: https://vk.com/doc1840617_168330975?hash=3dd89cbbb41c0baf95&dl=dd04d8c5550979eef5.
5. Психология восприятия цвета [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ledokol.ua/ru/brandhelp/psihologiazveta/>
6. Справочник по упаковке [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://book.calculate.ru/book/category1/>

Савченко О.С., 4 курс, заочное отделение, спец. «графический дизайн»
Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ДИЗАЙН ЛОГОТИПА И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

На современном этапе фирменный стиль прочно вошёл в среду делового сообщества. Всё больше фирм и предприятий осознали выгоды, которые они могут получить при правильном использовании и реализации элементов идентификации. Они необходимы для того, чтобы выделяться среди конкурентов, стать узнаваемым и хорошо запоминаться. Одним из основных элементов системы корпоративной идентификации является логотип, который представляет собой индивидуальный графический знак, шрифтовое написание марки или сочетание этих двух аспектов.

Термин «логотип» появился в начале XIX в. В современной терминологии логотип — это оригинальное начертание полного или сокращенного наименования фирмы или продукции. Логотип — это запоминающийся образ, эмоция, память, элемент, воздействующий на подсознательный уровень сознания потребителей. Роль логотипа заключается в символическом и пластическом обозначении фирмы [3].

Логотип выполняет множество функций, необходимых для сегодняшнего процветания бизнеса на рынке товаров и услуг. Во-первых, отличительную, т.е. выделяет товар и фирму среди других. Во-вторых, защитную: защищает компанию от недобросовестной конкуренции и позволяет защитить свои права в суде. В-третьих, гарантийную функцию. В восприятии потребителя наличие логотипа является гарантией качества товара. В-четвёртых, логотип выполняет рекламную функцию: создаёт определённый образ, помогающий узнавать товар.

Опираясь на то, что один и тот же знак у разных людей, в силу различных причин: образования, круга общения и т.д. может вызывать абсолютно разные ассоциации и, соответственно, разные эмоции, то при создании логотипа необходимо учитывать социальный, географический, политический факторы.

Первым делом следует учесть социальные категории потенциальных потребителей. Второй фактор — географический. У людей, принадлежащих к разным культурам, один и тот же логотип может вызывать разные ассоциации. Третий фактор — религиозный; для каждой религии присуща своя символика. Также к этим факторам можно отнести возрастную принадлежность, когда жизненные ценности и интересы в силу возраста и жизненного опыта начинают различаться. Игнорируя данные факторы, компания рискует потерять доверие, и, как следствие, заказчика, т.е. деньги [1].

По типу исполнения логотипы делятся на три группы: шрифтовые, графические и комбинированные. К первой группе относятся лого, в которых используется только текст. Такие логотипы хорошо запоминаются, более удобны для рекламы, легко различимы. Для того, чтобы клиент с одного взгляда на логотип узнавал фирму, необходимо название превратить в знак. Чем меньше букв, количество деталей, тем проще получившийся логотип читается, следовательно, запоминается [3].

Логотип созданный по типу графического знака — это максимально стилизованное обозначение фирмы или продукта. Логотип должен отвечать эстетическим требованиям и высокому уровню графики, быть простым для

восприятия. Комбинированный тип логотипа объединяет в себе два предыдущих, этот тип логотипа наиболее распространен. Использование образа и правильная подборка шрифта делают его запоминающимся и позволяют использовать имя заказчика.

При разработке логотипа уделяется внимание и цветовой гамме, так как научно доказано, что цвет эмоционально воздействует на человека. Обычно используют три цвета, контрастных по отношению друг к другу и к фону. Цвет в логотипе также несёт ассоциативную функцию. Работая с цветом, важно помнить о возможностях типографии и проблемах при печати. К примеру, даже половины миллиметра будет достаточно, чтобы потерялся общий вид логотипа. Необходимо, чтобы логотип сохранял свои визуальные данные при всех размерах.

Ещё одним важным требованием, которое не входит в состав основных, но должно учитываться, является ассоциативность логотипа. К логотипу, употребляемому на международном рынке, выдвигается ряд специфических требований: адекватность содержания, соответствие образу фирмы. При разработке логотипа необходимо учитывать, где потребитель чаще всего будет видеть логотип: на упаковке, видеорекламе, наружной рекламе, вывеске магазина и т.д.

В повседневной жизни мы постоянно сталкиваемся с множеством логотипов различных фирм. Создание правильного логотипа требует знаний и опыта не только в области дизайна, но и психологии. Некоторые быстро забываются или же просто остаются незаметными, другие откладываются в нашей памяти благодаря каким-то удачным изюминкам или неудачным моментам или из-за вызванных ассоциаций. Не стоит забывать, что продукция, как и логотип, создаётся для среднестатистического потребителя, который при виде удачного логотипа и не задумается, почему у него возникло желание приобрести этот товар и именно в этой упаковке. Задача дизайнера-профессионала вызвать именно такой эффект.

Литература:

1. Добробабенко Н. Фирменный стиль: принципы разработки: [Электронный ресурс] / Н.С. Добробабенко. – М: Инфра-М., 2003. – Режим доступа: <http://topref.ru/referat/91771.html>
2. Ерошкин В. Промышленная графика: учебное пособие для вузов: [Электронный ресурс] / В. Ерошкин. – Омск, 2007. – Режим доступа: <http://geocities.ws/puwntnblsfw/11/748.html>
3. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий: [Электронный ресурс] / О.Г. Яцюк. – Санкт-Петербург, 2004. – Режим доступа: http://www.booksgid.com/graphic_design/29011-osnovy-graficheskogo-dizajna-na-baze.html

Самуйлік Ю.В., 3 курс, спец. «ПД»

Керівник: викл. Шауліс К.К

КАМ'ЯНА МОГИЛА – ВИДАТНА ПАМ'ЯТКА ПРАДАВНЬОГО МИСТЕЦТВА НА ТЕРИТОРІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

На території сучасної України не так багато історичних пам'яток віком десятки тисяч років. Серед них особливе місце займає Кам'яна могила. Вона являє собою відокремлений масив піщанику, розмірами приблизно 240 x 160

м., який складається з великих кам'яних брил до 12 м. у висоту. Це кам'яна нагромадження, площею приблизно 30 тис. кв. м, за формою нагадує курган. Кам'яна Могила утворилася на місці величезного древнього гейзера чи грязьового вулкану, який припинив свою діяльність близько 5 млн. років тому. Його жерло забите своєрідною пробкою із спресованого і закам'янілого за мільйони років піску. Під дією сонця, вітру і води кам'яний масив почав розпадатися на окремі частини, всередині утворилися пустоти, схожі на бджолині стільники.

Кам'яна могила це не безладне нагромадження піщаних плит, а розвалений кам'яний панцир з гротами і печерами, в 65-ти з яких збереглися петрогліфи. Саме вони, тисячі зображень, вибиті і прокреслені на плитах гротів і печер, забезпечили славу Кам'яній могилі. Тут можна побачити і досить певні зображення, і таємничі мережива шаманських знаків. Оскільки в давнину по нашого степу бродили бізони, мамонти і носороги, носилися табуни коней, сайгаків, в заростях очерету і терну водилися лосі і кабани, на рівнині паслися бики-тури — вони то і стали основними сюжетами для древніх творців. В основному малюнки наносилися на піщаник не фарба, а протиралися шматком твердого каменю. Вони утворювали поглиблення, які лише іноді покривалися мінеральними чорними і червоними фарбами. Хронологія петрогліфів охоплює величезний період від XXIV-XXII тисячоліття до н.е. до X-XII століть. Нанесенні вони невеликими каменями твердих порід, які легко залишали сліди на м'якому піщанику.

З північно-західного боку Кам'яної могили знаходиться так званий «грот мамонта». Усередині нього добре видно, що стеля дуже задимлений від ритуальних вогнищ древніх людей. У напівтемряві вимальовуються фігури тварин, вибиті на стелі по техніці контурного начерку і протирання по всій площі. Раніше в центрі грота вимальовувалося стилізоване зображення мамонта, це зображення відтворює мамонта, якому більше 15 000 років. Тоді вже могутня тварина вимерло, але його образ залишився жити в легендах. Тому він був предметом поклоніння первісних жителів південного степу. На стелі зображено чотири рогатих бика. Тварини повернулись головами в різні боки. Не виключено, що тут слід бачити вказівки на вже відомі людині частині світу. Грот був присвячений культу бика ранньонеолітичної епохи. Адже це тварина після приручення несло людям всі блага: їжу, одяг, будинок і т.п.

Кам'яна Могила – храм нашої загальнонародської культури й духовності, який зберігся на півдні України, де зосереджені не тільки петрогліфи й живописні рисунки – міфологемні твори, а й збережені перші зразки писемності, які свідотвують про високу культуру наших пращурів.

Джерела:

1. <http://ua.stonegrave.org/index>
2. <http://education.unian.ua/629640-kamyana-mogila-yak-vinikla-gora-u-vipalenomu-sontsem-stepu.html>
3. <http://firtka.if.ua/?action=show&id=19320>

Сєдих Л. В., магістр

Харківський національний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди

Наук. керівник: канд. мист. Т. В.Паньок

ДЕЯКІ МОМЕНТИ ТВОРЧОГО ЖИТТЯ ХУДОЖНИКА ВІКТОРА ЧАУСА

Талановитий художник, заслужений діяч мистецтв України, професор Харківської академії мистецтв та дизайну Віктор Миколайович Чаус – митець, який обрав своїм творчим кредо зображення реального світу і прагне зображувати життя в найбільш цікавих проявах. В. Чаус намагається «перетворити свої полотна на своєрідний візуальний діалог між життям та емоційним відгуком зачарованого художника–споглядача» [2, с. 6]. Мистецтвознавці Л. Волошин, В. Пономарьова говорять про нього, як про «художника-громадянина, який не споглядає світ, а активно живе в ньому» [1, с. 15]. Так, В. Чаусу властива імпресіоністична манера письма зі стрімким, динамічним, широким мазком пензля та кольоровими плямами різної тональної напруги, він «симфоніст кольору, художник тонкого колористичного чуття» [1, с. 11].

Упродовж своєї творчої діяльності митець пройшов значний шлях від реалізму до імпресіонізму. В ранніх роботах йому була притаманна стримана палітра й ретельне пластичне моделювання форм. У останні десятиліття ми бачимо експресивно-колористичні композиції, присвячені народно-етнографічній тематиці: «Танок» (2002), «Свято в селі» (2003) та ін. Його полотна відзначаються складною й своєрідною колористичною манерою письма, вишуканістю та багатством світоносною палітри. Художник вільно володіє різними художніми засобами. Він може трактувати образ узагальнено і монументально, а може насолоджуватись деталями. Як зазначає Л. Волошин «художник мислить кольором... фарби на його полотнах перетворюються на своєрідну метафору – гімн красі, радості...» [1, с. 11].

Жанрові картини, які розкривають тему театру, танцю, багато років є візитною карткою творчості Віктора Чауса, але вперше він продемонстрував цю тему в масштабі персональної виставки «Пастельне «Па», що проходила у Харківському театрі опери та балету ім. М. Лисенка. Тема балету підказала художнику вибір техніки зображення: масляні фарби, пастель, сангіна, вугілля, акрил. Для більшості робіт характерно цікаві композиційні знахідки, густі, соковиті плями кольору, що підкреслюють активність пластичного руху образів.

Художник показує балерин у своєму театральному середовищі, часом у нетиповому ракурсі. Роботи пронизані невимушеністю, динамічністю в подачі образів, недомовленістю, що залишає місце фантазії глядачів: танцівниці на полотнах завмерли в стані очікування, їх тремтіння передається через дивовижні сполучення барв та тонких світлотіньових нюансів.

В. Чаус розкриває тему балету без пафосу та патетичності, фіксує моменти в житті людини, які є найбільш зворушливими, життєвими, майстерно передає щирі емоції балерин, правдивість їхніх образів. Полотна ніби наповнені світлом, сповнені музикою барв та ритмів.

Характеризуючи виставку, головний художник ХНАТОБу Надія Швець відмічає, що роботи В. Чауса дуже чуттєві, емоційні, у них є вираз почут-

тя. Сам майстер говорить, що в творчості він прагне торкнутися людських відчуттів душі.

Отже, творчість талановитого мистця відрізняється багатоманітністю і оригінальністю живописних пошуків. В. Чаус «співець земної, плотської краси світу, закоханий в багатство її реальних форм, у різноголосся її сонячних фарб, звуків, тонів, півтонів» [1, с.12].

Література:

1. Волошин Л. Віктор Чаус: митець натхнених сонячно-барвних імпресій / Любов Волошин // Віктор Чаус альбом / Любов Волошин. – К. : «Софія-А», 2010. – С. 10–15.
2. Шапиро О. Сонячні імпресії / Олена Шапиро // Віктор Чаус альбом / Олена Шапиро. – К. : «Софія-А», 2010. – С. 6–9.

Седова Д., Пронякина В., спец. «Мист-во»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ TRX ПЕТЕЛЬ НА ЗАНЯТИЯХ ЛФК ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Что такое петли TRX? Кому этот снаряд будет полезен и для чего? Полезны ли занятия TRX для студентов группы ЛФК?

На эти вопросы есть ответы, и найти вы их можете в этой ознакомляющей статье.

Для начала хотелось бы ознакомить вас с историей появления TRX петель, она весьма интересна. Занятия TRX появились в конце 1990-х годах и были придуманы американским пехотинцем из «Морских котиков» Ренди Хетриком, который, с целью поддержания себя в форме занимался с «натуральным» оборудованием, имеющимся под рукой: с помощью пояса для кимоно, канатов и нейлоновых лент.

Другие пехотинцы присоединились к изобретателю. Позже занятие приобрело популярность: так появился TRX, который означает Total Body Resistance — Общее Сопротивление Тела. Классические знакомые всем «тряпочные» петли появились позже, уже в начале 2000-х, — собственно, с легкой руки Хетрика, который из спецназовца в отставке превратился в бизнесмена, придумавшего новый вид спорта.

По сути, TRX — это замена тренажерного зала в одном универсальном устройстве, которое можно носить с собой. Несмотря на кажущуюся гениальную простоту, занятия TRX не так очевидны и требуют подготовки и поддержки от тренера. В нашем случае педагоги по ЛФК должны быть хорошо подготовлены, обучены занятиям TRX, для того, чтобы помочь студенту правильно и безопасно тренироваться. Перед тем как начать тренироваться следует проконсультироваться с врачом на тему противопоказаний и возможных рисков. Затем сообщить своему тренеру-преподавателю, который будет давать вам основную нагрузку по вашим возможностям.

Главная функция TRX — это развитие выносливости, а это значит, что он показан даже людям с астмой, — это будет развивать их легкие, и, собственно, выносливость. Кроме того, TRX полезен как снаряд, позволяющий тренировать практически все тело без ударной или прямой нагрузки на позвоночник. Можно заниматься с любой патологией, однако для каждого диагноза будет свой определенный набор упражнений.

Рекомендованное количество занятий — два-три занятия в неделю, как и проходит занятие ЛФК в учебном учреждении. Как и в любом спорте важна системность: постоянные занятия дают возможность четко понимать, как много нужно отдыхать конкретному человеку, эффект возможен только в комплексе с правильным отдыхом.

Тренировка на занятии ЛФК будет занимать 40–60 минут, будет последовательной, простой и наберет интенсивность постепенно. Перед тренировкой педагог вам посоветует посветить 5–10 минут разминке. Если занятия проходят в многоэтажном здании можно просто выйти на лестницу и подняться и спуститься на несколько этажей. Петли позволяют выполнять сотни функциональных упражнений на развитие силы, выносливости, гибкости и равновесия. А самое главное, петли TRX подходят для людей с любым уровнем подготовки.

Включение TRX преподавателями в тренировки по ЛФК однозначно правильно и полезно, но исключать остальной ряд упражнений не стоит. Очень важно умение преподавателя грамотно планировать нагрузки, сочетать их и тренировать студентов по регулярному и разумному графику.

Sechnov Yegor, a 3rd year student of Design faculty

Scientific adviser: Kuznetsova V.M.

ICONIC DESIGN

The Citroën DS (also known as Déesse, or Goddess, after the punning initials in French) was an automobile produced by the French manufacturer Citroën between 1955 and 1975. Citroën sold nearly 1.5 million D-series during its 20 years of production. The DS is well-known for its futuristic, aerodynamic body design, and for its innovative technology (including its hydropneumatic self-leveling suspension system) [1].

Sculptor and designer Flaminio Bertoni and aviation engineer Andre Lefebvre had been working on the design at Citroën even before World War II, but the DS was a pure product of the moment [2]. The introduction of the DS took place at the October 1955 Paris motor show. The orders taken at the show (12.000) were well above the amount Citroën could build within the first production year. Enormous crowds gathered at the Citroën display and at the occasional DS on the streets [3].

Visitors and journalists from around the world look on in total amazement. A worthy successor to the Traction, the DS was revolutionary both by its aerodynamic styling and its range of new technologies. It almost made all the other cars on show look outdated. The unveiling of the DS was an event that made an impression on all those who were present. Sixty years on, people are still talking about it [4].

The DS was the first production car with front disc brakes, and one of the first mass-market cars to use electronic fuel injection (1970) [5]. In August 1962, the Citroën DS reached national hero heights in France when its cutting-edge engineering saved the life of president Charles de Gaulle.

At least three tyres were shot out and the car went into a skid but, due to its innovative hydraulic suspension system, the vehicle automatically stayed level.

Citroen DS. 1968

This enabled the driver to get out of the skid and escape. Designers and petrolheads alike have regularly put it on

their list of the world's most desirable cars. It won the Rallye Monte Carlo in 1959 and Pauli Toivonen drove a DS19 to victory in 1962 in the 1000 Lakes Rally. In 1966, the DS won the Monte Carlo Rally again, when the BMC Mini-Cooper team were disqualified due to rule infractions.

It was the car of choice for French taxi drivers and the French, as a nation, refused to forget the legendary DS. In 2005, 1600 DS cars and their drivers gathered in Paris and drove in procession down the Champs Elysees past the Arc de Triomphe and other Parisian landmarks such as the Eiffel Tower. And as well as de Gaulle, it has been the favourite car of a whole host of heroes both real and fictional. Astronaut Yuri Gagarin was a fan as was painter Marc Chagall and actor Jeff Bridges.

Newly appointed as president, Francois Hollande rode through Paris in another, 21st century Citroen but a DS all the same – his bespoke DS5 HYbrid4 Laundulet. It has starred on the big screen as well as the small screen – in *Back To The Future II*, *Gattaca* with Uma Thurman and *Scarface* with Al Pacino. Simon Baker chose it as Patrick Jane's car in *The Mentalist* because he thought it suited his eccentric character and he was a fan of Columbo Peter Falk, who drove another French car, a beat-up 1959 Peugeot in the detective series [6].

This is a design classic for any number of reasons. It is identifiable, and clearly iconic. It has remained essentially unchanged, and merges the old with the new — the old technology of the engine with the new suspension and other innovations. It is a beautiful merger of form and function, aerodynamic and futuristic — yet very much of its time. It is a celebration of colour, of lightness, of freedom of line — perfect for the post-war optimism. The car it replaced was instantly old-fashioned, black and drearily conservative and boring. The DS was to be driven in a new world on new motorways filled with pastel coloured scooters and camper vans.

The DS placed third in the 1999 Car of the Century competition, and fifth on Automobile Magazine's "100 Coolest Cars" listing in 2005 . It was also named the most beautiful car of all time by Classic & Sports Car magazine after a poll of 20 world-renowned car designers, including Giorgetto Giugiaro, Ian Callum, Roy Axe, Paul Bracq, and Leonardo Fioravanti.

Electronic information sources:

3. http://www.netcarshow.com/citroen/1960-ds_19/

1. <http://www.wsj.com/articles/the-citroen-ds-19-why-its-the-ultimate-classic-car-1430501156>

2. <http://www.schaalbouw.nl/citroen/history.htm>
3. <http://www.supercars.net/cars/388.html>
4. <https://artofdesign.wordpress.com/2006/12/08/the-goddess/#more-186>
5. <http://www.dailyrecord.co.uk/lifestyle/motoring/citroen-ds-car-distinctly-successful-5118498>

Сінякова А. Г., 3 курс, спец. «ПД»

Науковий керівник: Шауліс К. К.

ХУДОЖНЄ ОФОРМЛЕННЯ ОСТРОМИРОГО ЄВАНГЕЛІЄ

Мистецтво рукописної книги, як відомо, існує з давніх часів, але офіційно і вперше про нього стало відомо в Київській Русі. Підтвердженням цьому є «Остромирове Євангеліє», перша рукописна книга, написана у 1056 році в Києві, яка існує донині. «Остромирове Євангеліє» було переписано дияконом Григорієм, який виконав цю роботу за сім місяців за замовленням іменитого новгородського посадника Остромира, у хрещенні Йосипа, у правління київського князя Ізяслава Ярославича, і це згадується в Післямові, яка так само була написана його рукою [1].

За змістом та структурою тексту книга є коротким апракосом, який відноситься до типу богослужбових книг Священного писання. В основній частині тексту в книзі йдеться про євангельські щоденні читання від Великодня до П'ятидесятниці і про наступні читання. У другій частині йдеться про євангельські читання з Месяцеслова, починаючи з вересня, також присутні читання, які відносяться до інших подій.

«Остромирове Євангеліє» написано на 294 аркушах білого і тонкого пергаменту уставом. Диякон Григорій сам визначав пропорції полів, самого тексту, мініатюр у книзі і орнаменту на заголовній букві, форму інших букв. Незважаючи на те, що для книги був обраний єдиний стиль, перші 23 сторінки були написані трохи інакше, в стилі, характерному російській розмовній мові, в той час як інша частина книги була витримана в рамках церковнослов'янської мови. [2]

Книга була дуже гарно оформлена в старовізантійському стилі, переважали яскравий червоний, зелений, блакитний, білий і золотий кольори як в мініатюрах, так і в самих орнаментах традиційного емальєрного типу, які відрізнялися оригінальністю і неповторністю. Мініатюр, до речі, було всього три — зображення євангелістів Іоанна, Луки та Марка, заставок — близько двадцяти, і понад 200 великих ініціалів. Ініціали були прикрашені незвичайними, дуже складними орнаментами, де перепліталися зображення фантастичних звірів і птахів разом з геометричними елементами, і разом вони створювали гарний візерунок, попереду якого були вписані людські обличчя [3].

Художнє оформлення Остромирового Євангеліє відрізняється не тільки усілякими прикрасами у вигляді орнаменту або інших дрібних деталей, намальованих від руки. Кожна сторінка цього старовинного рукопису є істинним твором рукописного мистецтва, характеризується гармонійністю, тонким смаком і високою майстерністю виконання. За допомогою диякона Григорія та майстрів-однодумців був створений справжній шедевр — видат-

ний пам'ятник давньослов'янської писемності і мистецтва книги Давньої Русі під назвою «Остромирове Євангеліє».

Джерела:

1. Стаття «Остромирово Евангелие: хранение и изучение памятника» [Электронный ресурс] / автор. Е. И. Крушельницкая. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://www.nlr.ru>, свободный. — Загл. с экрана. — Мова рус.
2. Стаття «Остромирове Євангеліє» [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://bibliograph.com.ua>, свободный. — Загл. с экрана. — Мова укр.
3. Стаття «Остромирове Євангеліє» [Электронный ресурс] / Національна академія наук України. Інститут української археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://archeos.org.ua>, свободный. — Загл. с экрана. — Мова укр.

Сиренко А.В., 4 курс, спец. «ГД», ХДАДМ

Руководитель: канд. искусствоведения, проф. Сбитнева Н Ф.

ТИПОГРАФИКА ВИЗУАЛЬНОЙ СРЕДЫ

Легендарный графический дизайнер Массимо Виньелли сказал: «Мы думаем, что типографика — это черное и белое. На самом деле, типографика — это белое, а вовсе не черное. Это пространство между черным, которое и создает типографику» [3, с. 344]. Традиционно типографику понимают как искусство работы со шрифтом: организация текста и изображений в пространстве листа, верстка — это задачи типографики, однако на практике все гораздо сложнее: типограф не просто работает с текстом, организуя пространство листа, а организует пространство визуальной коммуникации, конструируя которое, работает со смыслами и идеями, формирует диалог между медиа, самим контентом и человеком.

Многие объекты служат, прежде всего, как основа для текста, когда текст сам по себе определяет сущность и существование объекта. Сюда можно отнести любой печатный дизайн, т.к. любой печатный объект работает в трехмерном пространстве и, следовательно, является частью предметной среды. Самый стандартный способ сочетания типографической и пространственной систем известен испокон веков. Буквально — нанесение надписей на технику, промышленные и архитектурные объекты, при том, что надписи имеют второстепенное значение по отношению к базовой функции объекта. Весь широкий спектр их разновидностей можно условно объединить в две группы:

- надписи, обоснованные исключительно практической целесообразностью (предупреждающие или поясняющие сообщения на промышленных объектах, товарные знаки);
- надписи, имеющие больше эстетическое значение (что не исключает фактора рекламы) — это декоративные или брендирующие надписи на промышленных объектах, посуде, а также графика в городской среде, арт-объекты, ливреи на самолетах.

Учитывая современные тенденции, с одной стороны, опредмечивания в графическом дизайне и с другой — распредемечивания в дизайне промышленном (сведение осязаемого объема предметов к минимуму),

можно предположить, что дальнейшее исследование возможных связей и способов взаимодействия типографики и предметной среды может найти применение в проектировании визуальных коммуникаций, отвечающих потребностям современной городской среды.

Таким образом, развитие типографики началось с изобретения книгопечатания, а своими корнями художественно-типографическое мышление уходит к временам рукописной книги. Типографика прошла целый период становления, она неразрывно связана с изменениями технологий и развитием графического дизайна. Как разновидность типографической деятельности можно рассматривать и проектирование рекламы, вывесок, оформления выставок, многочисленных элементов айдентики, т.е. работу в самых разных областях графического дизайна. В век информации большая ее часть существует в текстовом виде — книги, журналы, сайты. При соблюдении определенных правил и законов типографики, читатель воспримет и услышит необходимый посыл.

Литература:

1. Типографика в предметной среде [Электронный ресурс] / Под ред. Д. Золотарева. – М.: Справочно-информационный интернет-портал REVISION. – 2014. – Режим доступа: <http://revision.ru/blog/2933/#newcomment>, свободный. – Загл. с экрана.
2. Серов С. Типографика визуальной среды [Конспект-программа лекций по авторскому курсу «Проектная концептуалистика». Часть 1] / С.И. Серов. – М.: Линия График, 2003. – 32 с.: ил.
3. Пискалов П. В. Типографика как средство визуальной коммуникации / XVII Международная научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Современные техника и технологии» / Сборник трудов в 3-х томах. Т. 3. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – С. 344.

Скібіна М., 3 курс, спец. «ІО», ХДАДМ

Наук. керівник: доцент каф. українознавства Щербина Е. Б.

УКРАЇНЬСЬКА МОВА У СІМ'Ї СЛОВ'ЯНСЬКИХ МОВ

Слов'яни є найчисленнішою в Європі (в т. ч. етнічні росіяни всієї Росії) групою індоєвропейських народів, споріднених за походженням (генетично), мовою і культурою. Слов'янські мови як основна ознака слов'янських народів за кількістю носіїв посідають п'яте місце у світі (після китайської, індійської, германської та романської груп).

Усі слов'янські мови генетично споріднені, бо мають спільне джерело — праслов'янську (спільнослов'янську) мову і виникли на основі її діалектних відгалужень. Основний словниковий фонд кожної слов'янської мови становлять спільнослов'янські слова, які виникли ще в період мовноетнічної єдності слов'ян і називають частини людського тіла (око, ніс, брова, голова, рука), до основного словникового фонду належать назви на позначення знарядь праці: плуг, борона, молот; явищ природи: вітер, вода, сонце), рослин та тварин: кінь, корова, вовк, лев, риба, орел, пшениця, дуб, овес; дій та процесів: жити, ходити, косити, спати; назв спорідненості: мати, син, брат, сестра та ін.

Із часів виникнення мова безперервно змінюється. Розвиток є формою її існування. Він відбувається повільно і протягом життя одного покоління малопомітний або й зовсім не помітний. У історичні періоди, пов'язані з революційними змінами суспільства, розвиток мови дещо прискорюється. Однак вона не змінюється стрибкоподібно, оскільки в кожний момент свого існування має бути загальнозрозумілим засобом спілкування.

Мова змінюється на всіх своїх рівнях — від фонологічного до текстового. Темп розвитку різних рівнів мови не однаковий. Найшвидше змінюється лексичний рівень, оскільки саме він безпосередньо відображає об'єктивну дійсність, її зміни та пізнання людством світу.

Наявність в українській мові значної кількості фонетичних і морфологічних відмінностей від інших слов'янських мов свідчить про самостійний шлях її розвитку як окремої мови впродовж надзвичайно тривалого часу.

Носії української мови підкреслюють передусім її милозвучність. “Те, що українська мова відзначається особливою милозвучністю, відомо здавна, і, здається, ніхто не сумнівається в цьому тепер...” – пише дослідник Тоцька Н.І.

Звуки в мовленнєвому потоці організуються так, щоб їх легко було вимовляти, щоб вони були розбірливі для слухача і щоб гармоніювали між собою. Усе це надає мовленню мелодійності, приємного звучання, тобто милозвучності.

Цій вимозі підпорядковані всі українські слова, і далеко не завжди їй відповідають слова іншомовного походження. У цьому легко переконатися, вимовляючи поряд питомі українські й запозичені слова: спонукання й інстинкт (з латинської), крапка і пункт (з німецької), повітря і аероіонізатор (з грецької), загін і ар'єргард (з французької).

Можна виділити три основні засоби милозвучності, які використовує українська мова.

1) фраза, як правило, будується так, щоб не стикалися між собою наголошені склади. Якщо ж такий збіг неминуче стається, то або один із наголосів зникає, або між наголошеними складами робиться пауза.

2) легкості у вимові українській мові надає уникання збігу однотипних за місцем і способом творення приголосних в одному слові або на стику слів. Наприклад, відомі рядки з Шевченкового вірша: «Садок вишневий коло хаги, хрущі над вишнями гудуть...» милозвучні насамперед тому, що приголосні звуки, які йдуть у них один за одним, творяться в різних місцях і по-різному.

3) важливим засобом милозвучності є також уникання збігів голосних (насамперед) та збігів приголосних. Цим досягається плавність у вимові слів, словосполучень і речень.

Ми розглянули низку чисто лінгвістичних і акустичних параметрів, що характеризують звучання української мови. Вони апріорі є ніби об'єктивним ґрунтом, основою формування естетичних вражень. Поки що ми не знаємо, які з цих параметрів є визначальними, скільки їх треба і в якому вираженні, щоб мова сприймалася як милозвучна. Тут привертає до себе увагу той факт, що серед європейських мов об'єктивно найбільш вокалічною є фінська (51 %), а не італійська (48%), хоч враження музикальності справляє друга,

а не перша. Слід думати, що лише комплекс показників різного рівня, причому в певному, не відомому поки що для нас, співвідношенні здатний забезпечити те, що ми сприймаємо позитивно і вважаємо красивим. Поки що не можна, беручи за основу якусь одну ознаку, поділити мови на милозвучні й немилосвучні.

Є підстави вважати, що носії кожної окремої мови, яку витворив народ відповідно до своїх ідеалів, природно, вважають свою мову гарною, милозвучною. Говорячи словами М.Михайлова, “Мова – витвір народу, і кожен народ створив собі мову, відповідну не тільки його рівню й способу його мислення, але й естетичним ідеалам”.

Джерела:

1. Бондаренко М.Ф., Дюмін О.З, Николаєва А.О. та ін. Українська мова. Посібник – практикум для абітурієнтів.
2. Карпенко Ю.О. Вступ до мовознавства: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2006. 336 с.
3. <http://www.ukrreferat.com/index.php?referat=71750>
4. <http://pidruchniki.com/1917080647596/dokumentoznavstvo>

Скирда Д.Е., 4 курс, спец. «МЖ», ХДАДМ

Научний керівитель: доцент Галушка О.А.

РОЛЬ «ЭКОДИЗАЙНА» В РЕШЕНИИ ЭКОПРОБЛЕМ

Человек, являясь неотъемлемой составляющей природы, постоянно воздействует на окружающую среду, наносит ей не поправимый ущерб и тем самым разрушает экосистему в которой существует. Одна из главных проблем XXI века – пагубное влияние человека на окружающую среду в результате своей жизнедеятельности. И, поэтому, максимальное сохранение экологической среды – главная задача человечества.

Прежде всего, стоит заметить, что эстетика и экология тесно связаны между собой. Например, философы древней Греции, такие как Аристотель и Платон, вызывали у современников неподдельный интерес к природе и её эстетическому значению. Художники эпохи модерна создавали узоры и орнаменты, рассматривая растения и наблюдая за животными. И сейчас, проблемы эстетики в природе остаются как никогда актуальными.

Искусство в должной степени способствует решению экологической проблемы. Прежде всего, это проявляется в стремлении создать гармонию во взаимоотношении «человек–природа». Художник, как представитель визуального искусства, способен создать условия, необходимые для гармонии. Наблюдая и анализируя, он, в результате своей деятельности, изображает предметы и объекты, которые наиболее приближены к естественному. Именно стремление к естественному и есть определяющий фактор в гармонии человека с окружающей средой.

Подобным правилом чаще всего пользуются художники и дизайнеры. К примеру, «зелёный ландшафт» создаёт хорошую звукоизоляцию, снижая уровень шума в помещении, примерно, до 40 децибел. «Зелёные крыши», используя отражательные свойства, защищают от ультрафиолетовых лучей

и вредного электромагнитного излучения. Благодаря стремлению сохранить экологию в дизайне и архитектуре возникло новое направление, которое уделяет особое внимание охране окружающей среды – «экодизайн». В задачи «экодизайна» входит:

- рациональное потребление ресурсов;
- используются только натуральные материалы, добавление химического сырья в данном направлении дизайна недопустимо;
- изделия, создаваемые дизайнерами, должны быть не только сделаны из натуральных материалов, но и быть безопасными в использовании;
- в случае возможного повторного использования, материалы перерабатываются с нанесением минимального ущерба экологии.

Подобного направления дизайн стал очень популярен в 21-м веке. Загрязнения окружающей среды, выхлопы автомобилей, заводской дым, опасные химикаты, которые сливаются в озера и реки с промышленных заводов – всё это заставляет человека искать всевозможные способы решения проблем. Один из способов решения данной проблемы – использование натуральных материалов и максимальное «сближение» с природой.

До того, как возникла необходимость защиты и охраны окружающей среды, человечество пользовалось только натуральным сырьем. Например, примечательным есть тот факт, что «озеленение крыши» использовалось несколько столетий назад. Чаще всего, такие крыши были покрыты дёрном. И сейчас, всё чаще обращаясь к проблеме загрязнения, подобного вида «экокрыши» широко используются в Европе и в других странах. Это страны Германии, Нидерландов, Италии, Австрии, Швеции, Великобритании и другие. Чем именно обусловлен такой приоритет «экокрыш» над обычными крышами и кровлями? Прежде всего, он – экологически безопасен как для человека, так и для окружающей среды. Во-вторых, как ни странно «экокрыши» более экономичны, потому что способы сохранять тепло внутри. В-третьих, они способствует существенному уменьшению загрязненности воздуха и обогащению его кислородом, что, в свою очередь, повышает комфорт жизни в городе и сокращает число заболеваний, особенно астматических. Ну и стоит заметить, что «зелёные крыши» поглощают шум, при этом почвенный слой поглощает низкие частоты звука, а растения — высокие.

«Экодизайн» приобретает всё больше влияния среди сторонников защиты окружающей среды. Постепенно внедряясь, он позволяет существенно сократить использование природных ресурсов. Это направление в дизайне способно решить важные общечеловеческие проблемы, среди которых загрязнение воздуха, избыток шумов и всевозможных вибраций, излучений, нерациональное использование природных материалов. Частичный отказ от использования пластика и хромированного металла благотворно повлияет на экологическую ситуацию в целом.

Учитывая всё вышесказанное, можно сделать вывод, что если в ближайшие десятилетия направление «экодизайна» станет основополагающим в жизненных условиях человека, то станет вероятным частичное решение экологических проблем.

Литература:

1. Титова, Н. П. Сады на крышах. — М.: ОЛМА-ПРЕСС Гранд, 2002. — 112 с.
2. [Электронный ресурс] <http://kayrosblog.ru/post192718279>
3. [Электронный ресурс] <http://www.tsvetnik.info/Eco/01.htm>

Скіпенко К., магістр

Харківський національний педагогічний університет ім. Г.С. Сковороди
Наук. керівник: канд. мист-ва Т. В. Паньок

ДЕЯКІ НОТАТКИ ДО ТВОРЧОСТІ Д. ЛЕВИЦЬКОГО

Оглядаючи художню спадщину України, просто не можливо не виділити видатного художника-портретиста Дмитра Григоровича Левицького. Вже з перших робіт молодий художник показав себе першокласним майстром парадного портрета, здатним знайти виразну позу і жест, поєднувати інтенсивність кольору з тональною єдністю і багатством відтінків. Д. Левицький завжди дуже тонко відчував художній образ у характері людини. Завдяки цьому він у своїх творах досяг гармонійної єдності, розкриття сутності характеру портретованого, життєвий зміст своєї епохи, прогресивні прагнення сучасників і знайшов прекрасну, життєво переконливу форму для їх втілення.

Д. Левицький – художник, що приділив у своїй творчості велике значення фактурній розробці. Кожен предмет на його полотнах мав передавати сутність образу портретуємого. М'якість кольору, пружність мазку, прозорість фарби, ажурність фону, холодний відлив діамантових відтінків світла, молочний відсвіт перлистих напівтонів, жорсткість тіні кожен раз по-іншому перегукувалися з особливостями характеру людини.

Часом художній образ розкривався через алегоричну композицію. Д. Левицький писав своєрідну живописну оду в традиціях «учительської» поезії, це було свого роду публіцистичний виступ за актуальними питаннями ідейної полеміки.

Наприкінці XVIII сторіччя майстер у своїх роботах, виявляє себе одним із самих чутливих і сприйнятливих художників свого часу. Його картини насичені різноманітною технікою від «кольоровості» бароко, до суворого, майже аскетичного класицизму. Не обмежуючи себе рамками одного разу знайденої форми, майстер щоразу вибирає новий спосіб вираження у точній відповідності зі своїм задумом, виходячи з особливостей особистості людини. Детально аналізуючи натуру майстер переходить до реалістичного живопису з дрібними деталями. У цілому творчий шлях Д. Левицького представляє безсумнівний рух до реалізму, бо у такому напрямку йшов розвиток якостей, притаманних йому з дитинства.

Також майстер написав велику кількість замовних портретів офіційного характеру що ще раз підтверджувало високий професійний рівень та духовну обізнаність митця. Це і прославлені полководці екатерининської доби, кавалери ордена св. Володимира – В. Румянцев-Задунайський, О. Суворов, П. Завадовський, М. Рєпнін, С. Грейг, І. Голенищев-Кутузов, В. Коновніцин. Визначні дипломати і радники Катерини II – С. Воронцов, П. Бакунін-Менший, І. Шувалов, Г. Потьомкін, А. Безбородько та ін.

Звичайно художник писав й портрети самої Катерини II. Проте імператриця не позувала майстру. У всякому разі, дослідники не мають у своєму розпорядженні ніякі письмові свідчення про це. Художник писав портрет імператриці з інших портретів художників. Наприклад, створюючи в 1782 році черговий портрет государині, він скористався «Портретом Катерини II перед дзеркалом» Вігліуса Еріксена. Також для створення портрету імператриці художнику позувала його дружина Настасія Яківна, чий портрет зберігається в Російському музеї. Дружина художника дійсно була схожа з Катериною II.

Д. Левицький розробив новий для своєї доби тип просвітницького репрезентативного портрета. Відмовившись від барокової пишності і класицистичної атрибутики, художник розглядає свою модель тверезо і діловито. Він не шукає нові композиційні рішення, ефектні пози, жести. Простота і почуття власної гідності – ось ті «витонченості душевні», які він підкреслює.

Художник захоплювався й новим на той час інтимним портретом, що був написаний не без впливу ідей сентименталізму. Типове для його колишніх портретів нейтральне тло, замінюються на пейзажне. Людина і пейзаж, пройняті єдиним настроєм, що підвищує емоційну виразність образу. У полотнах художника почуття моделі мов би одушевляють природу.

Пізні роботи Д. Левицького, відрізняються високими художніми достоїнствами, однак образної єдності в них вже немає. Існує тільки смисловий алегоричний зв'язок між портретованим і тлом, на якому він показаний, що багато в чому є зверненням до вже пройденого самим художником етапу розвитку мистецтва портрета.

Пізня і дуже значна робота у творчості автора, портрет М. Новікова, який написаний на тлі тривожного хмарного неба. Така алегорія може символізувати прагнення моделі та його боротьбу з невіглаством та необізнаністю. Сам портрет М. Новікова настільки глибокий і змістовний, що не потребує додаткових коментарів.

Вдивляючись у полотна Д. Левицького виникає враження бесіди із зображеною на полотні особистістю. Здається, що безпосередньо до кожного з нас звернені уважні та протягнутий жест руки. Простота і природність вислову – ось що підкреслює художник у своїх образах.

Творчість Д. Левицького, його світогляд, розуміння завдань мистецтва в силу чудової обдарованості і дивовижної чуйності майстра до потреб сучасності увібрали в себе майже все краще і прогресивне (особливо якщо це стосувалося розуміння цінності людської особистості), що виробили до цього часу передова вітчизняна громадська думка і національна культура. У портретах Д. Левицького просвітницькі уявлення про прекрасне, гармонійно втілювалися в живих образах, виконаних з неповторною майстерністю й своєрідністю. Д. Левицький, як ніхто інший серед його сучасників – художників, умів з'єднати поетичність, емоційну піднесеність з об'єктивною правдою, показати красу зовнішнього вигляду та внутрішньої якостей портретованого.

Мистецтво Д. Левицького не відразу стало найвищим виразом ідейних і художніх шукань свого часу. Творчість його постійно розвивалося, змінювалося, збагачувалася. Його спадщина є однією з найважливіших, найзначніших етапів утвердження національної портретної школи. Його ро-

боти, які є органічною частиною культури XVIII століття поєднали у собі соціальну спрямованість, високий суспільний і моральний критерій цінності особистості, уважне, серйозне і в той же час сповнене любові і співчуття ставлення до людини, щирий інтерес до відображення його почуттів, думок і переживань.

Гострота сприйняття дійсності, велика любов до реальної, земної краси та сповнене глибокої поваги ставлення до людини визначали характер творчого розвитку Д. Левицького. Звідси неминуща цінність творчої спадщини митця, значущість того місця, яке він займає в історії світового мистецтва.

Скляр А.В., 3 курс, спец. «ДО», ХДАДМ

Керівник: канд. мистецтв., доц. кафедри «ДТО» Єременко І.І.

ДИЗАЙН КОСТЮМІВ В СУЧАСНОМУ КІНОМИСТЕЦТВІ

У мистецтві кіно костюм в першу чергу виявляє характер персонажа, допомагає зрозуміти його внутрішній світ, проблеми і думки, визначити його місце у зображуваному середовищі. Для виконання такої функції створюваний образ має бути максимально виразним.

Мета даної статті – визначити чим саме цікаві створені для кінематографічних картин костюми та завдяки чому дизайнери досягають необхідних ефектів. Аналіз проводиться на прикладі фільмів володарів премії «Оскар» 2011-2016 років в номінації кращий дизайн костюмів.

2011 рік, фільм Тіма Бьортон «Аліса в країні чудес». Для костюмів характерна пишність, ошатність, казковість. Для кожного героя дизайнер Коллін Етвуд використовувала власні прийоми виразності. Для Аліси створено ніжні, повітряно-блакитні костюми. Образ Капелюшника підкреслено складними за кольором тканинами, контрастними фактурами та яскравими деталями. Костюм Червоної королеви повністю підпорядковано символу червоного серця. Через костюм передається внутрішній стан персонажа: вольовий характер Аліси підкреслюється контрастним оздобленням, одяг Капелюшника залежно від настрою змінює колір та форму. Кожен костюм неповторний, але підпорядкований єдиній дії казки.

2013 рік, фільм Джо Райта «Анна Кареніна». Складний крій, цікаві деталі, лаконічні фактури та вишукані прикраси яскраво відбивають характер і особливості епохи другої половини XIX ст. Дизайнер Жаклін Дюрран намагалася через костюм показати розвиток подій, що також важливо для кінокартини: спочатку Анна з'являється в темно-фіолетових і чорних сукнях, а закохуючись, обирає світліші вбрання. Сміливим в дизайні було поєднання крою історичного костюму та сучасних матеріалів. Наприклад, під час скачок Анна була вдягнена в сукню, ліф якої пошитий з темно-синьої джинсової тканини і застібається на кнопки.

2014 рік, «Великий Гетсбі» режисера База Лурмана. Дизайнер Кетрін Мартін в тандемі з Міуччей Прадо, працюючи над екранізацією знайшли багато цікавих рішень жіночих костюмів, чим і заслужили визнання Кіноакадемії: вони наповнили кінокартину блиском і розкішшю через

фактурні рішення суконь та декоративні елементи. На фоні такої яскравості дизайнери не втратили ніжний образ Дейзи Б'юкенен, що проявився в спокійній гаммі та бездоганному декоративному рішенні костюму. Чоловічі костюми не мали великого художнього навантаження, але органічно входили до загальної картини.

2015 рік, фільм Уеса Андерсона «Готель “Гранд Будапешт”». Герої кінокартини дивні та яскраві, навмисне віддалені від реальності, та при цьому дуже стильні та привабливі. Художниця костюмів Мілена Канонеро замінила банальну чорну уніформу консьєржів на фіолетову, що чудово вписувалося в незвичний інтер'єр готелю і підкреслювало футуристичність самого фільму. Яскраві принти по мотивах робіт Густава Клімта, створені для мадам Д., підкреслювали неординарність та особисті риси характеру. З розвитком дії одяг стає сірим та чорним, підкреслюючи зміни, що проходять в картині. Це ще раз доводить важливість дизайну костюмів у відтворенні сюжету.

2016 р. картина Джорджа Міллера «Шалений Макс: Дорога гніву». Дженні Бевані, працюючи над костюмами, створювала образи сильних, войовничих повстанців, що протидіють диктаторові в умовах постапокаліптичного суспільства. Тут наявні і лаконічні мінімальні костюми наложниць і складний за формотворенням та оздобленням одяг головних героїв, байкерів, вороже налаштованих воїнів. Для фільму були створені специфічні маски та металеві деталі одягу, задіяна велика кількість шкіряних виробів та незвично використані важкі матеріали (наприклад, кольчуга). Загалом персонажі мають недбалий та брутальний вигляд. Кожен елемент одягу нагадує про важкі умови виживання, в яких перебувають герої.

На прикладі проаналізованих фільмів можна дійти висновку, що робота дизайнера в рамках кіномистецтва може стосуватися як відтворення костюмів минулих років («Анна Кареніна», «Великий Гетсбі»), так роботи над казковими, фантазійними, образами майбутнього («Аліса в країні чудес»), або створення образів людей у надзвичайних, не відповідних сьогодняшній дійсності умовах. Для того щоб працювати у цій сфері, дизайнер повинен не лише мати творчий потенціал, а і тонкий смак, знати історію моди, психологію та символіку.

Головними засадами створення якісних костюмів у кіномистецтві є влучне і виразне відображення характеру героя та вміння здивувати і зачепити увагу глядача. Для цього дизайнери використовують складне формотворення костюма, найбільш цікаве фактурне та кольорове рішення, символічне навантаження, контрасти і залучення цікавих деталей до створення костюму.

Важливо зауважити, що часто дизайнери адаптують історичні костюми до сучасних тенденцій моди або наявних матеріалів. Таким чином у роботі над дизайном костюмів у фільмах мистецтво і мода поєднуються в єдине ціле.

Література:

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм; [пер. с англ. В. Н. Самохина]. – М.: Прогресс, 1947 – 386 с.
2. Давыдова В.В. Эстетические аспекты костюма / В.В. Давыдова. / Этическое и Эстетическое: 40 лет спустя. Мат. науч. конф. 26-27 сент. 2000 г. – СПб.: С.-Петербург. фил. общ., 2000. – С.54-55
3. Справочник дизайнер по формам и стилям одежды / С. Треверс-Спенсер, З. Заман. – М.: Рипол-Классик, 2008. – 144 с.

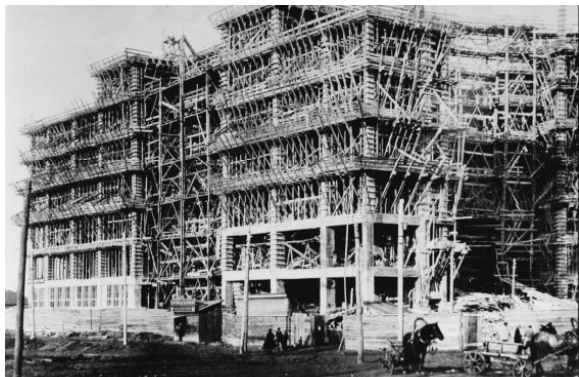
Скрипкіна К.С., 3 курс, спец. «Дизайн меблів»
Керівник: канд. мист-ва, доцент Мархайчук Н.В.

КОМУ СЛІД ДЯКУВАТИ ЗА ДЕРЖПРОМ

Відомо, що Держпром – один з найвидатніших проєктів нової архітектури Радянської України та всього колишнього Радянського Союзу. Навіть сьогодні він вражає своєю величчю та задумом. За результатами проведеного нами соціологічного опитування, в якому брали участь близько 100 українців різного віку, статі, професії та місця проживання (Дніпропетровська, Київська, Донецька, Луганська та Львівська області), Будинок Державної промисловості вважають красивим та вражаючим 57,3 %, негарним, але таким, що заслуговує уваги – 29,2%. Лише 13,5% опитуваним він зовсім не подобається. Проте не всі знають завдяки кому він був збудований і якою ціною.

Держпром – неймовірна мрія, що здійснилася. 21 березня 1925 року Вища рада Народного господарства оголосила конкурс на розробку проєкту будівлі «нового типу, що відповідає новим завданням соціалістичного будівництва». В конкурсі брали участь велика кількість талановитих архітекторів, серед яких був і О.Бекетов[1]. Але перемогу отримав проєкт групи архітекторів С.Серафимова, С.Кравця та М.Фельгера. Вони розробили неперевершений проєкт під назвою «Непроханий гість». Будівля відмінно вписувалося в ділянку, його планування і об'ємне рішення відрізнялися чіткістю ліній, забезпечували зручності в експлуатації, велику кількість світла і повітря, зовнішній вигляд відрізнявся оригінальністю і новизною. Ідея «Непроханого гостя»: симетрична об'ємно-просторова композиція складається з трьох корпусів, пов'язаних між собою переходами, і підвищуються від периферії до центру. Вона включає в себе 4 великих і 16 малих курдонерів (курдонер — парадний двір перед головним фасадом особняка, будівлі, садибного будинку), що створюють своєрідні міські інтер'єри[2]. Проте, як втілити проєкт у життя з інженерно-технічного боку команда архітекторів не знала.

За допомогою звернулися до харківського інженера – Павла Роттерта. У команди не було ні достатньої кількості грошей, зібраних будівельними трестами, ні спеціалістів, ані техніки. За словами відомого харківознавця, Максима Ілліча Розенфельда, Роттерт обійшов безліч будівельних організацій, але грошей все ще не було. Тоді він вирушає в Москву до самого Фелікса Дзержинського з проханням допомогти втілити мрію. Голові ради Наркому проєкт став до вподоби, проте необхідних ресурсів він надати не зміг, але дав пораду (адже це Країна Рад) – назвати будівлю його ім'ям, і якщо в





СРСР знайдеться людина, яка не дасть грошей Дзержинському, життя її буде коротким і нещасливим. Відтак гроші знайшлися.

Проте питання з кадрами та технікою досі залишалося відкритим. Павел Павлович вчинив дуже мудро – він оголосив, що всі, хто бажає отримати роботу, дах над головою, їжу та гроші – запрошуються на будівництво. Він навіть звернувся до притулку, де після 1-ї Світової війни було неймовірна кількість малолітніх (у майбутньому ймовірно, що злодіїв), обіцявши їм житло, харчування і навчання. Всіх наймали, але за умови, що у вільний час вони будуть навчатися будівельній справі у, побудованих за будівельним майданчиком, бараках. І в решті-решт Роттерт отримав 5-ти тисячну «армію» кваліфікованих робітників.

Необхідної техніки досі не було, тому копали котловани під фундамент власноруч, за допомогою лопат, під час чого знайшли кістки мамонта, що нині зберігаються у Харківському музеї природи. Із знарядь праці будівельники мали лопати, тачки, козлоношки (носили вантаж на спині) та вози, запряжені кіньми, користувалися дерев'яним риштуванням. Лише коли корпуси поступово почали виростати із землі, і всі побачили, що це не пусті балачки, а реальність – Роттерт домігся механізації будівництва. Його команда працівників тепер отримала кваліфікацію і у роботі з технікою. Будували не з збірного залізобетону, а монолітно, незламно. Дахи навмисно робили плоскими, які повинні були слугувати супер терасами з неперевершеним видом на місто. Задля цього їх ізолювали свинцем. Башти були різної етажності, з'єднані горизонтальними перемичками, що врівноважували ефект резонансу. Над розробкою цих з'єднаних мостів працювали цілі наукові інститути (за цією технологією будувалися хмарочоси в Японії у сейсмічно небезпечних зонах). Отоплювалася будівля мільонами тон вугілля, мала котельню із власною вузькоколійною залізною дорогою. Особливу увагу приділяли обробці приміщень громадського призначення — залів, парадних сходів і вестибюлів, які оформлювали за спеціальними проектами. Колони і пілястри вестибюлів облицьовували штучним мармуром. На стіни наносили високоякісні масляні і альфрейні фарби[1]. Для Держпрома було розроблено інтер'єри, меблі, мідна фурнітура та перила. Споруда харківського Держпрому з традиційними «стрічковими»

вікнами та цільними металевими прозорими «вітражами» — це художне об'ємне двошарове скління у дубових рамах. Насичений склом фасад Держпрому за задумом авторів був спрямований на схід так, щоб вечірнє сонце просвічувало його наскрізь, створюючи ефект простору, об'єму і легкості [3]. На будівництво було використано: 1315 вагонів цементу, 9000 т металу, 3700 вагонів граніту, 40000 кв.м. скла. Трудовитрати склали 1 млн. 560 тис. чол./днів, кошторисна вартість будівництва — 9 млн. 50 тис. рублів [1]. Загалом Держпром виріс з пустиря за 2,5 роки. 5 травня 1925р. був об'явлен конкурс, а вже 7 листопада 1928р. відбулося урочисте відкриття (усі роботи всередині були завершені, навіть постелений паркет).

На фасадах розмістили величезні портрети соціалістичних діячів: нагорі Маркс та Енгельс, нижче Ленін та Сталін, далі трохи менші портрети інших відомих Радянських діячів. Це був ефектний своєрідний радянський «іконостас». Вражені були і закордонні гості, які не бачили нічого подібного.

Будівництво Держпрома запустило велику розбудову центру Харкова, навіть цілого кварталу. Та на цьому історія не завершується. Роттерта і його бригаду запросили побудувати Дніпрогес у Запоріжжі, а далі – метро у Москві. І саме цим людям нам слід подякувати за нову архітектуру в Радянській Україні.

Література:

1. Звоницький Е.М. Держпром / Е.М. Звоницький, А. Ю. Лейбфрейд. – Москва: Будздат, 1992. – 80 с.
2. Кондакова І. Мій Харків // Госпром: величний і могутній. — 2013.
3. Радомський М.Т., Мархайчук Н.В. Вітражне мистецтво слобожанщини XVIII – середини ХХ століть в контексті історії вітчизняного мистецтва // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: зб. наук. праць за ред. Даниленка В.Я. – Х.: ХДАДМ, 2013.

Собакар С.В., 3 курс, спец. «ГД», ХДАДМ

Наук. керівник: Щербина Е.Б.

ДОЛЯ ЖІНКИ НА ВІЙНІ ЗА КІНОПОВІСТЮ О. ДОВЖЕНКА «УКРАЇНА В ОГНІ»

Постановка проблеми. Велика Вітчизняна війна видвинула проблему патріотизму та стала справжнім випробуванням для нашого народу. Ми, сучасники маємо про все дізнаватися з художніх творів які дозволяють нам відкривати для нові факти, вивчати події та історичних осіб. Вони доносять нам певні думки, проблеми...дають можливість думати, осмислювати, робити висновки. Це своєрідний спосіб спілкування з народом.

Аналіз останніх досліджень. Творчий спадок Довженка протягом останніх десятиріч став предметом багатьох досліджень, що є не випадковим. Адже в ньому прослідковується активна життєва позиція автора, глибоке знання й розуміння історичних процесів і постатей. До історичного аспекту його творчості в тій чи іншій мірі зверталися дослідники О. Бабишкін, Ю. Барабаш, М. Куценко, С. Плачинда, О. Підсуха, О. Поляруш, І. Рачук, Р. Соболев, Є. Сверстюк та ін

Мета дослідження. Розкрити значення жінки для свого народу через кіноповість Олександра Довженко «Україна в огні».

Виклад основного матеріалу дослідження. 1941-1956 рр. Український радянський кінорежисер, сценарист, актор, педагог та талановитий письменник Олександр Довженко створює кіноповість “Україна в огні” в якій вміло висвітлює актуальні національні проблеми. Вона охоплює найтяжчий і найтрагічніший період Великої Вітчизняної війни – її початок, чорні дні евакуації, відступ.

У повісті є все : страждання народу та його героїчні зусилля в боротьбі із загарбником. Але найбільшою трагедією війни є трагедія жінки, яка залишалася в окупації.

Ця тема надзвичайно яскраво висвітлена в даному творі . Героїні твору – Олесь і Тетяна Запорожець, Христя Хуторна, Мотря Левчиха –постають перед нами сміливими і нескореними. В їх образах Олександр Довженко показує читачам долю самої України, яка опинилася під ворогами і була повністю спустошена.

Серед них найбільш цікавим і складним є образ Олесі Запорожець. Її автор наділив усіма найкращими рисами української дівчини.

І ось ця горда, неприступна, бездоганно вихована дівчина, відчуваючи, що незабаром опиниться в окупації, під загрозою наруги над собою, зважується «на крок нечуваний, не бачений ні в її селі ніколи, ні в усім її народі». Вона пропонує незнайомому нашому воїнові, що відступав останнім, переночувати з нею, щоб не дісталася вона ворогові.

Я вважаю, що треба бути неабияким психологом і добряче володіти художнім словом , щоб не збитись у цій сцені на голу еротіку. Але Довженко геній свого часу , він розписує цю сцену на чотири сторінки – і це чи не найкращі ,найпоетичніші сторінки даної повісті.

Чи був у Олесі вибір, інший вихід? Мабуть, був. Але у відчаї дівчина його не бачила для себе. Тому хоча вчинок її і суперечить народній моралі, ми можемо зрозуміти його, та якщо чесно відчуваючи таку безвихідь, я б вчинила так само. Це свого роду порив патріотизму, що свідчить про велику ненависть героїні до фашистів.

Життя було немилостивим для Олесі. Але увесь час вона глибоко вірила у своє призначення жінки і в необхідність вистояти, вижити. Вона говорить Христі: «Ми жінки, Христе. Ми матері нашого народу. Треба все перенести, треба родити дітей, щоб не перевівся народ». І в цих словах вчувається велика мудрість, успадкована від пращурів.

І не треба питати, говорить автор, якою ціною вона добралася додому. Бо тоді б почали зневажати її за аморальність, відвертатися від неї. Закони воєнного часу страшні та невблаганні. Єдине, що залишалося Олесі,— «слідувати за природою, що послала людині щастя забуття лихого в доброму часі». Автор навмисне не показує свою улюблену героїню в активній боротьбі з ворогом, у героїчних вчинках. І в цьому я вбачаю глибоку гуманістичну спрямованість Довженкового твору: призначення жінки на землі — народжувати дітей, бути берегинею роду, а не воювати.

А от найбільш трагічним в кіноповісті є образ Христі Хутірної. Христю судили за те, що вона вийшла заміж за ворога, італійського офіцера Пальму. Ця дівчина пройшла жахливий шлях від рідного села до німецьких таборів. Її

привселюдно в партизанському загоні суджено за щирість і правду, за добре слово про свого чоловіка, італійського офіцера. За її страждання, за правду її називають найбруднішими словами — «повія», «устілка», «офіцерська курва», «шмара», «сука», «гадюка», «виродок», «націоналістка».

Її принижували, як могли, але відвертість Христини збивала прокурора з пантелику. На запитання: «Де твоя національна гордість, де твоя людська гідність? Де твоя дівоча честь?» — на які мали б відповіді її судді, Христя з гідністю каже: «Я знаю, що не вийти мені звідси живою... Так скажіть мені хоч перед смертю, чому ж оцього в мене нема? А де ж воно, людоньки? Рід же наш чесний... Яка я повія? Мучениця я. Сльозами проводжала вас, сльозами й стрічаю. Чому я виросла не горда, не достойна і не гідна? Чому в нашому районі ви міряли наші чесноти на трудодень і на центнери бурякові? Націоналістка я? Яка там? Я не признала вас за свого суддю: я пам'ятаю вас. Ви прошигнули через наше село. Я наливала вам воду в радіатор, а ви лаялись так голосно й гидко. Я плакала тоді і, плачучи, запитала вас, чи будуть фашисти в нашому селі: може б, я втекла? Пам'ятаєте, що ви мені сказали? Ви назвали моє питання провокаційним. От я й осталась під німцем, повія й стерво. От ви чисті, а я ні. От ви презираєте мене, загрожуючи смертю. А я хочу вмерти, хочу! Чим ви можете покарати мене?»

Так з підсудної Христя стала обвинувачувачем свого судді й силою народної правди засудила його до вічної ганьби як людину несправедливу, брутальну й глибоко аморальну, як прокурора окупаційного режиму.

Отже, Олеся і Христя—два основні компоненти образу України: перша — її поетична душа, а друга — її трагічна доля.

Глибоко моральний та багатопроblemний даний твір змушує задуматись, змушує відчутти весь трагізм, біль і силу, неймовірну силу, яка завжди присутня у нас, українців. Силу яку ніхто ніколи не зможе в нас забрати, бо вона живе в нас з початку роду. А наші жінки вони мають її вдвічі, а то й в тричі більше. Вони мають здатність наділяти нею своїх чоловіків і дітей, навіть не підозрюючи про це. Бо як казала Христя: «Ми жінки, ми матері нашого народу, нам треба все перенести»

Автор показує, що героїні твору хоч і не стали на шлях активної боротьби, але зуміли зберегти чисті людські почуття у вихорі аморальності, ненависті і насильства. Твір доносить, що жінки є надією і опорою для роду, держави і майбутнього.

Мене переповнює несказанна гордість за наших українських жінок, які змогли пронести через усі негаразди та знущання свою велику любов до рідної Батьківщини, своє велике кохання.

І ці жінки є прикладом для нас, сучасних жінок, який треба наслідувати.

Низький уклін усім жінкам за їхнє терпіння і мужність та геніальному українському автору за неперевершений твір.

Література:

1. Шевченко З. “Україна в огні” Олександра Довженка в 11 класі / З. Шевченко // Українська література в загальноосвітній школі. — 2000. — № 4. — С. 18 — 23.
2. Довженко О. П. Олександр Довженко. Вибрані твори / Олександр Довженко. — К. : Сакцент Плюс, 2004. — 512 с.

3. Коба С. Л. Олександр Довженко. Життя і творчість / С. Л. Коба. — К. : Дніпро, 1979. — 195 с.
4. Тимків Н. Підтекст як авторська позиція через сторінки кіноповісті “Україна в огні” О. Довженка / Н. Тимків // Українська мова і література в школі. — 2004. — № 6. — С. 47 — 51.
5. Коваленко М., Мішурін О. Син зачарованої Десни: Спогади і статті / М. Коваленко, О. Мішурін. — К. : Радянський письменник, 1984. — 271 с.
6. Олександр Довженко вчора і сьогодні. Образ дисидента. Збірник матеріалів / Упоряд. Є. Сверстюк. — Луцьк : ВМА “Терен”, 2007. — 240 с.
7. Довженко О. П. Україна в огні: Кіноповість, щоденник / Олександр Довженко. — К. : Радянський письменник, 1990. — 416 с.
8. Барабаш Ю. Довженко. Некоторые вопросы эстетики и поэтики / Ю. Барабаш. — М. : Художественная литература, 1968. — 271 с.
9. Довженко О. П. Твори в 5-ти т. Т. 2 / Олександр Довженко. — К. : Дніпро, 1984. — 362 с.

Солодовников П.Ю., 4 курс, заоч. отд-е, спец. «Графический дизайн»
Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ГРАФИЧЕСКИЙ РОМАН: НА СТЫКЕ ЛИТЕРАТУРЫ, ДИЗАЙНА И КИНО

Графический роман (графическая новелла) — достаточно молодой подвид комиксов, если учитывать, что вся история рисованных историй насчитывает более двухсот лет (старинные испанские аллилуйи — описания жизни святых в картинках — считаются родоначальниками жанра рисованных историй). Однако, несмотря на свой небольшой возраст — до 30 лет (точные временные рамки никто никогда не обозначал), эта разновидность значительно превзошла своих родственников — периодические серии комиксов, как в смысловом, так и в техническом плане.

К сожалению, на постсоветском пространстве комикс-культура находится в зачаточном состоянии и более-менее благоприятно воспринимается лишь некоторой частью молодежи, в то время как старшим поколением этот вид современного искусства практически игнорируется. Подобное же отношение наблюдается и к графическим романам, несмотря на то, что зачастую это очень качественные, грамотно исполненные издания, затрагивающие темы отнюдь не детские, а иногда и вообще являющиеся адаптацией произведений классиков мировой литературы («Преступление и наказание», «Хоббит» и др.).

В данной статье феномен графического романа будет рассмотрен не столько со стороны его популярности или отношения к нему в тех или иных странах, а скорее как сложный продукт графического дизайнера, как связующий объект, объединяющий в себе литературу, изобразительное искусство, дизайн и даже в некоторой мере кинематограф. Жанр графического романа уместно рассматривать в контексте отношения его с ближайшим родственником — жанром комикса, и в данном соотношении их можно сравнить с такими видами кинематографии как кинофильм и телевизионный сериал соответственно. Ведь сериал по сути — это некая серия коротких фильмов, в подавляющей массе относительно невысокого уровня исполнения (конечно

есть и исключения), объединенная одной идеей, сюжетом и/или историей, в сравнении с которым кинофильм является хоть и более коротким в абсолютном значении, однако более концентрированным, технически сложным и потому более дорогим, как в материальном, так и в художественном плане, произведением. Те же правила распространяются и на пару: «комиксы—графический роман», где комикс зачастую является более низкопробной, массовой продукцией, в отличие от графического романа, представляющего собой «штучный» продукт, требующий большего внимания к качеству как отдельных составляющих, так и ко всему проекту в целом.

Говоря о сложности создания графического романа, стоит упомянуть тот факт, что этим чаще всего занимаются один-два человека, максимум трое: автор истории — сценарист и художник-раскадровщик, иногда привлекается третий человек — художник-колорист, и создают они не один-два коротких выпуска по 20–30 страниц с установленной для всей серии визуальной и смысловой концепцией, а объемный, достигающий 100–550 страниц («Бэтмен. Лечебница Аркхема» Гранта Моррисона и Дэйва МакКина, «Хранители» Алана Мура и Дэйва Гиббонса, «Преступление и наказание» Осаму Тадзука и др.), завершённый цельный продукт, с авторским видением героев, истории, атмосферы. Такие произведения создаются очень долго, так как прописывается цельная завершенная история, разрабатываются визуальные концепты персонажей, окружения, общая атмосфера, а также композиция раскадровки и верстка, имеющие огромное значение в создании таких произведений. Выбор цветовых решений, графическая техника, визуальный язык и плюс ко всему литературный текстовый материал, — только тщательная подгонка и баланс всех этих составляющих позволяют создавать поистине выдающиеся произведения как с точки зрения художественной ценности, так и с позиции дизайн-проекта.

Графический роман уже по сути является и сценарием, и покadroвым скелетом возможного кинофильма, в котором есть все, что необходимо для создания полноценного фильма: история как сценарий, раскадровка как основа постановки основных и второстепенных сцен, визуальное изображение героев и окружения. Скотт МакКлауд, автор книги «Суть комикса» так высказался по поводу связи комикса и кино: «Фильм на пленке — это очень медленный комикс. Пространство для комикса значит то же, что время для фильма» [7, с. 9, 13]. Возможно именно поэтому в последние 10–20 лет известные режиссеры и крупные кинокомпании занимаются экранизацией графических новелл, получивших большую популярность. Среди них «300» Зака Снайдера (по графической новелле Фрэнка Миллера), «V — значит Вендетта» и «Хранители» режиссеров Джеймса МакТигга и все того же Зака Снайдера (по романам Алана Мура), «Оправданная жестокость» культового режиссера Дэвида Кроненберга (по графическому роману «История насилия» Джона Вагнера), номинированная на сценарного «Оскара», а некоторые киноселенные, например «Безумный Макс» Джорджа Миллера, наоборот, послужили источниками вдохновения для создания графических новелл. Все эти киноленты своей популярностью и высокими оценками зрителей и критиков обязаны не только мастерству режиссеров, но в первую

очередь техническому и художественному уровню исполнения первоисточников. Именно они в большей мере определили будущий успех фильмов.

Сегодня жанр графического романа продолжает развиваться: пишутся новые увлекательные истории, создаются новые иллюстрации в разнообразнейших художественных техниках, вырабатываются и применяются новые техники объединения и подачи материала, отшлифовывается окончательный вид каждого издания — можно сказать, открывается целое новое направление для художников-дизайнеров, в котором можно раскрыть и проявить себя, свои умения и таланты.

Остается надеяться, что в нашей стране этому жанру в дальнейшем будет уделяться больше внимания как со стороны авторов, художников, так и со стороны публики. Важно понять, что графический роман — это не просто детская история с яркими картинками, это серьезное художественное произведение, объединяющее литературу, изобразительное искусство и кино.

Литература:

1. Биргер Л. Успех рисованного предприятия. Графический роман: 10 главных экранизаций: [Электронный ресурс] / Лиза Биргер // Коммерсантъ Weekend. – 14.12.2012. – №48, с. 26. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2086911>, свободный доступ.
2. Академик.Ру. Графический роман это: ...: [Электронный ресурс] / Онлайн сборник словарей и энциклопедий Академик.Ру. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/211235>, свободный доступ.
3. Zer0_0maN Д. Игра престолов. Графический роман. Книга 1: обзор: [Электронный ресурс] / Главный редактор – Даниил (Zer0_0maN), добавлено 21-10-2014, 21:22. – Режим доступа: http://comicsboom.net/reviews/rossiyskie_izdaniya/1957-igra-prestolov-graficheskij-roman-kniga-1.html, свободный доступ.
4. Тимченко П. Графические романы: еще не книги, уже не комиксы: [Электронный ресурс] / Павел Тимченко // Онлайн-журнал Cablook.com – Режим доступа: <http://www.cablook.com/inspiration/graficheskie-romany-eshheneknigi-uzhenekomiksy/>, свободный доступ.
5. Интернет-магазин Лабиринт.Ру. Графический роман. Рисунок как слово: [Электронный ресурс] // Интернет-магазин Лабиринт.Ру, 22 июля 2013. – Режим доступа: <http://www.labirint.ru/news/8085/>, свободный доступ.
6. Мэлоун Д. Почему стоит читать графические романы и комиксы: [Электронный ресурс] / Дэвид Мэлоун // Chicago News, 7 августа 2015, пер. В. Савченко. – Режим доступа: <http://mychicagonews.com/why-you-have-to-try-comics/>, свободный доступ.
7. МакКлауд С. Суть комикса. Комикс про комиксы [Электронный ресурс] / Скотт МакКлауд // Авторский комикс – интернет портал, пер. Владимир «Мормышка» Сахнов. – Режим доступа: <http://acomics.ru/~understanding-comics>, свободный доступ.

Соменко М.С., 2 курс, спец. «ГД»

Руководитель: преподаватель Литвинюк Л.К.

СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНЕРА

В современном мире графический дизайн становится все более востребованной профессией. Графический дизайн — сфера художественно-проектной деятельности, фокусирующаяся на визуальной коммуникации. Его целью является создание визуального изображения с целью передачи идей

или информации путем использования графических инструментов и художественных техник.

Мы везде сталкиваемся с работами графических дизайнеров, так как сфера их деятельности довольно широка — от упаковки и рекламы до оформления web-сайтов и создания шрифтов. Таким образом, эта профессия охватывает различные отрасли, позволяя дизайнеру либо выбрать одну из них, либо работать сразу в нескольких. Целью данной статьи является рассмотреть и ознакомиться со сферами деятельности графических дизайнеров.

Зачастую, основным видом деятельности графического дизайнера является разработка фирменного логотипа и стиля. Это необходимая деталь любой фирмы, которая будет привлекать клиентов и создаст хорошее впечатление о компании. Дизайнер разрабатывает знак и логотип фирмы, рекомендует определенные шрифты и фирменные цвета, узнаваемые графические элементы, после чего делает весь набор фирменного стиля, включая презентационные наборы и разнообразную полиграфическую продукцию. [1]

Не менее востребована и сфера полиграфии. С ростом конкуренции на рынке труда растет и потребность в рекламе. Печатная реклама является одним из самых популярных видов рекламы благодаря низкой стоимости и высокой эффективности, позволяющей донести нужную информацию в короткие сроки самой широкой аудитории. [2] Задачей дизайнера является разработка материала под печать, а именно: разработка постеров и плакатов, листовок, буклетов, визиток, календарей и открыток.

Так же графических дизайнеров нанимают для создания визуального решения упаковок. Упаковка является каналом коммуникации с потребителями. Качественный дизайн может значительно увеличить продажи, без дополнительных затрат на рекламу.

Обширной сферой графического дизайна является типографика и работа со шрифтами. Дизайнеры создают авторские шрифты, которые должны не только следовать последним тенденциям, но и быть удобочитаемыми. Многие компании хотят иметь не только узнаваемый фирменный стиль, но и специально разработанный уникальный шрифт, характер которого соответствовал бы их товарам и услугам, и который принадлежал бы исключительно данной фирме, придавая ее текстовым сообщениям индивидуальность [3]. Сохраняя общепринятые конструкции и правила, дизайнеры работают над мельчайшими деталями, что бы создать что-то новое и уникальное.

Графические дизайнеры занимаются версткой журналов и газет. Верстка — производственный процесс формирования полос заданного формата с помощью компоновки иллюстраций и текстовой информации. Для того что бы издание было привлекательно и гармонично оформлено необходим дизайнерский подход. Профессиональная верстка может повысить популярность издательства и привлечь к себе больше читателей. Разновидностью графического дизайна является так же веб-дизайн. Он направленный на разработку и оформление объектов информационной среды интернета, призванный обеспечить им высокие потребительские свойства и эстетические качества. [4] Графические дизайнеры используют html-верстку, для разработки визуального пространства сайта.

Таким образом, можно сделать вывод, что графический дизайн — разно-сторонняя профессия, включающая в себя различные направления. Выбирая данную профессию, дизайнер может реализовать себя в любой из вышеперечисленных сферах, исходя из его личностных навыков и предпочтений.

Литература:

1. Графический дизайнер [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.profguide.ru>
2. Дизайн полиграфии [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.alkor-4.ru>
3. Дизайнер шрифта [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.profguide.ru>
4. Веб дизайн [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://studio.atlaskit.com>

Спрягайло Г.Е., 4 курс, спец. «Графический дизайн», ХДАДМ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ШРИФТЫ ПЕРВОПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ И. ГУТЕНБЕРГА

1440 г. считается годом изобретения книгопечатания. Типографский станок появился сначала в Майнце, в 1458 г. в Бамберге и Страсбурге, в 1465 г. в Кёльне и Субиако, а в 1467 г. в Риме и Эльтвилле. Венеция узнала новое искусство лишь в 1469 г.

Типографическому станку Иоанна Гутенберга приписывают более 50 изданий. Несмотря на то, что на всех первопечатных книгах имя автора отсутствует, все же большую часть из них приписывают Гутенбергу и его ученикам. Главным детищем майнцкого типографа принято считать 42-строчную Библию, но прежде чем выпустить столь совершенный труд, требовалось отпечатать немало менее объемных и менее совершенных «тренировочных» версий. Все первопечатные издания созданы на основе семи готических шрифтов. Это большой шрифт, называемый DK, высотой 8 мм (22 пт); средний по величине шрифт высотой 7,2 мм (менее 20 пт), называемый В; мелкие шрифты АВ¹ и АВ² высотой 4,4 и 4,9 мм (12 и 13 пт); два очень больших шрифта высотой 14,6 и 12,0 мм, и, наконец, очень мелкий шрифт — 4,1 мм (10,9 пт). Следует отметить, что шрифты DK и В — основные, из которых получили развитие дальнейшие гарнитур.

Шрифт DK. Крупный готический шрифт, индекс которого составлен из начальных букв слов «Донаты» и «Календари». Многочисленные учебники латинской грамматики — Донаты и всевозможные первопечатные календари тиражировались именно этим шрифтом. Это был не один шрифт, а несколько: графика его, а также технические приемы отливки непрерывно улучшались. Шрифт содержит 147 знаков. Многие буквы неоднократно повторяются в различных начертаниях, иногда лишь незначительно отличающихся друг от друга. Высота очка букв без верхних и нижних выносных элементов составляет 5 мм. Кегль литеры равен 8 мм (21,3 пт).

Шрифт В. Один из самых красивых первопечатных шрифтов. Происхождение индекса, которым он обычно обозначается, станет ясным, если сказать, что им набрана прославленная 42-строчная Библия. Шрифт содержит 290 знаков: 47 прописных и 243 строчных и знаков препинания. Все, что было сказано о шрифте DK, относится и к В. Здесь встречается все то же

великое обилие одноименных знаков, много лигатур. Все признаки гутенберговской системы, принципы построения которой вытекают из стремления имитировать рукописные почерки. Вариантов литер больше, чем в ДК. Так, литера «а» представлена в восьми вариантах, литера «b» отлита в трех вариантах; кроме того, находят ее и в составе 11 лигатур. Графика шрифта восходит к готической текстуре с характерными для нее ромбовидными утолщениями по краям. Высота очка литеры составляет 4,2 мм, кегль — 7,2 мм (19 пт).

Латинский алфавит состоит из 25 строчных и 25 прописных букв. Добавив к этому ограниченное число знаков препинания, получим 60-70 разноименных литер. В изданиях же Гутенберга можно встретить 150-300 различных знаков, что показывает столь огромную самоотверженность мастера своему делу.

Изобретение книгопечатания — не единственное, что майнцский типограф оставил после себя. Данное событие повлекло за собой создание механизмов словолитных форм, нахождение удачного материала для литья и печати, создание шрифтов различного начертания и кегля, а также использование первой модульной сетки, по которой выстраивался текст. Всеми этими находками дизайнеры пользуются и сегодня.

Литература:

1. Немировский Е.Л. Иоганн Гутенберг / Е.Л. Немировский. — М.: Наука, — 1989. — 659 с.
2. Варбанец Н.В. Иоханн Гутенберг и начало книгопечатания в Европе / Н.В. Варбанец. — М.: Книга, — 1980. — 302 с.
3. Буцко Ф. Иоганн Гутенберг — первопечатник из Германии / Буцко Ф.: [Электронный ресурс]. — 2007. Режим доступа: <http://dw.com/p/9uS7>

Старчикова А.Р., 2 курс, спец. «Промышленный дизайн»

Руководитель: доцент кафедры «Дизайн» Звенигородский Л.А.

КОЛЕСО И ЕГО РАЗВИТИЕ

Очень важным техническим достижением IV тыс. до н. э. было появление колесной повозки. Ее предшественниками были салазки или бревенчатые платформы, под которые подкладывали катки при передвижении грузов, или волокуши из шестов, веток или шкур. Из этих катков и начали делать оси с колесами — колесные скаты. Вероятно, конструкцию колеса людям подсказали сами бревна-катки, с помощью которых перемещали каменные блоки пирамид и прочие тяжелые грузы.

Колеса древнейших повозок были сплошными, обычно изготовленными из трех пластин дерева, соединенные планками (см. рис. 1). Такая конструкция обосновывалась тем, что отпилить от ствола дерева сплошной диск в то время не представлялось возможным, т.к. нужных инструментов еще не существовало. К тому же, такой отпил не прочен из-за того, что волокна древесины располагаются поперек. Колеса повозок имели в диаметре от 0,5 м (шумерский город Киш, III тыс. до н.э.) до 1,15 м (Закавказье, середина II тыс. до н.э.). [1,2]



Рис.1

Рис.2

Под влиянием военных нужд, связанных с необходимостью создания легких повозок, способных двигаться с большой скоростью, в устройстве колеса произошли важные изменения. Для облегчения колеса в сегментах стали делать вырезы или составляли диск в виде решетки из брусьев, располагая их лучеобразно или крест-накрест (см. рис.2). И вот на рубеже III и II тыс. до н. э. на смену сплошному колесу пришло колесо со спицами, позднее пришли к ступице и ободу, либо так же составному, либо гнutomу из дерева в распаренном состоянии [2].

На более древних повозках оба колеса вращаются вместе с осью, и на крутых поворотах одно из них проскальзывает, т.к. ближнее к центру поворота совершает меньший путь, чем внешнее. У колесниц они вращались независимо друг от друга, не буксовали, не скрежетали, не изнашивали обода. Принцип независимого вращения колес на одной оси стал доминирующим и для конных повозок, и для автомобилей [1].

Диаметр колес повозок и колясок составлял 1,5-2 м. Справедливо считали, что большой диаметр смягчает толчки колеса при переезде через дорожные неровности, т.к. даже первые римские дороги были ухабистыми, выложенные из больших неотесанных камней [3].

С упадком Римской империи и распадом Европы на мелкие феодальные княжества развитие транспорта застопорилось на целое тысячелетие. Долгий период упадка отмечен лишь одним важным усовершенствованием повозок – введение поворотной передней оси.

Начиная с 15 в. появляется множество проектов экипажей. Например, повозка немецкого художника Альбрехта Дюрера со всеми приводными колесами – если одно попадает в грязь и скользит, то другие продолжают катить повозку (образ полнопроводного автомобиля) [1].

Экипажное ремесло в 19 в. превратилось в промышленность. Несмотря на все изменения в конструкции экипажей, конфигурация колес оставалась одинаковой, изменялись лишь размеры элементов колеса. В тяжелых экипажах, при увеличении диаметра оси, увеличивали и диаметр ступицы колеса. В зависимости от воспринимаемой нагрузки изменяли ширину и толщину обода. Задние колеса делались большими по диаметру, чтобы к ним было приложено соответственно большее усилие. Передние делались меньшими, чтобы не препятствовать доступу пассажиров в карету и возницы на облучок. Спицы замыкали ободом, надевали на него разогретый горном обруч – шину (см. рис. 3). Остывая, шина крепко стягивала колесо [3].



Рис.3

Рис.4

Рис.5

Усовершенствование велосипеда, применение пневматических шин имело огромное значение для развития колеса. Пневматическая шина, изобретенная англичанином Уильямом Томпсоном в 1845 году (была забыта и вновь изобретена Джоном Деилопом в 1888 г.), смягчала удары колеса на неровностях дороги. С ее применением стало возможным делать все детали машины менее тяжелыми и громоздкими, поскольку вибрации машины заметно уменьшились, и соответственно все детали медленнее изнашивались и расшатывались [1].

С развитием автомобильного транспорта, появлением двигателя внутреннего сгорания, колеса стали делать литыми. Но отливать тонкостенные изделия еще не умели, и эти колеса были очень тяжелыми и громоздкими. Они требовали увеличения мощности двигателя и вязли на дорогах. Поэтому в итоге пришли к велосипедному колесу со спицами, но более прочному, т.н. тангентному колесу (см. рис. 4). Они были легки, изящны и прочны, но достаточно дорогостоящими, а в условиях повсеместного бездорожья практически не поддавались мойке. На смену таким колесам пришли дисковые. Дисковые колеса стали штамповать из тонкого листа, снабжая их для повышения прочности ребрами, а для снижения массы они выполнялись с отверстиями.

В современных условиях колеса легковых автомобилей уменьшаются в диаметре, а в грузовых наоборот – увеличиваются. В легковых автомобилях это позволило опустить ниже кузов автомобиля, и следовательно переместить центр тяжести книзу. В этих условиях пришлось отказаться от отверстий в дисках. Дисковые колеса вновь стали сплошными (см. рис.5). Они легче очищаются от грязи, достаточно прочны и хотя смена колес остается весьма сложной операцией, но такая смена явление редкое. Стальные дисковые колеса закрепились в технике, но вряд ли это последнее слово [3].

Если смотреть на перспективы развития данного вида изделия с позиции дизайна, то в этой области ожидаются перемены в видах материалах, используемых в производстве колес и их составляющих. Соответственно, изменится подход к их дизайн-проектированию. Таким материалом может стать пластмасса, зарекомендовавшая себя как отличная замена металлу. Также усовершенствование материалов, используемых в производстве шин, приведет к переосмыслению формообразования этого изделия (см. рис 6).



Рис.6

Литература:

1. Долматовский Ю.А. Автомобиль за 100 лет. – М.; Знание, 1986 – 240 с.: ил.
2. Виргинский В. С., Хотеев В.Ф. Очерки истории науки и техники с древнейших времен до середины XV века: Кн. для учителя.—М.: Просвещение, 1993.— 288 с.: ил.
4. Шифрин М.Ю. 35 столетий в истории колес. – Д.: АРТ-ПРЕСС, 2006. – 160 с.: ил.

Тимченко Е. О., 3 курс спец. «ДТ», ХГАДИ

Руководитель: ст. преподаватель кафедры «ДТО» Чумаченко М. П.

МЕБЕЛЬ ИЗ ВОЙЛОКА

В современном мире дизайнер может в полной мере чувствовать свободу своих действий. Большое количество новых материалов позволяет творить и создавать абсолютно любые формы, предметы, но не всегда они натуральны и благоприятно влияют на здоровье человека. Поэтому в последнее время дизайнеры все чаще возвращаются к использованию экологичных материалов, которые были известны человечеству многие годы. Одним из таких является войлок. Это полностью экологически чистый материал из шерсти, который создавался на протяжении веков. Сейчас в производстве войлока используют видоизмененные технологии древних кочевников, заменив горячую воду резиновой смолой, полиэстером и т.д., а сам процесс «валяния» переложили на высокопроизводительные валочные машины. Кроме того, в традиционную овечью шерсть стали добавлять синтетические и искусственные волокна. «В настоящее время на мировом рынке нетканых материалов представлен самый различный по составу, цвету и назначению войлок, купить который можно в виде модной одежды, картин, скульптур, ваз, ковров, настенных и напольных покрытий. Активно используют войлок при производстве матрасов для мягкой мебели, а так же в качестве основного материала при изготовлении эксклюзивной мебели.» [1 :<http://dermantin-shop.ru>]

Благодаря неординарному таланту современных дизайнеров появилось абсолютно новое направление – мебель из войлока. Такие предметы полностью разрушают представления о том, какими должны быть предметы интерьера, потому что абсолютно не похожи на стандартные мебельные модули. Технология не является слишком сложной: тумбочки, пуфики, небольшие

шкафчики и табуреты вручную обтягивают войлоком. Мебель из войлока своим присутствием добавляет интерьеру сказочности и фантастичности. Войлок оформляют декоративными аппликациями, украшают вышивкой, на нем печатают и «выжигают» узоры. Существует два материала, изготовленных из шерсти путем валяния, – фетр и войлок. «Войлок изготавливают из шерсти домашних животных. Материал получается жестким, толстым, хорошо держит форму. Фетр валяют из пуха и волос пушного зверя, а также отходов при раскрое меха. Это мягкий материал, чаще используется для изготовления обивок. Обивка – самая популярная сфера применения фетра. Им обтягивают офисные кресла и обеденные стулья, из него шьют диванную обивку. Используются как цельные полотна, так и лоскуты. Края фетрового полотна (в отличие от краев ткани) не нуждаются в обработке. Это значительно снижает себестоимость готового предмета и позволяет создавать самые оригинальные чехлы.» [2: <http://www.4living.ru/>]

Дизайнеры начали использовать этот материал с большим энтузиазмом, он дает возможность воплотить самые грандиозные идеи, это доказывает большое разнообразие новых объектов.

Дизайнеры из южнокорейской фирмы KamKam создали яркую, как будто игрушечную, коллекцию мебели Dressed Up (рис. 1), что в переводе звучит как «принаряженные». Каждый элемент коллекции одет, словно в мягкое пальто, сшитое вручную. Это набор шкафчиков, тумбочек и табуреток. Войлочное кресло Zaza (рис. 2) создано израильским дизайнером Omri Barzееv. Вырезанное лазером и предварительно оформленное сидение кресла зажато между деталями деревянного основания и закреплено пластиковыми зажимами.

Из 100 %-го шерстяного войлока сделаны эти на первый взгляд необычные кресла. Немецкий дизайнер Dzul Waibel, представил коллекцию кресел из гибких складок (рис. 3). Внешне кресла напоминают приземистые шишки. Объем изделия, достигнут утрамбованной по определенной технологии шерсти. Форма изделия задается при помощи горячего пара. Между двумя слоями сложенной бумаги, которая используется в качестве формы, помещается войлок. Далее паром войлок плиссируется.

Можно с уверенностью сказать, что войлок является отличным материалом для воплощения абсолютно любых дизайнерских идей. Особенно



Рис. 1. *KamKam, Dressed Up*



Рис. 2. *Omri Barzееv, войлочное кресло Zaza*

уместно использовать войлок при дизайне жилых помещений. Современные технологии позволяют видоизменять и упрощать работу с этим материалом. Он является не только экологически – чистым, но и полезным для здоровья человека, имея свои положительные свойства. Преграда в виде ланолина, содержащегося в шерсти, служит природным антисептиком; противоаллергенные свойства позволяют использовать войлок в детских комнатах и в создании игрушек; являясь натуральным природным материалом, войлок излучает хорошую энергетику, этот экологически чистый материал сближает человека с природой.



Рис. 3. Dzul Waibel

Литература:

1. Войлок [Электронный ресурс] -<http://dermantin-shop.ru/>
2. Войлок и фетр в интерьере [Электронный ресурс] -<http://www.4living.ru/>
3. Войлок — универсальный по характеристикам материал [Электронный ресурс] - <http://textiletrend.ru/>
4. Креативные решения для комфортной жизни [Электронный ресурс] -<http://artvezha.com.ua/>

Тихоновська Л.С., 3 курс, спец. МЖ, ХДАДМ

Керівник: ст. викл. каф. українознавства Токар М.І.

ВИДАТНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ЛЮБОМУДР ГРИГОРІЙ СКОВОРОДА – МАЙСТЕР КРАСНОГО СЛОВА

Український любомудр, поет-мислитель Григорій Сковорода, який уособлює в собі цілісність серця, розуму та вчинку, є зразком прагнення глибше й повніше осягнути природу явищ, закони світовлаштування та себе самого. Поставивши в центрі своєї філософської системи людину, її справжні потреби й прагнення, він виходив із необхідності озброїти її засобами досягнення щасливого життя, яке має за основу Епікурову вимогу «живи за природою».

Помітний вплив на формування поглядів Г.С.Сковорода справила народна мрія про щасливе життя. Вона була підказана не тільки життям простого народу, а й підслухана ним у піснях і інших творах усної творчості. Г.С.Сковорода не був прибічником будь-якої філософської школи або окремого філософа і основні ідейні витоки, соціальні корені його світогляду знаходилися в українській дійсності того періоду.

Численні твори Сковорода ділилися на філософсько-богословські та літературні. Перші богословські трактати присвячені самопізнанню людини. Людина - це ключ до всіх розгадок життя, як космічної, так і божественної, тому що всі питання і всі таємниці світу зосереджені для нього в людині. Зміст

людського життя, існування мислитель вбачає у самопізнанні, якого він прагнув досягти в процесі діалогу з іншими людьми та розмови зі своїм Я.

Григорій Сковорода чудово володів поетичним словом. У його спадщині поетичні твори займають значне місце. Поезія Сковороди дуже різноманітна: релігійні вірші, оригінальні псалми, роздуми про суть життя тощо.

Поет-мислитель був невіддільний від рідної природи. Він сприймав її як божественний храм, глибоко вбирав у душу її вічну красу. Мотив пробудження природи набирає глибокого змісту, він часто поєднується у творчості Сковороди з мотивами воскресіння світу, очищення людської душі. Здоровий народний сміх послужив джерелом висміювання, осуду та оцінки відповідних людських вад і в байках Г.Сковороди. Деякі прислів'я він використав або як вихідну тезу для розгоргання сюжету байки, або ж як крилатий вислів в моралі.

Літературна спадщина письменника–мислителя Григорія Сковороди належить до важливих здобутків української культури XVIII ст. Сковорода одним з перших вивів байку на шлях самостійного розвитку, наповнив свої твори глибоким ідейним змістом.

Спадщина композитора, поета, байкаря і філософа Григорія Савича Сковороди є добрим надбанням української національної і світової культури. Він порушив важливі соціальні проблеми, пропагуючи у своїх творах ідеї соціальної справедливості, демократизму і гуманізму. В історії української літератури Г.Сковорода лишається одним із перших ліричних поетів, байкарів і сатириків. Український мислитель заклав підґрунтя, на якому і надалі розвивалась передова філософська думка і літературна творчість в Україні.

Сьогодні його творчість привертає дедалі більше уваги, всі сучасні вчені сходяться на тому, що його філософська система була набагато глибшою і складнішою, ніж досі прийнято було вважати. Після стількох сторіч творчість Г. Сковороди «не розгадана» вповні, цікавить і вчених, і пересічних читачів.

Література:

1. Антропологічна спрямованість філософії Г. Сковороди // Історія української філософії : навч. посіб. / Ю. О. Федів, Н. Г. Мозгова. – К. : Вид-во Україна, 2000. – С. 127–136.
2. Сковорода Г. С. // Філософія : навч. посіб. / І. С. Старовойт, Т. О. Сілаєва, Г. О. Орендарчук. – Тернопіль : Астон, 1997. – С. 48–51.
3. Григорий Сковорода (1722-1794) философ, поэт, педагог, просветитель // 100 великих украинцев. – Режим доступа: <http://fisechko.ru/100vel/ukrain/32.html>.

Ткачук Е., 4 курс, спец. «Графический дизайн»

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ЦВЕТ В ПЛАКАТНОЙ ГРАФИКЕ

Потенциальные возможности цвета при разработке дизайнерских проектов очень велики. Так, проходя по улице, человек не станет останавливаться и читать или разглядывать картинку, пестрящую огромным количеством деталей. Нужен один убедительный и яркий посыл. Цвет в таком посыле играет очень важную роль. Верный подбор цветового решения может сделать проект не просто удачным, а даже не имеющим себе равных. Однако правильный подбор цветов представляет для дизайнера довольно сложную

задачу. В данной статье мы попробуем кратко сформулировать основные принципы использования цвета в плакатной графике.

Когда видишь хорошие рекламные фильмы, листаешь буклеты, разглядываешь плакаты, непременно обращаешь внимание на выразительность цветовых и пространственных решений. Все работает на цель — привлечь внимание, заинтересовать. Цвет и форма эмоционально воздействуют на человека. Наш мозг научился отсеивать много ненужной информации и моментально считывать точные яркие маркеры.

Дизайнеру очень важно учитывать физиологические реакции человека на цвет и цветовые ассоциации. Все спектральные цвета тем или иным образом влияют на функциональные системы организма человека. Цвет способен вызывать у людей мощные эмоции, поэтому при должном его использовании он может быть очень эффективным средством коммуникации. Однако при выборе цветового решения важно учитывать психологическое восприятие цвета потребителем из определенной культурной среды. Хотя цветовые ассоциации в разных культурах различны, существуют некоторые общие закономерности в вопросах цветовых предпочтений и трактовки значения цветов. Цвет вызывает у человека не только физиологические и эстетические реакции, но также и интеллектуальный отклик: пытаюсь осмыслить действие цвета, человек объективирует его, и цвет для него становится носителем некоторого сообщения, подобно тому, как слово — носитель какого-либо смысла. Так возникает «язык цвета», своего рода знаковая система [1].

Как цвет влияет на считывание идеи плаката зрителем? Изначально человек воспринимает форму и цвет, и потом уже содержание. В таком случае именно цвет добавляет дополнительные смысловые особенности. Научно доказано, что цвет влияет на человеческие эмоции. Например, синий цвет, снижает кровяное давление и замедляет сердцебиение, желтый — вызывает чувство счастья. Пастельные тона используются в психиатрических лечебницах, так как считается, что они умиротворяют и успокаивают пациентов. Противоположный пример можно увидеть в школах — здесь, как правило, используются яркие цвета, которые нравятся детям — ярко-красный, желтый и зеленый. Цветовой круг, сделанный на основе основных цветов — красного, желтого и синего — является традиционным инструментом в области искусства [2, с. 81]. При создании плаката дизайнер обязан четко определить идею, которую он хочет донести до своего зрителя, и учитывать все особенности своей целевой аудитории.

Сегодня цветовое решение рекламного пространства становится одновременно и отражением реально существующего мира. Цветовые акценты, изменение цвета объектов, ассоциативный и символический цвета — все это активно воздействует на зрительское и читательское восприятие, будоражит воображение. В связи с этим авторы [3, с. 32] выделяют шесть функций цвета в визуальной коммуникации: структурная или пространственная, экспрессивная, выражающая, символизирующая, связующая, акцентующая.

Известно, что определенные цвета привлекают определенных потребителей. В рекламе уже давно просчитаны основные комбинации цветов, способные внушить человеку те или иные ассоциации по отношению к

тому или иному продукту. Само собой, каждый дизайнер создает плакат исходя из собственных представлений и эмоций и в некоторых ситуациях намеренно может пренебречь общепринятыми правилами использования цвета. Но при этом у каждого потребителя есть свой сформированный культурный код, собственные знания и представления об определенных аспектах жизни, полученные с опытом. Очень важно учитывать это явление в своей работе.

Графический дизайн — это особый вид языка, используемого для общения, а цвет — его неотъемлемая часть. Начинающему дизайнеру очень важно понимать, что цветовые ассоциации формировались на протяжении всего развития человечества. Если дизайнер сможет подобрать единственно точный ключ к как можно более широкой аудитории, и через цвет в том числе, то сможет донести максимум информации и плакат будет успешным. Дизайнер должен активно изучать окружающую действительность, быть в курсе всех актуальных событий современности. Обогащенный интересным и разнообразным материалом, он сможет по-своему использовать уже известные, оправдавшие себя изобразительные правила и приемы и, в конце концов, создать собственный и оригинальный язык подачи идеи в плакате.

Литература:

1. Иванцова Е.О. Психология цвета в графическом дизайне [Электронный ресурс] / Екатерина Иванцова // Онлайн-журнал Date.com. –Режим доступа: <http://date.com.ua/moda/psihologii-a-cveta-v-graficheskom-dizaine/>, свободный доступ.
2. Шевченко В.Я. Композиція плаката: навч. посібник. – 2-ге вид., доп. / Володимир Шевченко – Х.: Колорит, 2007. – 125 с.
3. Панкратова А. В. История графического дизайна и его использования в рекламе: XX и XXI век / Александра Панкратова. Учебное пособие к курсу «История графического дизайна и рекламы». – Смоленск, 2010. – 41 с.

Топчий И.А., 2 курс, спец. «ДИ»

Руководитель: проф. каф. «скульптуры» Наталуха И. Н.

ИСТОРИЧЕСКИЕ ЗАБЛУЖДЕНИЯ О ЧЕРЕПЕ ЧЕЛОВЕКА

Есть темы, которые для ученых являются научными, а оставшаяся часть социума не относит их только к этой категории. Одной из таких тем является череп человека. Неправильно было бы думать, что столь мистический символ был интересен только как объект исследования анатомии. Напротив, знак смерти, брэнности человеческого бытия, знак опасности широко использовался на протяжении столетий. Возможно потому, что самая эмоциональная и узнаваемая часть человека — лицо, а череп — его основа. И ничто не показывает такой контрастности жизни и смерти как глаза и пустые глазницы черепа. Также дополнительным вниманием этот отдел скелета обязан своим соседством с одним из самых загадочных органов человека — мозгом.

В начале девятнадцатого века жил человек, Франц Йозеф Галль. В более ранние века его называли бы ведуном или шаманом, но в свое время именовался он не иначе, как анатом и врач. Он, подобно гадателю, поднял руку,

прищурился глаза и произнес «я открою вам тайны». И, подобно ученому, написал научный труд «О функциях мозга и каждой его части...». Идея его была проста, тем и интересна. Галль считал, что существует связь строения тела и черт лица с темпераментом и психологическими особенностями человека. Но он не остановился на общем изречении, с которым и мы также могли бы согласиться. Он полагал, что от формы и веса мозга напрямую зависят интеллектуальные способности человека. А так, как череп повторяет рельеф мозга, то по выпуклостям и шишкам на голове можно определить те или иные склонности человека. Галль стал отцом псевдонауки «френологии». Свои данные для исследований он собирал, разделяя людей на группы: с хорошей памятью, скрытные, нетерпеливые, с хорошим аппетитом и прочее. В группе людей, собранных по одному критерию, Галль искал внешние сходства: выпуклые глаза, выступающие височные части и т. д. В итоге врач-анатом изобрел свою карту для распознавания качеств. На ней был нанесен профиль человека, мозговая (и частично лицевая) часть которого была разделена на 37 зон, из которых каждая отвечала за определенную склонность.

Френологией заинтересовались как простые, необразованные слои общества, так и интеллигенция. Галль склонил к своей теории многих известных людей, таких как Оноре де Бальзак, Георг Гегель, Карл Маркс и других. Френология также широко распространилась в кругах рабовладельцев юга США. С помощью этой лженауки они подтверждали доминирования белой расы над черной, оправдывая рабство. Вспомним, что научный расизм также опирается на антропологию. Реакционные ученые фашистской Германии выдвинули теорию о «высших» и «низших» черепах. По их концепции долихоцефальная (вытянутая) форма черепов является преобладающей признаку нордической (северной) расы. Это и является биологическим признаком превосходства немцев над другими расами – считали они.

И теорию Галля, и расистские теории легко в теперешнее время опровергнуть. Ученые, распространявшие френологические взгляды заблуждались в том, что вес и внешние особенности мозга связаны с умом человека. В пример можно привести невыдающийся размером и весом мозг А. Эйнштейна. Кроме того череп вовсе не повторяет форму мозга. Данные, которые приводили в подтверждение Галль и его последователи были вовсе не статистическими, а выборочными.

Для опровержения расистской теории предлагаю процитировать изречение М. М. Герасимова, доктора исторических наук, из его труда «Основы восстановления лица по черепу»: «Работы прогрессивных, в первую очередь советских антропологов, показывают, что ни отдельные расовые признаки, ни тем более комплексы этих признаков не могут рассматриваться как ступени в эволюции физического типа человека. Тем самым объективное изучение расовых различий может служить и служит советским ученым для опровержения расистских лжетеорий о «высшей» и «низших» расах».

Все приведенные выше лженауки только показывают, как человек пытается свои желания оформить научной рамочкой для подтверждения своих идей.

Турчинец А., 4 курс, архитектурный факультет
Киевский национальный университет строительства и архитектуры

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕСТ ДЛЯ КУРЯЩИХ СРЕДСТВАМИ ДИЗАЙНА

Зонирование пространства – одна из главных задач средового дизайна. Люди имеют разные потребности, и грамотное функциональное зонирование является средством решения возможных проблем коммуникации. Организация пространства для людей с ограниченными возможностями – одна из актуальных тем в средовом проектировании. На сегодняшний день не менее острой является проблема организации функциональных пространств для людей с особыми потребностями, а именно – курящих людей.

16 декабря 2012 года в Украине вступил в силу закон о запрете курения в общественных местах, который ограничивает площадь мест для курения в ресторанах до 10%. Согласно закону запрещается курение табачных изделий, а также электронных сигарет и кальянов в помещениях предприятий, учреждений и организаций всех форм собственности, в помещениях гостиниц, общежитий; в аэропортах и на вокзалах, кроме специально отведенных для этого мест.

Курящему человеку необходимо место для курения, а некурящему – без дыма. В теории все просто, а вот практика показывает, что нет. Разногласия и споры по этому поводу не прекращаются. Вопрос в том, как решить проблему не ущемляя права и свободы одних и других.

Организованные места для курения существуют. В отдельных местах все продумано и дым не раздражает никого, а в некоторых общественных местах это сделано «для галочки». Торговые центры Киева оснащаются комнатами для курения. Залы ресторанов разделены на секции для некурящих и курящих. Помимо максимальной зональной изолированности, в них также установлены мощные вентиляционные каналы, предохраняющие от задымления зон для не курящих.

Опыт показывает, что в помещениях справиться с этой проблемой проще, чем на открытом воздухе. Некурящие вынуждены сосуществовать в общем пространстве с курящими независимо от того, нравится им это или нет. Курящий человек не огражден от окружающих, но общественное пространство должно быть организовано с уважением ко всем.

Решение данной проблемы – организация в городской среде специальных зон для людей, которые хотят покурить. В местах, где чаще всего курят, например, остановки транспорта, можно организовать специальные помещения для курящих. Открытые площадки в нескольких метрах от остановки проблемы не решают, так как прохожие все равно вынуждены вдыхать сигаретный дым. Капсулы могут быть изготовлены из полностью прозрачного материала и обязательно должны быть оснащены вентиляцией. Решение должно быть максимально простым и функциональным, но главная задача – обеспечение безопасности для здоровья. Вентиляция в капсуле должна работать так, что бы при выходе курящего, в окружающую среду выносилось минимальное количество дыма и смол.

Размещение таких капсул стоит предусмотреть возле каждого подъезда и внутри многоквартирных жилых домов на лестничных площадках, а при



Рис. 1а



Рис. 1б



Рис. 2



Рис. 3

строительстве новых жилых комплексов рассчитывать и планировать места для курения с собственной вентиляцией и очистителями воздуха. Все должно работать в комплексе и выдерживать максимальную нагрузку. Идеально, если в новостройках будет на каждом этаже подобная комната. Оптимально решать проблему на этапе проектирования, что позволит избежать недовольства и проблем коммуникации в дальнейшем.

Примеры такого подхода в мире существуют. Подобные проект разрабатывались в Финляндии (Рис. 1 а, б) и Франции (Рис. 2): кабины для курящих являются герметичными и полностью проветриваемыми за счет вентиляции. Так же в кабинках установлены очистители воздуха.

В Японии, после принятия закона о запрете курения в общественных местах, были изобретены колпаки, которые одевают люди сидящие в ресторане (Рис. 3).

Суть этих разработок в том, чтобы, не ущемляя права людей, обеспечить максимально комфортные условия, решить проблему с пассивным курением, а также воздействовать на сознание курящих. Борьба должна быть не с курением, а за сосуществование без вреда друг для друга.

Филоненко В.М., 3 курс, спец. РСМЖ, ХГАДИ

Руководитель: канд. искусств., доцент каф. РСМЖ Шулика В.В.

ИКОНА «СВ. ИОАНН ПРЕДТЕЧА» ИЗ СОБРАНИЯ ЧУГУЕВСКОГО ХУДОЖЕСТВЕННО-МЕМОРИАЛЬНОГО МУЗЕЯ И.Е. РЕПИНА: ИКОНОГРАФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И АТРИБУЦИЯ

Постановка проблемы. На кафедру реставрации станковой и монументальной живописи Харьковской государственной академии дизайна и искусств для проведения реставрационных работ была передана икона «Св. Иоанн Предтеча» из собрания Художественно-мемориального музея И.Е.Репина (г.Чугуев).

Целью статьи является анализ иконографии и атрибуция исследуемой иконы выполняемые в рамках пререставрационного исследования.

Анализ публикаций. Повествования о жизни и служении св. Иоанна Предтечи содержатся в целом ряде источников: в 4 канонических Евангелиях, в кн. Деяния св. апостолов, у Иосифа Флавия, в раннехристианских апокрифах.

В 1887г. в издании Казанской духовной семинарии «Православный вестник» было опубликовано статьи В. Каменова «Иконография Иоанна Предтечи» [5,6], в которых он описывает развитие иконографических типов святого, сравнивая их особенности в западной и восточной церквях. 2010г. — в т.24 Православной энциклопедии помимо анализа иконографии дано описание жизни Предтечи и его почитания в христианстве и других религиях. Также, св. Иоанну посвящены публикации Ж. Белик, О. Савченко «Иоанн Предтеча в пустыне» [1]; «Икона «Иоанн Креститель с житием»», изданной Львовским филиалом Национального научно-исследовательского реставрационного центра Украины [4], которые базируются на двух выше упомянутых источниках.

Исключительное почитание Иоанна Предтечи в странах христианского мира повлияло на формирование обширной и разнообразной иконографии святого. Иконографический тип Предтечи – аскета, пустынника и проповедника покаяния, составлен исключительно на основании евангельских повествований об образе его жизни, характере и деятельности. Первые изображения Иоанна Предтечи появились в раннехристианском искусстве в композициях «Крещение Господне», наиболее ранняя находится в римских катакомбах Каллиста (1-я пол. III в.). Иоанн Предтеча изображался человеком средних лет, с черными длинными волнистыми волосами и бородой, во власянице, возлагающим десницу на главу Иисуса Христа и со свитком (или с посохом, увенчанным крестом) в левой руке [3].

Самый ранний из сохранившихся персональных образов святого — икона «Св. Иоанн Предтеча» из монастыря вмц. Екатерины на Синае (Музей искусств им. Б. и В. Ханенко, Киев) датируется 2-й пол. VI в. (?). Иоанн Предтеча представлен в рост, облачен во власяницу и в гиматий, в левой руке держит свиток с надписью по-гречески: «Се, Агнец Божий...», в верхней части иконы в медальонах справа и слева помещены оглавные изображения Спасителя и Богоматери [3].

Существуют письменные известия о существовании более ранних памятников. Самым древним считается известие *Liber pontificalis*, где говорится, что к IV в. Константин Великий подарил в баптистерий св. Иоанна Латеранского в Риме статую агнца, вычеканенную из золота, и статую Предтечи из серебра, указывающего на Агнца. В последствии в V, VI и VII в. такие изображения, только живописные, были очень распространены [5:209].

В древности символ агнца употреблялся для выражения идеи Божественного Агнца- Искупителя, в приложении же к образу Предтечи он служил указанием на главный предмет его проповеди. Этот атрибут, очевидно, взят со слов самого Предтечи, которыми он исповедал на берегах Иордана грядущего к нему Спасителя: «се агнец Божий, взявляй грехи мира» (Ин. 1,29).

Трульский собор (691-692) запретил подобные изображения. 82 правило, отменяющее этот символ упор делает не на словах Предтечи, а на том, на кого он указывает, на самом Христе. В этом заключается совершенный и полный отказ от всякой отвлеченности, от всякого метафизического понимания религии [8].

Трульский собор, запретив изображения Христа в виде агнца, остановил распространение этого типа в восточно-кафолической церкви. В западной церкви, которая считала Трульский собор в Константинополе недействительным, агнец в скульптуре и живописи продолжал удерживаться. Об это свидетельствует ряд памятников: образ XII в., находившийся в алтаре Сан-Вальбургского собора; мозаика XIII века, украшавшая триумфальную арку базилики св. Павла вне городских стен в Риме; две статуи Предтечи – одна из них находится в кафедральном соборе в Шартре, другая – в церкви Нотр-Дам во Фрайбурге. На всех этих изображениях агнец представлялся заключенным в ореол. Кроме того во Фрайбурге голова агнца была окружена крестовидным нимбом, а в Шартре при статуи агнца есть обвитый флагом крест. На памятниках XIV в. крестовый нимб еще удерживался, но сам агнец из символического стает реальным. Предтеча держит уже не божественного Агнца, а скорее похож на пастуха, который несет утомившегося ягненка. К XVв. следы натурализма усиливаются еще больше: агнец теряет свой нимб, стремится к земле – щиплет траву пустыни, где отдыхает Иоанн Предтеча, или стоит на задних лапах перед Предтечей, который его гладит [6:295-296].

В статье В. Каменова мы встречаем упоминание о том, что с XVв. появляется новое прибавление к атрибуту агнца, придуманное, быть может, с целью противодействовать тенденциям возникшего в Европе натуралистического направления. Агнца в левой руке Предтечи изображали лежащим на книге, которая напоминает книгу с семью печатями апокалипсического Агнца. Жест правой руки указывает на Агнца и тем как бы свидетельствует о нем всему миру [6:296]. Так же в Изингейском алтаре мы встречаем изображение Иоанна Предтечи, держащего в руках только книгу, жестом правой руки он указывает на распятого Христа, у ног Крестителя – агнец с еucharистической чашей и крестом.

В искусстве Византии изображения Агнца на иконах были заменены свитком в руках Иоанна Предтечи с надписью: «Се, Агнец Божий». Но не смотря на запрет Трульского собора символическое изображение агнца в не-

значительном распространении продолжало существовать. Это объясняется отчасти силой привычки и незнанием постановлений собора [6:298].

В византийском искусстве образ Иоанна Предтечи обогатился символикой, раскрывавшей различные аспекты служения святого и его почитания. Результатом этого процесса стало формирование в кон. XIII в. иконографии «Св. Иоанн Предтеча Ангел пустыни». В ее сложении выделяется несколько этапов. В X-XI вв. существовала сцена «Моление св. Иоанна Предтечи в пустыне», где представлен момент призвания его на служение: святой изображен в молитвенной позе на фоне гористого ландшафта (впервые на фресках Каппадокии в Токалы-килисе в Гёреме, кон. X в.) [3].

В сер. XI в. в миниатюрах появилось изображение Предтечи с секирой на неплодном дереве — иллюстрация слов святого (Лк 3. 9), нередко помещаемых на свитке в его руке.

На рубеже XI и XII вв. было выполнено мозаичное изображение Иоанна Предтечи с усеконовенной главой на фасаде монастырского храма св. Георгия в Палермо (не сохр.). Изображение главы Иоанна Предтечи на его моленных образах было заимствовано из иконографии «Обретение честной главы св. Иоанна Предтечи», формирование которой также происходило в этот период.

В XII в. появились образы «Св. Иоанн Предтеча в пустыне», на которых все перечисленные иконографические элементы (пустыня, секира на неплодном дереве, свиток с текстом, глава в сосуде) были соединены в едином пространстве с образом молящегося святого. В кон. XIII в. эта схема была дополнена изображением крыльев. Образ Предтечи с крыльями очень часто встречается в восточной церкви, тогда как на западе подобных изображений нет. Самый ранний образ крылатого Иоанна Предтечи сохранился на фресках ц. прп. Ахиллия, еп. Лариссы, в Арилье, Сербия (1296), и на крышке реликвария со св. рукой Иоанна Предтечи (нач. XIV в., кафедральный собор г. Перпиньян, Франция), принесенного доминиканцами из Греции в 1323 г. Изображение поясняется надписью: «Ты носишь крылья, потому что ты был равен ангелам; будучи не земным, ты пребывал в земной материи, как сказал Спаситель» [6:300-302]. Изображения Иоанна Предтечи Ангела пустыни получили наибольшее распространение в русском искусстве XVI-XVIII вв.

В средневизантийском искусстве получили распространение образы Иоанна Предтечи, в которых, как и в типе крылатого Предтечи, но иными средствами подчеркивался аскетизм святого. Он изображался без хитона, лишь в одной перекинутой через плечо власянице, которая едва прикрывала его истощенную плоть. Правой рукой он осенял себя крестным знамением, в левой руке держал посох, увенчанный процветшим крестом. Возможно, распространение такой иконографии было обусловлено почитанием Иоанна Предтечи в монастырской среде как одного из родоначальников христианского аскетизма. В XIV-XV вв. был создан поясной вариант данной иконографии. Такое изображение получило широкое распространение в Московии в период правления Иоанна IV Грозного [3].

В сер.- 2-й пол. XVI в. получил развитие новый вариант иконографии: в руках святого изображался сосуд с евхаристическим Агнцем — Младенцем Христом. Хотя упоминания об этом образе встречаются и раньше. Как

на древнейший памятник можно указать на икону, находившуюся в Предтеченской церкви на Опоках в Новгороде, заложённую в 1127 г. князем Всеволодом Мстиславовичем в честь ангела своего старшего сына Иоанна[6:306]. Из дошедших до нашего времени памятников, такое изображение было выполнено на миниатюре из иллюминированного «Слова на Зачатие св. Иоанна Предтечи», сохранившегося в составе т.н. Егоровского сборника, а позже получило распространение в иконописи. Евангельское свидетельство Иоанна Предтечи о Христе: «...вот Агнец Божий, Который берет на Себя грех мира» (Ин 1. 29), осмысленное в евхаристическом контексте, было передано в образе лежащего в чаше Предвечного Младенца. Изображение Младенца Христа на дискосе было заимствовано из композиций на литургическую тему «Иже херувимы», «Великий вход», «Да молчит всякая плоть» и т. д., возникших в палеологовском искусстве и широко известных в XVI в[3].



Чаша с лежащим в ней младенцем, по мнению В. Каменова, — позднее добавление русского художника к византийской иконографии, поскольку ни в западной, ни в греческой церкви изображения Предтечи с подобным атрибутом не встречаются[6:306].

Результаты исследования. Икона из собрания Художественно-мемориального музея И.Е. Репина (г. Чугуев) представляет собой поясное изображение святого в легком трехчетвертном повороте. Одет Иоанн в тунику темно-зеленого цвета с желто-зелеными линиями, имитирующими шерсть, и коричневый плащ, декорированный растительным орнаментом и чеканом в виде кружков, имитирующими оклад иконы.

Такой тип одежды (в отличие от изображения в звериной шкуре, не полностью покрывающей тело), согласно евангельским рассказам о его жизни является верным. На основании свидетельства Евангелия (Мф 3,4; Мк 1,6) нельзя сомневаться в том, что Предтеча имел вполне достаточную одежду, хотя, по обету назарейства, очень простую. Туника Предтечи, вероятно, была тканная, хотя и грубой работы и, как говорится в Евангелии, была сделана из верблюжьей шерсти а для большего удобства в движениях она стягивалась кожаным поясом. По мнению *Феофилакта Болгарского*, *верблюжья шерсть была выбрана потому, что «верблюд есть животное среднее между чистым и нечистым».* Иоанн, ведущий проповедь на границе Ветхого и

Нового заветов, носил одежду из верблюжьей шерсти, так как «приводил к Богу и мнимо-чистый народ — иудейский, и нечистый — языческий». Кожаный пояс символизирует постоянное пребывание в труде и усмирении плотских страстей, так как «кожа есть часть мёртвого животного». Поверх туники набрасывался плащ, тоже из грубой материи и небольшой величины [6:292-293].

В левой руке святого — чаша с младенцем и свиток. Чаша указывает на высокое значение Иоанна Крестителя как Предтечи Мессии в его деле искупления человечества. Если же этот символ понимать в смысле купели, то следует отметить, что, очевидно, этот атрибут был взят с образа крещения младенцев, чем и воспользовался иконописец для выражения идеи Крестителя. Надпись на свитке гласит: «Видя Иоанн Иисуса грядущего» («Во утрий же виде Иоанн Иисуса, грядуща к себе, и глагола: се, Агнец Божий, вземляй грехи мира» (Ин. 1, 28–29)). Употребление свитка вышло из стремления внешним образом изобразить то, что как бы выходило из уст изображенного лица. Жестом правой руки Предтеча указывает на младенца, свидетельствуя о нем всему миру.

Данная икона принадлежит к холуйской школе иконописи о чем свидетельствует ряд признаков. Наиболее типичным признаком «расхожих» икон холуйских мастерских являлись оранжевые или коричнево-красноватые, поля с черной опушкой. Черная опушка, зачастую, как бы оттенялась белильной линией, шедшей иногда от края доски на расстоянии $\frac{1}{3}$ ширины полей. *Иконам была присуща простота в изображении деталей. Святые изображались как плоские силуэты, их одеяния — обычный декоративный узор.* Лики очень светлые, почти белильной карнации. Цветовой состав таких икон был ограничен: писались они в основном в три-четыре цвета. Фон, венцы и подкладки для нанесения растительного орнамента на одеждах делались из сусального серебра, которое после покрытия его отваром из крушины или просто покрытия иконы темным спиртовым лаком приобретало тон золота. Когда в российскую крестьянскую икону активно стало вторгаться орнаментально-декоративное начало, эти части иконы, как правило, «чеканились» с различными чеканами в виде кружков, звездочек, чешуек и т.п., приобретая тот или иной давленный орнамент или узор [10:57-59]. Подобные иконы были опубликованы в статье И. Буевой-Давыдовой «Народная икона: к определению предмета» [2:10], М. Красилина «Народная икона: феномен национальной культуры» [7:25,28]. Ряд общих признаков позволяет отнести исследуемую икону к тому же иконописному центру.

«Иконы-краснушки» чаще всего датируются второй половиной XIX в. О. Тарасов утверждает, что это было связано с тем, что в середине XIX в. в Мстере было налажено производство бакана [9:176]. Оранжевый тон, по словам О. Тарасова, получался после того, как по сурику им покрывали поля [10:57]. Проведенные на кафедре реставрации станковой и монументальной живописи ХГАДИ химические анализы пигментов, взятых с подобных икон, показали, что в качестве пигмента для полей использовался только оранжевый сурик.

Выводы.

1. Обзор литературы показал, что иконографический тип исследуемой иконы полностью сформировался в иконописи восточно-кафолической церкви к XVI в.

2. Изображение чаши с лежащим в ней младенцем является особенностью русских икон, это добавление русского художника к византийской иконографии. Очевидно, этот атрибут был взят с образа крещения младенцев и понимался в смысле купели для выражения идеи Крестителя. Ни в западной, ни в греческой церквях изображения Предтечи с таким атрибутом не встречаются.
3. В результате исследования удалось установить, что данная икона относится к холуйской иконописной школе и датируется второй половиной XIX века. Икона является типичной для этого периода и региона, подобные иконы получили широкое распространение и часто встречаются в музейных собраниях и частных коллекциях.

Литература:

1. Белик Ж. «Иоанн Предтеча в пустыне» [электронный ресурс]/ Ж.Белик, О. Савченко// Иконы России/ Иконография –Режим доступа: <http://iconrussia.ru/iconography> — свободный – Язык русский
2. Буева-Давыдова И. Народная икона: к определению предмета/ И. Буева – Давыдова// Антиквариат, 2011- №9. – М.: Изд. Дом Любимая книга. – С.10
3. Иванова Ю. Иоанн Предтеча. /Ю.В.Иванова, Ю.В.Устинова //Православная энциклопедия. Том XXIV. – М.: Церковно-научный центр «Православная энциклопедия», 2010. — С. 528–577.
4. Икона «Іван Хреститель з житієм»: Середина XVI ст. Музей-пам'ятка архітектури й живопису XVI – XIX ст. Церква Зішестя Святого Духа в Рогатині. Філіал Івано-Франківського обласного художнього музею / Мирослав Откович, Тарас Откович, Ольга Канарська-Луцан. – Л.: ЛФ ННДРЦУ, 2010 – С. 46-77
5. Каменов В. Иконография св. Иоанна Крестителя в восточной и западной церкви /В.Каменов //Православный собеседник. Сентябрь 1887 г. – Казань: Изд. Казанской духовной академии, 1887. – С. 208-217
6. Каменов В. Иконография св. Иоанна Крестителя в восточной и западной церкви /В.Каменов //Православный собеседник. Июнь 1887 г. – Казань: Изд. Казанской духовной академии, 1887. – С. 290-309
7. Красилин М. Народная икона: феномен национальной культуры/ М. Красилин// Антиквариат, 2011- №9. – М.: Изд. Дом Любимая книга. – С.25, 28
8. Правила православной Церкви с толкованиями Никодима, епископа Далматинско-Истрийского/ Книга правил. Том 1. – СПб.: тип. М.Меркушева, С-Петербургская Духовная академия, 1911. — С. 109-110
9. Тарасов О. Икона и благочестие. Очерки иконного дела в императорской России /О.Ю. Тарасов. – М.: Прогресс, Традиция, 1995 – С. 176
- 10.Тарасов О. Русские иконы XVIII — начала XX в. на Балканах/ О.Ю. Тарасов// Советское славяноведение,1990 — № 3. — М., 1990. – С. 57-59.

Філоненко В.М., 3 курс, спец. РСМЖ, ХДАДМ

Керівник: ст. викл. каф. українознавства Токар М.І.

РОЗВИТОК РИТОРИКИ В УКРАЇНІ

З демократизацією суспільного життя і гуманізацією освітньої системи в Україні посилюється інтерес до такої призабутої за тоталітарних часів класичної науки, як риторика. Усе, що постає у людській свідомості, набуває форми слова. Система знаків, яку іменовано мовою, фіксує знання про світ,

що оточує людину, є важливим чинником її самоусвідомлення, дає їй змогу виразити свої ставлення до навколишньої дійсності. Мова виражає думку і почуття людей, вона є основним засобом їх спілкування.

Отже, одна із головних функцій мови – комунікативна, тобто функція спілкування. Виступаючи публічно, людина виражає, утверджує себе, одночасно впливаючи на інших. Красномовство – це сила, за допомогою якої вдається впливати на світ, змінювати його, реалізувати власну волю.

Термін «риторика» походить з грецької й означає «наука про ораторське мистецтво, красномовство». Наука про красномовство виникла як спроба осмислити закономірності гарного прозового мовлення, яке в активному суспільстві цінується значно менше, ніж художнє, поетичне слово.

Українська риторика має досить глибокі історичні корені. Остаточне формування ораторського мистецтва відбувається вже в епоху Київської Русі. Досить важливим чинником у цьому процесі було, звичайно, прийняття християнства. Разом з ним приходять і мистецтво красномовства, збагачене потужною античною та візантійською традицією.

Саме тому Київська Русь залишила видатні пам'ятки насамперед гомілетичного красномовства. Досить відомою є проповідь руського митрополита Іларіона (XI ст.) «Слово про закон і благодать».

Другий період піднесення риторики в Україні припадає на кінець XVII — початок XVIII ст. В українській освітній системі риторика була однією з основних гуманітарних дисциплін, і ми маємо з тих часів риторів світлового рівня, зокрема Києво-Могилянської риторичної школи.

Наступний етап викладання риторики (в дорадянські часи) схилявся до так званої епідейктичної риторики, тобто ближчої, зрозумілішої і легшої. Вона відіграла велику роль у формуванні особистості, тому що, як учив Феофан Прокопович, епідейктичне красномовство, шукаючи, прикрашаючи й звеличуючи добро, чесність, справедливість, гідність, примножує ці чесноти в суспільстві, подає для молоді взірці для наслідування.

Сучасна риторика – це теорія та майстерність ефективного (доцільного, впливового, гармонійного) мовлення. Предметом сучасної загальної риторики є загальні закономірності мовленнєвої поведінки, що діють у різних ситуаціях спілкування, сферах діяльності практичні можливості використання їх з метою створення ефективного висловлювання. Ефективність мовлення визначається найменшими втратами в процесі його передавання від мовця до слухача у всіх трьох типах інформації, які зазвичай містять мовлення: понятійно-логічні, оціночні (+ або -), емоційні.

Традиційно риторику сприймають як науку про красномовство. Однак у сучасному мовознавстві з'явилося і поняття «дискурсивна риторика», тобто риторика дискурсу як щоденного мовного спілкування в соціумі. Саме така риторика має перспективу широкого застосування у сучасному українському суспільстві, тому що вона з риторики красномовства транспортує технологічний апарат побудови висловлювань і текстів для мовного спілкування на щодень у різних сферах життя.

Гармонійна роль мовлення – у необхідності забезпечення найкращого взаєморозуміння між людьми, конструктивного вирішення конфліктів,

об'єднання учасників спілкування. Сучасна риторика як наука переконання засобами мови виходить далеко за межі публіцистичних промов. Вона має широке застосування в найрізноманітніших ситуаціях мовного спілкування як усього соціуму, так і окремих мовців.

Література:

1. Левчук Л.Т. Історія світової культури. /Л.Т.Левчук. – Київ: Либідь, 1994.
2. Мацько Л. І. Стилїстика української мови: Підручник/ Л.І. Мацько. – К.: Вища школа, 2003.
3. Сагач Г. Риторика / Г. Сагач. — К: Ін юре, 2000.

Kharina Julia, a 3rd year student of Fine Arts Faculty

Scientific adviser: Kuznetsova V. M.

ILLUSTRATING CAMELOT

Among the most remarkable nineteenth-century Arthurian book illustrations are those by Julia Margaret Cameron, whose photographic illustrations to Tennyson's *Idylls of the King*, and *Other Poems* jolted Victorian sensibilities, influenced (and were influenced by) the Pre-Raphaelites, and inspired even more dramatic visual reinterpretations of the legend, especially by later female illustrators. As one of the first portrait photographers to move beyond purely idealistic representations, Cameron gave her subjects a sense of their own reality; and in her Arthurian illustrations, which focused largely on female characters, she emphasized aspects of the story that other illustrators neglected or ignored. Cameron's portraits of Arthurian women not only revealed her sympathy for humanity and her love of photography; they also commented directly on the Victorian woman's experience and reflected the questioning of female identity that was a «defining characteristic of the modern era».

Perhaps the most significant and enduring celebrity figure in her life — and certainly the most influential in terms of her contribution to Arthurian illustration — was Alfred, Lord Tennyson. It was Tennyson, however, who first approached her about the possibility of professional collaboration. By the end of August, 1874, he asked, «Will you think it a trouble to illustrate my *Idylls* for me?» Cameron, in whose eyes Tennyson was «King Arthur coming again», happily accepted the task. And, over the next few months, she dedicated herself to reinterpreting his words in a visual medium.

Cameron, however, saw beyond the conventional symbolism. For her, hair — especially long, loose, shining hair — became a literal crown that framed her characters,⁶⁴ dramatically emphasized their virtues and vices, and defined their individual personalities. In some of her photographs, the softly billowing hair suggested the divine: lit brightly at the crown, it formed a sort of halo above her subject's face. In her photographs of Tennyson's heroines, long unbound hair had an even more subversive meaning — a rejection of traditional notions of Victorian propriety and morality — and connoted a form of female freedom and empowerment. Cameron used eyes in similarly suggestive ways. Her Arthurian characters rarely demand attention by looking directly into the camera; instead, they almost always look away. Carol Hanbery MacKay contends that the deliberately «blurred, hidden, multiply

directed» depiction of their eyes results in a «decreation» that paradoxically leads a viewer «to examine the notion of portraits without eyes, their apparent absence demanding that we explore them even more as windows to the soul».

Notably, the majority of Cameron's illustrations for Tennyson's Idylls did not feature noble knights like Lancelot but rather women like Elaine and Vivien, whom she transformed from mere types («the faithful wife who mutely serves; the aggressive woman who attempts to achieve domination over men; the foolish girl who becomes a victim of her own dreams; and the woman ruled by passion who only gains pain») into more active participants in the legend. And through such transformation, she reinvented the female characters and ultimately offered her own reading of Tennyson's text.

Today Cameron's photographs — particularly her masterpiece, the illustrations for Tennyson's Idylls — are considered brilliant examples of early photography and works of bold originality. And Cameron herself is now recognized not only as the most innovative and successful photographer of the Victorian age but also as the first woman to illustrate the Arthurian legends and the first illustrator to give real prominence to the women of the legend. Thus, Julia Margaret Cameron remains the best and the best-known photographic illustrator of Arthurian material.

Literature:

1. Cox Julian In Focus: Julia Margaret Cameron: Photographs from the J. Paul Getty Museum — The Museum, 1996. — 143 p.
2. Weaver Mike Whisper of the Muse: The Overstone Album & Other Photographs by Julia Margaret Cameron — Mike Weaver — Getty Publications, 1986. — 103 p.

Худякова А.Г., 3 курс, спец. «МЖ», ХДАДМ

Наук. керівник: ст. викл. каф.українознавство Токар М.І.

ПЕРЕКОНУВАТИ СЛОВОМ — ВЕЛИКЕ МИСТЕЦТВО

Постановка проблеми. Довгий час проблеми аргументації, майстерності переконання і дискусії майже зовсім не розроблялися в нашій літературі. Як самостійний напрям досліджень теорія аргументації і переконання стала формуватися лише в 40-і роки минулого століття. Але володіння методами переконання дуже важливо для успіху сучасної людини.

Аналіз останніх досліджень. До числа досліджень безсумнівно належить мистецтво аргументації та переконання, що досягло свого розквіту ще в Античній Греції: діалектика Сократа, логіка Аристотеля. Багато вчених і зараз вивчають цю тему, треба відзначити дослідження: Андреева В.И., Корнилова Е.Н., Мацько Л.І., Татенко В.О.

Мета дослідження. Ознайомитись з основними механізмами мистецтва переконання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вміючи підбирати слова, ти володієш світом. Слово — це найпотужніша зброя. На думку В. Сухомлинського, «Словом можна вбити й оживити, поранити і вилікувати, посіяти тривогу й безнадію і одухотворити, розсіяти сумнів і засмутити, викликати посмішку і сльози, породити віру в людину і заронити невіру, надихнути на працю і скувати сили душі...».

Ще в давнину люди ставили собі питання: чому одна мова переконує, а інша — ні? Чому з одним ми погоджуємося, а проти іншого заперечуємо? Як себе поводити, щоб переконати людину?

В першу чергу потрібно пам'ятати, що суб'єкт переконуючого впливу повинен прагнути змінити або зміцнити саме переконання об'єкта свого впливу, а не примушувати його діяти чи поводитись певним чином. Людина, яку ми переконуємо, повинна бути психологічно захопленою цим процесом, бути уважною, не відчувати упередженості проти суб'єкта впливу, тобто проти нас.

На успіх цієї нелегкої справи, переконування, впливають безліч чинників. Слід, насамперед, добре вивчити і врахувати інтереси і рівень готовності адресата до сприйняття інформації, яка пропонується у процесі переконування. Переконання має бути послідовним, логічним, максимально доказовим, відповідати рівню вікового розвитку особистості. Переконуючи інших, особистість повинна сама глибоко вірити у те, про що повідомляє. Це обов'язкова умова!

Переконання складається з гіпотези (того, що треба довести), доказів чи аргументів (того, за допомогою чого доводиться гіпотеза) і демонстрації (способу доведення). Але є й інший засіб переконання-сугестія (від лат. *suggestio* — навіювання). Сугестивний метод — психологічний вплив на особу або групу осіб, розрахований на беззаперечне сприйняття незалежно від їх думок і волі. Засобами сугестивного впливу є слова, жести, міміка. Сугестатор (той, хто впливає) відповідно до своїх намірів, використовує прийом навіювання, «вводить» у психіку сугеренда (той, на кого впливають) установки, спрямовані на зміну психічної діяльності. Треба зауважити, що особистість, яка хоче володіти мистецтвом переконувати, повинна володіти різноманітними способами впливу на іншу особистість, в тому числі й методами, пов'язаними з психікою.

Існує чотири кроки, які допоможуть вам переконати людей.

1. **ЗАВОЮВАТИ ДОВІРУ.** Це перша перешкода, яку ви повинні подолати. Довіра не виникає на пустому місці, щоб Вам повірили, необхідно довести свою компетентність і налагодити гарні відносини з оточуючими.

2. **СФОРМУВАТИ СПІЛЬНІ ЦІЛІ.** Необхідно вміти грамотно представити ідею в найбільш виграшному вигляді, показати очевидність її переваг. Щоб не отримати негативну реакцію на власні пропозиції, продемонструйте співрозмовнику, що він отримує, якщо до вас приєднається.

3. **НАДАЙТЕ ДОКАЗИ.** Вагомі докази завжди допомагають переконати співрозмовника в правильності ідей. Оживіть свою розповідь- доповніть її прикладами, історіями, постарайтесь провести аналогію, намалюйте яскраву картину для вашої аудиторії, постарайтесь захопити людей.

4. **ВСТАНОВИТИ ЕМОЦІЙНИЙ ВПЛИВ.**

Часто люди приймають рішення ірраціонально, і в цьому зв'язку особливе значення набуває ступінь емоційного впливу на них. Оцініть емоційний настрій аудиторії і виберіть правильний тон спілкування. В одних випадках необхідно гучне, впевнене викладення з потужними аргументами, в інших — спокійна нейтральна поведінка.

Висновок. Переконувати словом — це велике мистецтво, яке потребує знань психології людей, законів етики й логіки. Більшість людей думають, що переконати — це умовити людину, а інші — маніпулювати нею. Насправді ж вміння переконувати — це, в першу чергу, здатність знаходити компроміси і йти на поступки. Так що, пам'ятайте про думку інших, і спокійно йдіть на компроміси.

Література:

1. Андреев В.И. Деловая риторика: Практик. курс делового общения и ораторского мастерства. — М.: Народное образование, 1995. — 206 с.
2. Корнилова Е.Н. Риторика – искусство убеждать. Своеобразие публицистической античной эпохи: Учеб. пособие. — М.: УРАО, 1998. — 208 с.
3. Мацько Л.І. Риторика. Навч. посіб. — К.: Вища шк., 2006. — 311 с.
4. Татенко В.О. Психологія впливу: суб'єктна парадигма // Наукові студії із соціальної та політичної психології: Збірник статей. — К.: Сталь, 2000. — Вип. 3 (6). — С. 3-18.

Худякова А.Г., 3 курс, спец. «МЖ», ХГАДИ

Науч.руководитель: Бильдер Н.Т.

ВЛИЯНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ НА ВОСПИТАНИЕ ДЕВОЧЕК (НА ПРИМЕРЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ШКОЛЫ)

Актуальность: информация, содержащаяся в книге Уте Эрхардт «Хорошие девочки отправляются на небеса, а плохие – куда захотят, или почему послушание не приносит счастья», актуальна для педагогов художественных учебных заведений потому, что обычно больший процент учеников составляют девочки, а одна из задач педагога — стараться преодолеть вековые предрассудки, не разделяя учеников по половому признаку.

С младенческого возраста мальчиков и девочек воспитывают по-разному, и именно отсюда происходит та беспомощность, которая накрепко приклеивается к женщинам. Существуют гендерные стереотипы, как социальные нормы. Впоследствии у людей формируются представления о том, что больше свойственно мужчинам, а что женщинам. И на основе этих стереотипов родители придерживаются определенной точки зрения в воспитании своих сыновей и дочерей.

Существует множество стереотипов, которые негативно сказываются на социализации девочек в обществе, еще с детства прививая в них «привычную беспомощность».

Рассмотрим основные заблуждения:

1) Женщина — слабое существо. Все девочки еще с раннего детства в этом убеждены. Возможно **в силу природных (физиологических) особенностей, женщина действительно слабее мужчины, но зачастую это утверждение переносится на другие сферы деятельности.** Женщины сами начинают верить в свою техническую бездарность, неспособность к «мужской» работе. Это приводит к тому, что они заранее говорят себе, например, что никогда не смогут стать скульпторами. Ведь скульпторами становятся в основном мужчины, так как «не женская это работа».

2) Женщина – прекрасный пол. Для многих женщин красота становится важнее самоуважения. Зацикливаясь на своей внешности, женщины отказы-

ваются от интеллектуальности. Это приводит к тому, что женщин перестают воспринимать всерьез, и они не могут по-настоящему самовыразиться.

3) Девочкам не нужно хорошее образование. Каждый человек имеет право на профессиональный рост. Но, к сожалению, многие родители убеждены в обратном. Рано или поздно женщина должна прийти к замужеству и материнству. Она находит мужчину, который отныне будет о ней заботиться, — и неважно, какое образование и какую степень независимости она приобрела на этот момент [1]. При такой жизненной позиции, даже одаренные девочки будут показывать плохие результаты в учебном процессе.

Есть утверждение, что настоящими художниками девочки не становятся потому, что выходят замуж, и полностью погружаются в семейную жизнь, поэтому образование им не нужно. Задачей педагога является развеять этот миф, ведь образование занимает не последнее место в нашем мире.

4) Семья и профессия – вещи не совместимые.

Семья и профессия прекрасно уживаются друг с другом. Безусловно, дети – наше будущее. Они действительно важны, но нужно не забывать о том, что ребенок нуждается в здоровой, счастливой маме. А как может женщина быть счастливой, если она отказывается от своих настоящих желаний и потребностей.

Искусство, это духовная потребность, а духовные потребности – это потребности в самореализации. Стремление выразить через творческую активность все, на что способен человек, осуществить себя. Неудовлетворенные потребности приводят к депрессиям и различным заболеваниям.

5) Власть ведет женщину к одиночеству

Успех и власть тесно связаны. Часто женщины боятся успеха, думают, что станут одиночками, не нужными. В представлении большинства из них карьера все же является мужским занятием, потому что именно мужчины — это борцы. Но это еще один гендерный стереотип. Который приводит к тому, что женщины отказываются от борьбы за свой личный успех, особенно в тех случаях, когда нужно соревноваться с мужчинами.

Автор объясняет причины неудач девочек в какой-либо деятельности, не связывая это с гендерным делением. Для того чтобы помочь ученицам справиться со сложными задачам, преподавателю необходимо обладать знаниями, которые помогут это сделать. Изложенная информация актуальна для лучшего понимания поведения девочек и влияния на него, в том случае, если это необходимо для педагогического процесса.

Вывод: все это стереотипы, которые приводят к внутренней блокаде, не позволяющей развивать свои наверняка существующие способности. Могут возникнуть всевозможные фобии и страхи, которые приводят к депрессиям и различным заболеваниям.

Для многих учеников педагог является авторитетом, и каждое его слово может быть судьбоносным. Задачей педагога является дать понять девочкам, что трудности относятся только к определенным обстоятельствам или ситуациям, но никак не к личности. И поэтому нужно верить в свои силы и дальше развивать художественные способности.

Литература:

1. Эрхардт У. Хорошие девочки отправляются на небеса, а плохие — куда захотят, или Почему послушание не приносит счастья / Перевод с немецкого Е. Файгль — М.: Независимая фирма «Класс», 2003. — 176 с.

Хуторной И. П., магистр

ХНПУ имени Г. С. Сковороды

Научный руководитель: канд. искусствоведения Т. В. Панёк

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВА ИНТАРСИИ

Искусство интарсии берёт своё начало в глубокой древности, а именно в Древнем Египте. Высокая цена на древесину способствовала использованию её в ювелирном деле, наравне с драгоценными камнями и металлами. Прежде всего, интарсия использовалась в создании орнаментальных композиций. Часто использованные мотивы: солнечный диск, человеческая фигура; растительные мотивы: лотос, пальма, папирус, а также элементы присущие животному миру: скарабей, змея, коршун.

Древесина, использовавшаяся мастерами, была преимущественно импортной. Самыми распространёнными были следующие породы: сикомор, оливковое дерево, кедр, тис, чёрное дерево, и нильская акация. Несмотря на то, что столярные технологии были ещё во многом примитивны, египетские мастера уже знали технологию фанерования. Дешевую древесину облицовывали более ценной, однако толщина такой облицовки была намного толще современной.

Также как и египтяне мастера древней Греции использовали технологии фанеровки. Вот что об этом пишет древнеримский писатель Плиний: «... источник роскоши – покрывать один вид дерева другим, и более дешевое превращать в более драгоценное» [2].

При наступлении эпохи Возрождения в развитии интарсии наступил период наибольшего расцвета. Это выразилось в увеличении объемов производства и в появлении многочисленных шедевров, непревзойденных до сих пор. В этот период широко используются как орнаментальные, так и сюжетные композиции. Интарсию сочетали с гравировкой и пирографией, которая применялась, в основном, для изменения фона. Один из таких примером достижений итальянских мастеров – хоровые седалища церкви Санта-Мария-Новелла во Флоренции [2].

Во Франции наибольшего расцвета интарсия достигла в правление Людовика XIV. Наиболее известный мастер интарсии этого периода Андре Шарль Буль (1642-1732), которого называли королевским мебельщиком. Он вошел в историю как создатель особого стиля художественной мебели – «стиль Буль», особенностью которого было использование техники маркетри, с применением эбенового дерева, слоновой кости, перламутра, черепахового панциря, бронзы и олова [1].

Искусство интарсии было известно мастерам столярного дела во времена Киевской Руси. О высоком уровне профессионализма древнерусских мастеров свидетельствуют многочисленные источники. Так, немецкий священник

Гельмерсгаузенского монастыря Теофил, приводит рейтинг стран, мастера которых прославили себя определённым видом искусств. В этом списке Русь XI-XII вв. поставлена на втором месте, вслед за Византией, как изобретательница «тщательной эмали и разнообразной черни» [2]. Однако нашествие монголо-татарской орды сильно ослабило южнорусские княжества в культурном отношении. В XVI-XVII вв., наши земли коснулась итальянская волна увлечения интарсией в оформлении интерьера и декоративно-прикладном искусстве. Произведения этого периода можно увидеть в Олесском замке (Львовская область), а также в львовской часовне Боимов. Пример интарсии XIX века находится в Черновицком государственном университете - это деревянный потолок в Красном зале.

Рассматривая, историю развития удивительного искусства интарсия, восхищаясь художественными и технологическими достижениями мастеров, постепенно начинаешь чувствовать и понимать значение гармонии, которая является одной из форм прекрасного. Гармоничное внешнее окружение человека способствует становлению гармоничного внутреннего содержания, что и является целью данной статьи.

Литература:

1. Художественная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_pictures/1195/Интарсия – Название с экрана.
2. Русское наборное дерево 18-ого века [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.inter-meb.ru/tema/russkoe-nabornoe-derevo>. – Название с экрана.

Цвелих М.Ю., 4 курс, спец. «Графический дизайн» ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

ТВОРЧЕСКИЕ ПРОРЫВЫ В КАРЬЕРЕ ЛЕО БЕРНЕТТА

История успеха всемирно известного Лео Бернетта, который сегодня является примером для подражания и имеет множество последователей началась с кучи долгов и отсутствия клиентов. В данной статье представлены самые знаменитые прорывы в творчестве Лео Бернетта.

Первой серьезной работой Бернетта и его компании стал заказ от Американского института мяса. Это был шанс показать всем, что они лучшие в своем деле. Спустя много часов мозгового штурма своих коллег и отрицания всевозможных идей, в воображении Бернетта возник подходящий образ: сырое мясо изображенное на кровавом фоне. Это был революционный ход. На то время изображение сырого мяса считалось неприемлемым и, в некоторой степени, даже вульгарным. Но риск был оправдан и «Красное на красном» стало примером фирменного рекламного почерка Лео Бернетта, «подчеркивания неотъемлемой эффективности и яркости продукта» [6].

Следующая рекламная компания, которая благодаря ребрендингу Бернетта на сегодняшний день является всемирно известной, — реклама сигарет Marlboro для компании «Филип Моррис». На то время сигареты с фильтром считались сугубо женскими и были не особо популярны, поэтому Филип Моррис задумался о том, чтобы предложить сигареты Marlboro мужчинам и попросил помощи у Л. Бернетта, так как для того, чтобы нацелить

рекламу сигарет с фильтром на новую аудиторию, требовалось гениальное маркетинговое решение, а Лео Бернетт на тот момент являлся одним из лучших американских копирайтеров. Для рекламы был использован самый мужественный тип мужчины — молчаливый ковбой, восседающий на лошади. «Мальборо» — стопроцентный мужик с однодневной щетиной, пахнущий потом и излучающий мужскую сексуальную энергию. И кто после такой рекламной компании осмелится сказать, что мужчины не курят сигареты с фильтром? «„Ковбойская“ кампания» имела немыслимый успех. Ковбой, как олицетворение американского духа, завоевал всех — и мужчин, и женщин. Реклама напоминала о настоящих героях американцев — brutальных парнях, покоряющих необъятные просторы страны. Продажи сигарет Marlboro всего за один год выросли настолько, что стали занимать четвертую позицию в рейтинге продаж всех табачных изделий. А что было с Лео и его агентством после такой блестящей кампании, догадаться нетрудно» [5, 6].

«Minnesota Valley Canning Co» — компания, которая также обязана своим успехом ребрендингу Лео Бернетта. «Одной из первых удачных работ Бернетта стала рекламная кампания зеленого горошка. Всемирно известное изображение Зеленого Великана (Green Giant) было выполнено в агентстве «Leo Burnett Co», хотя идея разработать для продвижения консервированных овощей такого персонажа принадлежала самой компании, выпускающей эти продукты. Но попытка графического воплощения мифологического героя, ассоциирующегося с богом плодородия, не увенчалась успехом: Великан получился слишком мрачным и скорее отпугивающим, чем привлекающим внимание. Лео Бернетт сумел изменить характер рекламного персонажа, придав ему дружелюбный вид, в связи с чем изменилось и само имя Великана (Jolly Green Giant — Веселый Зеленый Великан). Прототипом для него послужил Пол Буньян — легендарный великан-дровосек и народный герой. Дружелюбный гигант принес такой маркетинговый успех компании, что в 1950 г. она была переименована в „Green Giant Co“» [4].

Лео Бернетт старался, чтобы уважение и интерес к людям ощущался во всем, что делало его агенство. Он считал необходимым использование простых народных слов, от которых исходила человечность и гуманность, что делало рекламу привлекательной, а не надоедливой или угрожающей. Примером может стать фраза, использованная на постере рекламы сигарет Winston: «У каждой хорошей сигареты должен быть вкус сигарет Winston». Лео Бернетт был удивительной личностью, поведший за собой людей. «В своей рекламе Лео использовал драматический подход и «мягкие» техники продажи с низким уровнем психологического давления на клиента. Он добивался расположения посредством теплоты, через умение поделиться эмоциями и опытом, и создавал простые, мощные и работающие с подсознанием образы, затрагивающие сердце каждого человека.

Бернетт также известен использованием базисных элементов культуры, и его переработанные мифические и сказочные существа по сей день удачно передают американские ценности. Это видно на примере веселого зеленого гиганта, символа компании «Green Giant», тигра Тони для брэнда «Kellogg's», человечка из теста для «Pillsbury» и ковбоя Мальборо для рекламной кампании сигарет «Marlboro»» [3].

Лео Бернетт был удивительной личностью, поведший за собой людей. Он умер в 1971 году, но его ценности являются той движущей силой рекламы, благодаря которой на сегодняшний день множество компаний носит его имя, следует его идеям и делает отличную рекламу. История Бернетта очень увлекательная и вдохновляющая. Она учит нас быть преданным своим идеям, не бояться рисковать и пробовать.

Литература:

1. Франк Н. Эпоха служит рекламистам. Как реклама воспитывает поколения: американский опыт: [Электронный ресурс] / Франк Надежда. – Режим доступа: https://issuu.com/nadyafrank/docs/the_epoch_serves_to_admen
2. Райхельд Фредерик Ф., Тил Томас. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности: [Электронный ресурс] / Райхельд, Фредерик Ф., Тил Томас. – Режим доступа: <http://www.read.in.ua/book171465/?razdel=18&p=76>
3. Булатов А. Рекламщик с действенным подходом: [Электронный ресурс] / Булатов Алексей. – Режим доступа: <http://www.peoples.ru>
4. Боронтова Р. Лео Бернетт: [Электронный ресурс] / Боронтова Рената – Режим доступа: <http://startwrite.ru>
5. Егина Е. Американская реклама. Выдающиеся рекламисты. Лео Барнетт: [Электронный ресурс] / Егина Елена. – Режим доступа: <http://www.advertiser-school.ru>
6. Калабин Алексей. Лео Бернетт [Электронный ресурс] / Калабин Алексей – Режим доступа: www.leoburnett.com

Циток К.В., 3 курс, спец. «РСМЖ», ХДАДМ

Керівник: ст. викл. каф. українознавства Токар М.І.

ДІЛОВА РИТОРИКА

Мета: визначити термін риторика у широкому та вузькому сенсі, прослідкувати історичне походження науки, знати шляхи застосування в сьогоденні. Ключові слова: риторика, наука, мистецтво мовлення, красномовство, спілкування, правила, ділове спілкування.

Терміни «риторика» (грецьке- *retorike*), «ораторське мистецтво» (лат. *orator* — «говорити»), «красномовство» (укр.) синонімічні.

На багатовіковому історичному шляху розробки риторики прослідковуються декілька підходів до її визначення, як науки про теоретичні закони, красномовства; та як мистецтво мовлення. Загальноприйнятим є визначення риторики як науки про закони підготовки та виголошення промови з метою досягнення бажаного впливу на аудиторію.

Становлення риторики як науки відбулося у Давній Греції у V ст. до н.е. і було пов'язане з потребами демократичного суспільства найвищої культури.

Аналіз матеріалу ми можемо бачити в працях Аристотеля «Риторика», Цицерона «Оратор», «Про оратора», «Брут, чи про знаменитих ораторів» та іншими античними мислителями.

Греки вважали, що головне — переконати слухачів. Проповіді «батьків християнської церкви» Іоанна Златоуста, Августина Аврелія, Фоми Аквінського лягли в основу гомілетики — теорії церковного красномовства. У цей період європейські риторичні ідеї прийшли у Давню Русь. Історія появи на Русі досить розвиненої теорії ораторського мистецтва датується початком

XVII століття (роботи єпископа Макарія, до більш пізнього — твори Стефана Яворського.). Становлення риторики як наукової дисципліни не мислиться без імені М. В. Ломоносова — автора «Короткого посібника до красномовства».

У наш час термін «риторика» вживається у вузькому і широкому значеннях. Риторика (у вузькому значенні) — це позначення філологічної дисципліни, що вивчає теорію красномовства, способи побудови виразної промови у всіх сферах мовної діяльності. Риторика (у широкому значенні) називають неориторикою, вона займається пошуком шляхів практичного застосування цих дисциплін, розробляється на стику мовознавства, теорії літератури, логіки, філософії, етики, естетики, психології.

У теорії сучасного красномовства відроджується давнє первісне ядро — концепт переконання, розглядаються форми і методи впливу засобами усного і письмового мовлення. Мета оновленої риторики — визначення найкращих варіантів (оптимальних алгоритмів) спілкування.

Риторика учила й учити, як здійснювати спілкування, логічно і виразно викладати і розвивати думки, уживати слова, як користатися мовною активністю в особистому житті і суспільній діяльності, як виступати перед аудиторією.

Ділова риторика — це наука і мистецтво переконливої й ефективної промови в різних видах (чи жанрах) ділового спілкування, оволодіння культурою ділової мови і спілкування, вироблення власного стилю службових взаємин, формування іміджу.

Ділове спілкування — це складний багатоплановий процес розвитку контактів між людьми у службовій сфері. Прийнятий порядок і форма поведінки на службі називається діловим етикетом, що містить у собі групи правил — норми та установи. Його основна функція — формування правил, що сприяють взаєморозумінню людей.

Таким чином, мова, уміння спілкуватися, етикет виступають головними «знаряддями» створення іміджу ділової людини, тобто самопрезентації, конструювання свого образу для інших.

Література:

1. Бандурка А. М., Бочарова С. П., Землянская Е. В. Психология управления. — Харьков: Фортуна-Пресс, 1998. — 464 с.
2. Бурлачук Л. Ф., Келесі М. Про критерії розвитку особистості / Вісник Київського університету. — Вип. 2. — К., 1996. — С. 90—93.

Tschapkova Alina — Studentin des zweiten Studienjahres der Fakultät «Design», die Spezialität «das Industrielle Design» der Staatlichen Akademie für Design und Künste Charkiw.

Leiterin — *Skrynnik Natalija Anatoljewna*

INDUSTRIEDESIGN

Anhand von ersten Ideen, Skizzen und Zeichnungen visualisiert der Designer Varianten und Details zum Produkt. Dieser originär kreative Prozess wird auch bei sonst umfangreicher Nutzung des Rechners meist per Hand ausgeführt. Häufig werden die ersten Skizzen eingeschafен, und mittels Bildbearbeitung für weitere Varianten digital weiterbearbeitet.

Das Gestalten von Produkten, das Produktdesign, findet grundsätzlich als Teil der Entwicklung dieser Produkte statt. Der Grad der Designfreiheit, die die Möglichkeit für eine Formfindung eröffnet, ist abhängig von der Art des Produkts. Der Prozess umfasst zu Beginn eine Zieldefinition oder eine Aufgabenstellung. In Abhängigkeit dieser Aufgabenstellung werden Konzepte erarbeitet, Skizzen zur Konstruktion und zur Gestalt angefertigt, erste Entwürfe als Modelle (in Originalgröße oder als Maßstabsmodell) aufgebaut, oder auch häufig nur als virtuelles Modell im Rechner aufgebaut, von denen dann Ansichten berechnet werden.

Die Aufgaben eines Designers zur Gestaltfindung konzentrieren sich bei sehr technischen Produkten auf deren Funktion, so dass diese meist nur einem Ingenieur obliegt. Ebenso kann eine dekorative Vase nur selten ein Betätigungsfeld sein, weil sich diese Aufgabe vorrangig an Künstlerrichtet.

Obwohl der Prozess der Gestaltung in Betracht gezogen werden kreative, finden viele Analyseverfahren auch statt. Viele Industriedesigner verwenden häufig verschiedene Design-Methoden in ihren kreativen Prozess. Einige der Verfahren, die häufig verwendet werden, sind User Research, skizzieren, vergleichende Produktforschung, Modellbau, Prototyping und Testing. Diese Prozesse werden am besten durch die Industrie-Designer und andere Teammitglieder festgelegt. Industriedesigner verwenden häufig 3D-Software, Computer-Aided Industrial Design und CAD-Programmen, um vom Konzept bis zur Produktion zu bewegen. Sie können auch einen Prototyp ersten bauen und dann mit industriellen CT-Scan, um für Innen Defekte zu testen und erzeugen ein CAD-Modell. Daraus wird die Herstellungsverfahren kann modifiziert werden, um das Produkt zu verbessern.

Von Industriedesignern angegebenen Produkteigenschaften können die Gesamtform des Objekts, die Lage von Details mit Bezug zueinander, Farben, Textur, Form und Aspekte, die den Einsatz des Produktes enthalten. Zusätzlich können sie Aspekte der Produktion, Materialwahl und die Art und Weise als Produkt für den Verbraucher am Point of Sale präsentieren. Die Einbeziehung von Industrie-Designer in einem Produktentwicklungsprozess kann einen Mehrwert durch Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit, Senkung der Produktionskosten und die Entwicklung attraktiver Produkte führen.

Industrie-Design kann auch auf technische Konzepte, Produkte und Prozesse konzentrieren. Neben der Ästhetik, Benutzerfreundlichkeit und Ergonomie, kann man auch zu umfassen Engineering, Nützlichkeit, Marktplatzierung und andere Anliegen wie Psychologie, Begierde und der emotionale Bindung des Benutzers.

Industriedesign Rechte sind Rechte an geistigem Eigentum, die exklusiv die visuelle Gestaltung von Objekten, die nicht rein utilitaristischen sind, machen. Ein Geschmacksmuster auch unter diese Kategorie berücksichtigt werden. Ein Industrie-Design besteht aus der Schaffung einer Form, Konfiguration oder Zusammensetzung der Muster oder die Farbe, oder eine Kombination von Muster und Farbe in dreidimensionaler Form enthält ästhetischen Wert. Ein Geschmacksmuster kann ein zwei- oder dreidimensionales Muster, ein Produkt, industrielle Ware aussehen.

Designerarbeit hat viele Schwierigkeiten , aber trotzdem ist sie sehr wichtig in der heutigen Gesellschaft. Kunst-technische Tätigkeiten schafft günstige Bedingungen für das menschliche Leben.

Чеботарева А.Ю., 3 курса, спец. РСМЖ

Руководитель: канд. искусств. доц Шулика В.В.

ИКОНА «РОЖДЕСТВО ПРЕСВЯТОЙ БОГОРОДИЦЫ»: ИКОНОГРАФИЯ ПРАЗДНИКА, ВОПРОСЫ АТРИБУЦИИ

Постановка проблемы. В сентябре 2015 года, на каф. РСМЖ ХГАДИ из частной коллекции для проведения реставрационных работ была передана икона «Рождество Пресвятой Богородицы».

Целью статьи является анализ иконографии «Рождества Пресвятой Богородицы» и рассмотрение вопросов атрибуции памятника.

Обзор публикаций. Источником, из которого почерпнуты сведения о Рождестве Богородицы является апокрифическая повесть, которая так и называется «Повесть о рождении Девы Марии», но больше известна под названием «Протоевангелие» [3]. Автором ее считается Иаков, сын от первого брака Иосифа, обручника Марии. Согласно данному рассказу, у благочестивой семейной пары из Иерусалима — Иоакима и Анны — долгое время не было детей. Когда Иоаким пришёл в храм принести Богу жертву, первосвященник ему отказал, так как он «не создал потомства Израилю» [3]. Тогда Иоаким в скорби удалился в пустыню для молитвы, а его жена осталась дома в одиночестве и тоже молилась. В это время им обоим было видение ангела, возвестившего, что «Господь внял молитве твоей, ты зачнёшь и родишь, и о потомстве твоём будут говорить во всём мире» [3].

После этого Анна зачала. Как сказано в «Протоевангелии», «прошли положенные ей месяцы, и Анна в девятый месяц родила» [3]. Супруги дали обет посвятить своего ребёнка Богу и, как было тогда в обычае, отдать его в Иерусалимский храм для служения до совершеннолетия.

Балашихинский Николай в статье «Из истории иконографии праздника Рождества Пресвятой Богородицы»[1] пишет, что древние иконы и фрески, изображающие событие Рождества Пресвятой Богородицы, относятся к X-XI вв., что не исключает возможности существования этого иконографического сюжета и в более раннее время. В качестве примера можно привести роспись грузинского храма VII века в Атени, посвященного Богородице. Сохранившаяся стенопись XI в., по всей вероятности, является поновлением более древней монументальной живописи, возможно, доиконоборческого периода.

В числе древнейших сохранившихся изображений праздника Рождества Богородицы можно назвать русские фрески в апсиде Киевского Софийского собора (первая половина XI века) и в Преображенском соборе Мирожского монастыря (XII век), а также широко известную сербскую композицию в церкви Иоакима и Анны монастыря Студеница (1304 г.).

Исследование иконографии двенадцатых праздников было начато во второй половине XIX в. в трудах Н.Покровского [6], Н. Кондакова [5] и др. После 1991 г. возрождается научный интерес к иконографии церковного искусства. Так в монографии Ю. Г. Боброва «Основы иконографии древнерусской живописи»[4] описывается классическая византийская иконографическая схема Рождества Богородицы: в центре изображается полулежащая фигура Анны на ложе; Анна одета в красные одежды. Перед ней изображают

служанок с дарами в руках. Дева, подносящая дары, присутствует уже на одном из самых ранних памятников — миниатюре из Минология Василия II (979-989 гг). Количество служанок увеличивается от трех в XI–XIII веках до пяти-шести в более позднее время. В нижней части композиции помещается сцена купания младенца Марии. С XIV века этот краткий извод обогащается изображением Иоакима, который в ожидании сидит в стороне от Анны. В XV–XVI веках Иоаким представлен молящимся, иногда этот мотив становится отдельной композицией – «Моление Иоакима». В пандан ему, с другой стороны от возлежащей Анны, часто помещают «Моление Анны».

А. Салтыков [8] в статье – «Развернутая история Рождества Пресвятой Богородицы» утверждает, что события, предшествующие Рождеству Богородицы нередко изображаются на клеймах икон этого праздника или на фресках в рамках иконографического цикла, посвященного данному событию. Их содержание следует дословно событиям, описанным в древнем предании: праведный Иоаким приносит свою жертву в Иерусалимский храм; первосвященник отказывается принять жертву у безчадного как имеющего тайные грехи; плач Иоакима в пустыне; плач Анны в саду; моление Иоакима; моление Анны; благовестие Иоакиму и благовестие Анне; встреча супругов у Золотых ворот Иерусалимского храма; беседа Иоакима и Анны; собственно Рождество Богородицы; ласкание Девы Марии (Иоаким и Анна сидят рядом, прижививая Новорожденную).

Иконы более позднего времени содержат много подробностей, рисующих живую обстановку дома праведных Иоакима и Анны. На них появляются изображения стола с принесенными дарами и угощениями, водоема, птиц. Введение этих деталей, подчеркивающих земной, человеческий строй всего изображения, несомненно, имеет глубокий смысл. Авторы иконографического сюжета преследовали цель сделать простых зрителей участниками радостного события, которое не только некогда освятило дом праведников, но и озарило всю вселенную

Российская исследовательница Н.А Барская в своей книге «Сюжеты и образы древнерусской живописи» [2] отмечает смену акцентов, которая со временем происходит в теме принесения даров. Изначально они, очевидно, понимаются как традиционное подношение роженице по случаю радостного события. В ранних произведениях девы держат все подарки в руках. С XIII века в композиции появляется пустой стол, который исполняет, как и архитектурные детали, роль декорации, указывающей на то, что действие происходит внутри дома, в интерьере.

В более поздних произведениях стол передвигается к ложу Анны и часть даров может размещаться на нем. Затем на этом столе принесенные угощения сервируются как полноценная трапеза, за которой праведной Анне прислуживают девы. На столе можно видеть тарелки, кубки, столовые приборы, например, ножи. И, в конце концов, за стол художник «усаживает» Иоакима и сцена приобретает определенный бытовой, повседневный характер.

Епископ Балашихинский Николай в статье «Из истории иконографии праздника Рождества Пресвятой Богородицы» [1] пишет, что одна из идей рассматриваемой иконографии — рождение ребенка — располагает к изо-

бражению бытовых подробностей. Например, служанка перед тем, как омыть Младенца Марию, проверяет рукой температуру воды, как это делают и современные женщины.

Анализ публикаций показал, что данная иконография Рождества Пресвятой Богородицы памятников XIX в. мало исследована.

Результаты работы. Данная икона написана на липовой доске с врезными шпонками, на основу наклеена паволока, по левкасу положено серебро, на полимент и затонировано в цвет золота. Письмо упрощенное, имеет декоративный характер. Одежды святых написаны локально с графичной разделкой складок. Варьируются различные оттенки красного, синего и зеленого цветов. Колорит живописи теплый красновато-золотистого оттенка. Лики святых имперсональны, округлые с прямым носом, округлым подбородком. Присутствует контраст темного санкиря и светлого охрение.

В среднике иконы, выделенном красной рамкой, на фоне архитектурного пейзажа представлена сцена Рождества Богородицы. На высоком прямоугольном ложе, сильно приподнятом в верхней части изображена праведная Анна.

К ложу Анны подходит дева, принеся блюда с угощением, различные чаши и сосуды; Иоакима изображают сидящим недалеко от ложа Анны. Стол, который выполняет, как и архитектурные детали, роль декорации, указывает на то, что действие происходит внутри дома[2]. Сцена приобретает бытовой, повседневный характер.

Икона имеет ряд существенных иконографических особенностей. В первую очередь, это четкое деление композиции по вертикали на три равные части. В каждом регистре изображено по три сцены: в центральном — «Рождество», «Принесение даров» и «Омовение», в левом — «Благовестие Иоакиму», «Встреча Иоакима и Анны у Золотых ворот»; в правом — «Благовестие Анне», а так же сцена «Ласкание»: дитя Мария изображается на руках у своих родителей.

Изображения дев и служанок в данной иконе отличаются разнообразием. Наблюдается чрезвычайное внимание к деталям, часто второ- и третьестепенным. Например, служанка перед тем, как омыть Младенца Марию, проверяет рукой температуру воды.

На рассматриваемой иконе Рождество Пресвятой Богородицы представлен расширенный вариант иконографии с многочисленными сценами из Протоевангелия. Такой тип иконографии получил широкое распространение со второй половины XVI века.

Для проведения атрибуции памятника была проделана работа с аналогами иконы. Наиболее близкими оказались иконы мстерских мастеров.

Слобода Мстёра была вторым по значению иконописным центром Владимирской губернии, на ее искусство заметное влияние оказали старообрядцы, составлявшие существенную долю ее населения. Об иконописании в Мстёре известно с 1710–1720-х годов, однако свой собственный стиль здесь сформировался только в XIX столетии. К рубежу XIX–XX веков мстёрские иконописцы вышли на лидирующие позиции, обойдя в своем мастерстве начавшее угасать искусство Палеха.

В иконописи Мстёры преобладают в основном охристые, зеленовато-оливковые и холодные (белые, голубые, бирюзовые и розоватые) цвета; встречаются и их всевозможные комбинации. Но самой популярной всегда оставалась гамма, построенная на сочетании нежных пастельных тонов в общем колористическом ключе холодного оттенка, который усиливался мерцанием творёного и сусального золота. Оливковый цвет доминировал в произведениях более архаичного типа и в основном в сочетании с пятнами холодного оттенка. На сопоставлениях с партиями холодных тонов строился также цветовой строй произведений, где преобладала охристая гамма полей. В технике письма мастера Мстёры были наиболее последовательными продолжателями старых традиций. Они сознательно старались придерживаться основного алгоритма приёмов, характерных для московского иконописания «классического» периода, то есть XV — начала XVII в. Однако, при моделировке карнации мстёрские иконописцы нередко склонялись к тактичной проработке пластики формы. При этом они научились достигать гармонии в личном письме между «живоподобной» фрязью» и древней дониконово́й системой изображения. Чаще всего в трактовке ликов преобладают сильно разбелённые плави, исполненные по санкирю коричневого оттенка, моделировка завершается, как и следует, тончайшей подрумянкой.

Передача одеяний и всевозможных драпировок обстановки сцен в работах иконников Мстёры всегда более архаична по отношению к личному письму. Главная роль здесь отводится технологически усложнённой работе с золотом. Мстёрской иконописи в целом свойственна более уплотнённая золотопробельная моделировка, напоминающая широкие мазки, заполняющие большую часть формы. Помимо позолоты в произведениях мастеров этого центра играла существенную роль и работа с серебром. Разнообразие художественных эффектов достигалось использованием золотой инакопи разных тонов — холодного и тёплого.

Элементы опосредованных стилистических заимствований наиболее ощутимы в изображении архитектуры. Здесь мстёрские мастера не стремились выходить за рамки легко узнаваемых древних типов, свойственных главным образом древнерусскому искусству второй половины XVI — начала XVII в. Декорировка фасадов зданий своеобразными растительными мотивами, несколько более усложнёнными в рисунке по отношению к древним прототипам, стала легко узнаваемой характеристикой мстёрского иконного стиля.

Так, в рассматриваемой иконе Рождество Пресвятой Богородицы присутствуют следующие характерные особенности мстерской иконописи: в трактовке ликов преобладают разбелённые плави, одежды святых написаны локально с графичной разделкой складок. Фон представляет собой сусальное серебро затонированное в цвет золота, присутствует растительный орнамент на полях иконы, фасады зданий декорированы своеобразными растительными мотивами, в живописи варьируются различные оттенки красного, синего и зеленого цветов.

Выводы:

1. Литературный обзор показал, что иконография данного праздника в памятниках XIX века не привлекала внимание учёных и практически не была исследована, в отличие от более ранних образцов.

2. С XV-XVI в. происходит эволюция иконографической схемы: усложняется композиция праздника. Классическая византийская иконографическая схема в центре с полужающей фигурой Анны и предстоящей перед ней служанкой с дарами в руках дополняться сценами из жизнеописания праведных Иоакима и Анны.

3. На рассматриваемой иконе Рождество Пресвятой Богородицы представлен расширенный вариант иконографии с многочисленными сценами из Протоевангелия. Такой тип иконографии получил широкое распространение со второй половины XVI века.

4. Проведя работу с аналогами, было выявлено, что наиболее близкими по стилю оказались иконы мстерский мастеров. Это позволило сделать вывод, о принадлежности иконы Рождество Пресвятой Богородицы к мстерским мастерским.

5. О времени написания произведения свидетельствует сходство данной иконы с иконами подобного иконографического типа, которые были атрибутированы второй половиной XIX в.

Литература:

1. Балашихинский Н. Из истории иконографии праздника Рождества Пресвятой Богородицы / Н.Н. Балашихинский. – М.: Русский Раритет, 2014. – С.4-7
2. Барская Н. Сюжеты и образы древнерусской живописи /Н.А. Барская. – М.: Просвещение, 1993. – С. 44-49
3. Протоевангелие Иакова //Свенцицкая, И. Апокрифы древних христиан: Исследование /И.С.Свенцицкая, М.К.Трофимова. – М.: Мысль, 1989. – 336 с.
4. Бобров Ю. Основы иконографии древнерусской живописи / Ю.Г. Бобров. – СПб.: Мифрил, 1995. – С.53-58
5. Кондаков Н. Современное положение русской народной иконописи // Памятники древнерусской письменности и искусства / Н.П. Кондаков. – М.: Паломник, 1901. – 224с.
6. Покровский, Н. Евангелие в памятниках иконографии / Н.В. Покровский. -М.: Прогресс-Традиция, 2001. – 567с.
7. Салтыков А. Иконоведение [электронный ресурс]/ Портал Мераг.ru —электронные данные 24.04.2016.- Режим доступа <http://www.merag.ru/library/vedomosti/87/2050/>. свободный. Зогол. с экрана. – Язык русский (из Интернета)
8. Скабалланович, М. Рождество Пресвятой Богородицы /М.Н. Скабалланович. – К.: Пролог, 2004. — 152с.
9. Тарасов О. Икона и благочестие: Очерки иконного дела в императорской России /О.Ю.Тарасов. – М.: Прогресс, Традиция, 1995. – 495с.
10. Тренев Д. К. Иконопись мстерцев. – М.: [Б.И.], 1903. – 26с.

Чеботарьова А.Ю., 3 курс, спец. «РСМЖ»

Керівник: ст. викл. каф. українознавства Токар М. І.

МИСТЕЦТВО ГОВОРИТИ ПЕРЕД ШИРОКИМ ЗАГАЛОМ

Все наше життя пов'язане із спілкуванням і сильно залежить від нього.

Від уміння говорити нерідко залежить успіх, авторитет, кар'єра. Для того, щоб навчитися добре, змістовно говорити, необхідно збагачувати свої знання й досвід, удосконалювати професійну освіту, усебічно розвиватися. Уміння говорити завжди розвивається одночасно з розширенням культурного та професійного світогляду.

Сутність красномовства полягає в умінні та здібностях правильно вміло говорити за змістом і майстерно за формою.

Про що б не йшла мова, треба вміти говорити, зробити все належне, щоб інша сторона вас зрозуміла. Дуже важливе значення має техніка мовлення. Дикція — чітка вимова звуків, складів слів, відповідно до фонетичних норм мови. Гарна дикція виявляється в тому, щоб кожне слово було чути, щоб воно чисто і чітко звучало. Не можна «ковтати» окремі слова чи звуки, закінчення фраз — це заважає зрозуміти зміст висловленого.

Велике значення має інтонаційне багатство мови: тональне забарвлення, відтінки емоцій. Запам'ятаємо, що навіть добре написаний текст не завжди добре «лягає» на звучання. Коли озвучити текст, виявиться, що окремі слова є зайвими, інші — одноманітними.

Варто дотримуватися пауз. Паузи, на думку К. Станіславського, поділяють думку, що викладається, на складові частини. Необхідно віднайти потрібні паузи й наголоси в тексті. Тоді текст зазвучить по-особливому.

Для того щоб почати майстерно говорити перед широким загалом потрібно насамперед почати з себе, зі свого внутрішнього «я». Коли людина знаходиться у гармонії з самим собою і знає елементарні правила поведінки в різних ситуаціях, тоді її почнуть слухати. Ставлення людей до вас ніби відзеркалює ваше ставлення до них.

А щоб ваше повідомлення було сприйнято правильно, необхідно:

- добре знати тематику зустрічі;
- спланувати своє повідомлення;
- використовувати факти (не заощаджуйте час на інформації, пам'ятайте, що «Розумні люди говорять тому, що мають що сказати, дурні - тому, що їм хочеться щось сказати») (Платон);
- докладіть зусиль, що щоб сподобатися слухачам і завоювати їхню прихильність — посміхайтесь! («Той, у кого нелюб'язне обличчя, не повинен відкривати крамницю») (Прислів'я);
- слідкувати за своєю мовою;
- не говорити голосно, бо подумують, що ви нав'язуєте свою думку;
- не говорити занадто тихо, партнери постійно будуть вас перепитувати;
- говорити не поспішаючи.

Соціальна активність передбачає, зокрема, організацію зборів та зустрічей, які без організатора не відбулися б.

Цікава розповідь має такі особливості:

- тема повинна бути цікавою і щоразу новою;
- початок розповіді має привернути увагу слухачів;
- розповідь повинна бути стислою, невимушеною і зрозумілою;
- думки логічно впорядковані.

Кожен спеціаліст повинен оволодівати мистецтвом публічного виступу хоча б його основами, тому що в процесі роботи доведеться виголошувати перед співпрацівниками лекції, промови чи доповіді, робити повідомлення.

Література:

1. Сагач Г. Риторика. — К: Ін юре. — 2000.

Чеботарьова А.Ю., 3 курс, спец. РСМЖ
*Керівник: ст. викл.каф. РСМЖ Заїкіна Н.Є.,
 консультант з іноз. мови Говорун А.В.*

THE ICON “NATIVITY OF THE VIRGIN” RESTORATION TREATMENT

The subject of this article is the restoration of a 19-th century icon “Nativity of the Virgin”. The size 32x35mm, wood and egg tempera. Conceivably, the icon belongs to Mstera’s center of icon painting. The panel of the icon consisted of two parts. The back side of the icon was found in quite a good state. But the front side of the icon was in completely different state. First of all, the loss of connection between the wooden panel and the ground was tested. Afterwards, the broken connection between the layers of paint and the ground was found. The situation was complicated by the fact that in the upper left corner the ground and paint layer were absent at all. The net of craquelure covered the whole surface of the icon. Besides, the most difficult problem to solve was degradation of the varnish layer with discolouration and a loss of transparency in the binder. It is likely that the elevated temperatures, high humidity, and levels of UV had all contributed significantly to the polymerisation of the varnish layer, which eventually became discoloured.

A yellow chemical by-product, activated in the original varnish by UV light in the environment gradually resulted in discolouration. The degree of discolouration varies, depending on the type of varnish, on the fact how thickly it was applied, and the amount of UV light exposure the painting endured over its lifespan. The purpose of removing discoloured varnish is to reveal the artist’s originally intended color scheme.

Mixtures of various organic solvents are usually used for removing the old varnish without affecting the original paint layers underneath. In each painting, the solubility of the old varnish and the original paint layers is unique, but sometimes it is very similar in their chemical composition, raising the risk that removing the varnish might lead to removing the artist’s paint strokes. Therefore, a mixture must be customized for each treatment to target only the varnish layer and not affect the artist’s paint layer.

Before and after conservation treatment the object was photo-documented by digital media. The painting was also examined to determine its character and condition.

Method: regular, raking and ultraviolet lighting. Revealed: the presence of a thin varnish layer under UV light was identified.

That is why it was decided to apply the following conservational treatments.

Areas of unstable paint or paint/ground layers were consolidated to improve the adhesion to the support, and prevent further cleavage, lifting or paint loss. Excess consolidant was removed using the consolidant’s primary solvent. Material: 5% Isinglass (sturgeon glue) in water. Method: a warm glue applied by brush on the painting and heated through a wet soft tissue.

Cleaning is a valuable guide to the condition of both varnish layer and the paint surface. Paint or varnish surfaces are frequently covered by the substance that can only be described as grime — a combination of dust, insect faeces, and

tarry or oily deposits. This may often be easily removed by gentle rubbing or rolling with a moist cotton bud. In some cases, using a dilute aqueous solution of ammonia is more effective, sometimes with the addition of a mild surfactant or detergent.

Cleaning the varnish layer was found the hardest restoration process in terms of this work.

Cleaning is a two — part process, consisting of surface cleaning and removing discolored varnish.

The aim was not to remove all the varnish totally, but to make it thinner until we reach that layer without any damage that enabled us to recover the lost balanced color. That is, saving the varnish respecting the track of time is an already achieved historical value. Before the painting was cleaned, the solubility tests had been performed to check the sensitivity of the original colors to the solvents that could be used for dissolving the varnish. These are standard operating procedures for painting conservation. The painting was cleaned on the recto and verso with the use of a soft brush and suction to remove abrasive dust, dirt and debris. This procedure resulted in improved appearance and long-term preservation.

The solvents were selected before solvent cleaning, the degree of wet compress (rich, medium, semi-dry), the duration of action of a solvent and a method for removing the softened film were determined.

Removing of varnish layer is usually conducted in two stages: the first one is softening the varnish layer, the second — is thinning.

Aiming to soft the lacquer we used a liquid composition with oil of lavender and turpentine. The solvent was applied with a cotton bud. It was decided to use compress at the different parts of the painting, where the lacquer layer softening wasn't successful. For this purpose rectangular pieces of bike 3x2 cm in size and a bit larger were used. They were moistened with the relevant solvent and afterwards applied to the desired area of the object. To prevent evaporation of the solvent the pieces of material were covered with a polyethylene film and pressed with the help of sandbags. The duration of compresses' exposition was determined (2-3min). In a process of removing the protective film a restorer must take into account the peculiarities of its connection with the paint layer. White lead, carbon black, copper acetic green, blue and several other pigments demand different terms of exposition. At the same time we should also take into consideration that the connection of varnish film with red vermilion, yellow ocher is fragile. Therefore, in different parts of the painting we had to lengthen or shorten the time of solvent exposure or vary the weaker and stronger solvents. The remains of softened varnish in deep small cavities were additionally removed with the use of very tiny swabs of cotton wool.

Paint and image losses were infilled using a piece of material that was sculpted and shaped to emulate the painting's texture and provide a surface for inpainting those losses. The losses at the cracks, at the edges of the work, and the holes that had appeared due to removal of the crowns, were filled. Material: restoration ground .

Areas of paint loss or image loss were inpainted using a #1 sable brush and appropriate conservation inpainting media. The media (paint) was chosen for its appearance, sheen, its reversibility (removability from the artist's paint) and the char-

acter of its solvents in relation to solubility of the paint and any varnish layer. The inpainting resulted in full integration of the paint losses so that the artist's image was revealed without the distraction of image losses. First the areas of gold were toned with red gouache and then covered by "Shell Gold" (pure gold powder in gum Arabic) with water, besides, water-colour was used for inpainting the paint layer.

Afterwards, the painting was varnished in order to saturate the colours and protect the image from dirt and contaminants. The surface coating was chosen according to its appearance, its safe removability in the future, and most importantly, its stability and ability to retain clarity over time. Material: 20% dammara varnish. This varnish was thinly applied in a proportion for neither to be too gloss or too dull.

Conclusion. In the conservation treatment, regaining the original appearance of the icon (as much as possible) and its preservation in the future was the goal. The paint layer was cleaned of any dirt, the old varnish layer was thinned. The chips, tack holes due to the removal of the crowns, and other areas of paint loss were infilled and inpainted, the lost media, unstable paint losses and flakes were consolidated and stabilized to the surface. Thus, all paint media is now sound. The missing parts of imagination at the top corners were completely built up according to the image of the original icon. All retouching was held as sympathetically as possible within the actual losses and didn't cover any other part of the artist's work.

Чобітько О. М., магістр

ХНПУ імені Г. С. Сковороди

Наук. керівник: канд. мист. Т. В. Паньок

ОКРЕМІ НОТАТКИ ДО ЖИВОПИСУ ДОБИ ВІДРОДЖЕННЯ

Для більшості композицій часів кватроченто було характерним пластично-архітектонічне відображення світу, що залучало глядача до процесу організації простору за допомогою архітектурних куліс, кам'яного орнаменту підлоги, трьохмірним зображенням глибини, що підпорядкована чітким законам перспективи тощо. Заповнення композиційного простору різноманітними речами налаштовувало глядача на філософсько-споглядальний настрій. Цей живопис заворожував глядачів своїми найтоншими світлотіньовими і кольоровими оптичними ілюзіями, художньою майстерністю, структурністю, співучасті у процесі творення «моделі світу».

З часом, як одне з досягнень живопису Відродження, відмічається новий рівень єдності усіх образотворчих засобів.

Ілюзорна природа живопису більш не долається за допомогою архітектонічних прийомів, а відверто виявляє себе як «ілюзія», як «видимість» (обман зору) або «бачення» (надприродна реальність духовного порядку). Рух фігур втрачає властиву їм уривчастість, напруженість, лінії стають більш плавними, колірні контрасти — стриманими, перспектива перестає бути математично абстрагованою і розчиняється у самотійному житті повного світла і повітря простору. Природні рельєфи майже губляться в світлі різноманітних поверхонь.

За твердженням Лодовико Дольче, ідеалом епохи була гранична повнота, як у відтворенні зовнішнього світу, так і в самоствердженні художника-творця, що прагне досягнути досконали красу, передати її багатоманітність у одному образі і тим перевершити Природу [1].

Пряме втілення ідеалу, що так було характерно для художнього мислення Відродження, тепер приймає іншу форму: акцент переноситься з моделювання процесу творчості на набуття найвищого творчого результату.

Вже за часів високого та пізнього Відродження «незакінченість» відтворення форми переходить у особливу історико-художню проблему: як наприклад у творчості Мікеланджело або пізнього Тиціана. Процес формування форми переходить в статику нерухомого. Підкоряючись цій інтенції, майстри Високого Відродження, особливо до 1510 р. уникають моментів активної зовнішньої динаміки образу: переважає не дія, а стан. Позиція глядача по відношенню до «закритого» в собі образу також істотно змінюється. Спільна творчість, конструювання, розуміння співпричетності до створення картинного простору вже неможливе. Між картиною, як особливими світом, з одного боку, і світом глядача виникає відчуження. Воно збуджує загострене переживання людиною кордонів власного Я, своєї суб'єктивності, і тим самим одночасно провокує прагнення подолати дистанцію між ним і зображувальним об'єктом. І цей здійснений на новій основі спосіб сприйняття тепер набуває характеру «умоглядного» зв'язку різних світів. Цей «діалог» між споглядальним і самим об'єктом споглядання може бути тільки містичним. При цьому містичний елемент присутній тут як інтимна безпосередність і цілісність духовного дотику, злиття з цією реальністю. У цьому полягала специфіка Відродження, його своєрідного синтезу Середньовіччя і античності, що проявляється в душевному підйомі, орієнтованому на земне, але з'єднує в собі реальне і ідеальне, людське і божественне разом.

Одже до кінця XVI століття в італійському живописі залишається певна перешкода на шляху злиття образного світу картини з суб'єктивним сприйняттям глядача. Ця перешкода полягала в орієнтації ренесансного мистецтва на пряме втілення ідеалу. Технічні умови по досягненню суб'єктивного бачення, інструментальне рішення цієї проблеми, були в основному знайдені, залишалось змінити ідеологію — переглянути базисні принципи ставлення до мистецтва і заново сформулювати його мети.

Література:

1. Дольче Л. Диалог о живописи, называнный Аретино // Лодовико Дольче Эстетика Ренессанса: Антология, авт. предисл. В. Дажина. – М., 1981. –Т. 2. – С. 459–483.

Шаполов Р.В., 3 курс, спец. «Графіка», ХДАДМ

Наук.керівник: ст. викладач кафедри українознавства Токар М.І.

ВЗАЄМНЕ КОХАННЯ В СВІТОВІЙ МІФОЛОГІЇ

Чи завжди взаємне кохання є передумовою щасливої долі? Розглянемо це питання на прикладі світової міфології. Найдавніші міфи оповідають про вічне кохання, її безкінечність. Якщо вона вічна, то, безумовно, щаслива. Нещасне

кохання триває короткий проміжок часу і, найголовніше, вона не взаємна.

Людина може кохати тільки одного по-справжньому, як, наприклад, в китайському міфі про Юе Лао, де бог кохання Юе має червоні ниті, кінцями яких зв'язує закоханих, майбутнє подружжя. Розрізати ниті неможливо – доля більше не подарить інше кохання. Тобто долею дано кохати тільки доленосного, іншого шляху нема. Вона буде нещасна та невзаємна. Такої формули придержуються майже всі твори. Але для сюжету по цій схемі не вистачає інтриги, бо тоді твори будуть схожі і нецікаві. Тоді письменник розробляє свою ідею, дуже різну, але в кінці приходиться питання: буде вона щаслива чи в горі помруть?

Наприклад, у давньоєгипетському міфі про закоханих наречених Осирис й Ізиди коварний Сет (брат Осириса, тайно закоханий в Ізиду) вбиває Осириса, наречена здолає багато перешкод, щоб повернути коханого. Воно поборолло труднощі, формула діє, бо так визначено долею, бути разом. Чи давньогрецька легенда про Афродіту і Адонісе, де також втрачає коханого, але немає волі щось зробити. Боги, убачивши такі великі почуття, зжалились: на півроки повертався Адоніс до Афродіти з царства мертвих.

Тему вічної та безсмертної любові продовжує загадковий міф Індії про Пуруравас і Урваши, де безсмертна жінка не уявляла життя без коханого, вблагавши йому дарувати вічне життя. Боги так само були милосердні.

Але трапляється і таке, майстер робить сумний кінець. І цей шлях нібито з'єднує спільна радість чи печаль. Міф про Яма і Ямі – історія першої жінки на землі, яка губить чоловіка. Скорбота її була така безгранична але він лишився у серці назавжди. Чи міф про створення світу, в якому говориться, що Ізданаки розлучився з Ізданамі у світі мертвих, але ж червона нить їх тримала.

Таку теорію вигадали мислителі давнини, і ми побачили це в міфах. Все ж таки питання залишилося відкритим: чи завжди взаємне кохання є передмовою щасливої долі? І я відповім – так. Безумовно кожна людина відчуває це по-різному, але для закоханих бути разом – це і є щастя. Неважливо – чи живими чи мертвими. Кохання – це духовний стан, що не є кінцем, але є початок.

Інтернет-джерела:

1. Сенсом Дж . Б. Японія : коротка історія культури [Електронний ресурс]/ Сенсом Дж — Режим доступу: <http://www.klex.ru/jr>
2. Токарев С.А. Мифы народов мира. Энциклопедия [Електронний ресурс] /Токарев С.А.- Режим доступу: <http://www.klex.ru/jr>
3. Грейвс Р. Міфи Давньої Греції [Електронний ресурс]/ Грейвс Р.- Режим доступу: <http://www.klex.ru/jr>
4. Ке Юань. Мифы Древнего Китая. [Електронний ресурс]/ Ке Юань.- Режим доступу: <http://www.klex.ru/jr>
5. Мачінцев Г. Міфи і казки Стародавнього Єгипту [Електронний ресурс]/ Мачінцев Г. .- Режим доступу: <http://www.klex.ru/jr>

Швейкіна В.А., 3 курс, спец. «ПД», ХДАДМ
Керівник: викладач Шауліс К.К.

ГОТИКА В УКРАЇНСЬКІЙ АРХІТЕКТУРІ

З давніх часів територія України ставала місцем зустрічі багатьох різноманітних культур. Історичні моменти, без сумніву, знайшли своє відображення в українській архітектурі. Україна, протягом свого розвитку, безумовно, пройшла усі ті стилеві етапи, що й інші країни Європи.

Кінець XIV – перша половина XV століття – дуже цікавий період у розвитку української архітектури. На західних землях, які менше за інші постраждали від татаро – монгол, розвиваються міста, ремесла, торгівля, мистецтво. Також посилюються економічні й культурні взаємини із Заходом, особливо з країнами центральної Європи. До України приїздить багато європейців, зокрема німців, які привносять в українське мистецтво нові стилеві форми. На той час у Європі панувала готика. Однією з головних особливостей було кам'яно-цегляне будівництво.

Одним з найбільш розповсюджених елементів готичної архітектури є ступінчастий (три уступи) контрфорс. На рівні нижнього уступу проходить поземний карниз, що обіймає не тільки площини контрфорсів, а й усіх фасадів будівлі в цілому. Він позначає початок високих, стрілчасто завершених віконних отворів. Такий тип вітарної частини називають капличним хором. Його появу слід пов'язувати з побудованою в 1243-1248 роках Людовіком IX у Парижі капелою Сен-Шапель. Серед культових споруд переважали католицькі костели. Вирішальну роль у формуванні нового стилю відіграв Львівський кафедральний костел. Він був закладений в середині XIV століття. Пресбітеріум об'єднує три прямокутні травеї, орієнтовані в поперечному напрямку, та одну п'ятикутну. Кожній з них відповідає окреме прясло склепіння. На час заснування Львівського кафедрального костелу «капличний хор» був найпоширеніший у Чехії. Україну сполучав із Чехією торговельний шлях від Праги, через Польщу, до Львова. Тому імпульси чеської архітектури могли зазнавати якихось коректур на теренах Малопольщі, через які пролягав шлях.

З часом стиль став видозмінюватись відповідно до місцевих уподобань, що стає помітним вже у вітарі костелу в Рогатині (середина XV ст.). У плані тут скорочено кількість травей до трьох (у т.ч. одна гранчаста), знижено загальну височину споруди [1].

Одним з найбільш поширених у Чехії типів був тип чотириопорної зали. На територію Західної України він дістався через Малопольщу. Чотириопорні зали поширилися на теренах України. Каталізатором такої об'ємної композиції став збудований Карлом IV костел Діви Марії в Нюрнберзі. В українській архітектурі це кафедральний костел у Кам'янці-Подільському, францисканський костел у Львові та Коросні, парафіяльний костел у Самборі [2,3]. Другим, але значно менш поширеним типом є зальний розріз із шістьма опорами. Найяскравіший зразок такого корпусу — костел у Рогатині.

Важливою ознакою архітектури цього періоду є сполучення витягнутого «капличного хору» з компактним об'ємом нав. План цього останнього створюється, як правило, на основі квадрата, або фігур, подібних до нього.

Таким чином, ми бачимо, що готичний архітектурний стиль зародився в Європі і вже звідти прийшов до України. Вплив архітектурних особливостей інших країн дуже помітний, це можна прослідкувати на прикладі кафедрального костелу у Кам'янці-Подільському, Латинського кафедрального костелу у Львові, Миколаївського костелу у Вижнях тощо. Найпомітніші архітектурні особливості Чехії та Польщі, які були використані у будівництві костелів у таких українських містах як Львів, Рогатин, Коростень, Кам'янець-Подільський та інших.

Интернет-джерела:

1. <http://ua.textreferat.com/referat-2005-2.html>
2. <http://refsmarket.com.ua/viewfree.php?diplomID=11569&pageid=3>
3. http://allref.com.ua/uk/skachaty/Gotichniy Stil_v_arhitekturi_Zahidnoyi_%D0%84vropi

Швец Л., 4 курс, спец. «Графический дизайн», ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н.Ф.

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГРАФИКИ В УКРАИНСКОЙ АЗБУКЕ Г. НАРБУТА

Школьный товарищ художника Ф. Эрнст писал: «Он был украинцем, не только по крови, языку, убеждениям, украинской стихией насыщены и все его произведения, и формальный источник его гения бьёт неизменно из родного чернозёма Черниговщины» [1].

Весь 1917 год Нарбут работал над созданием рисунков для украинской азбуки. В ней художник достиг предельной простоты и вместе с тем изысканности композиции, рисунка и цвета. В решении букв азбуки он объединил достижения как украинской рукописной и печатной книги, так и достижения западноевропейских мастеров шрифта. В оригиналах сохранилось 15 листов азбуки. Все они выполнены пером, чёрной тушью, со всех были сделаны пробные оттиски. Работу над «Азбукой» художник не завершил, создав композиции для букв «А», «Б», «В», «Г», «З», «І» («И»), «К», «Л», «М», «Н», «О», «С», «Ф» и «Ч», но и то, что успел сделать, было несомненным шедевром. Обложка «Азбуки» впечатляет композицией, полной внутреннего движения. Фигура, размахивающая саблей, разлапистые ели, на фоне которых рассыпаются огненные брызги ракет. Не исключается, что есть в этой композиции непроизвольно художником внесенный подтекст, содержащий намек на современность: все борется, шатается, движется, — куда и зачем, по чьей воле, злой или доброй, — ничего не понять... [1, 2].

В композициях листов объединяются зримые образы слов начинающихся на ту букву, которая будет изображаться на листе. Например, лист «А» изображает ангела, летящего в небе, разворачивает свиток, на котором начертаны буквы по азбучному порядку, его догоняет аэроплан; внизу — здание с барочным фронтоном и вывеской «Аптека», старая каменная арка [1].

Художник в «Азбуке» не обошелся без специфических украинских деталей, таких как хата под соломенными кровлями, полтавские узоры, типичная деревянная колокольня, пирамидальные тополя, кукла в вышитой сорочке

и казак с саблей, без образа которого украинская азбука, по понятиям того времени, не могла обойтись.

Неутешительная картина былой славы и нынешнего запустения, типичная для Нарбута. Часто графические решения по настроению композиции перекликаются со многими строками русских поэтов начала XX века. Ветер — нередкий мотив в творчестве поэтов революционных лет. В композиции Нарбут часто упоминает о объединении Украины — Западной и Восточной. Поэтому образ гетмана Дорошенка используется Нарбутом в листе с буквой «Г»: Композиция при кажущейся случайности элементов является не слишком замаскированной аллегорией на обретение Украиной государственности: подошел к крыльцу оживший гетман, вылетает ему навстречу из руин голубь — символ мира и духа святого, пушки, копье, ядра отложены. Дорошенко смотрит на винт, которым ему предстоит скрепить разъединенные части Украины [4].

Лист «М» показывает монастырские ворота и грушевидный купол колокольни типичные формы украинского барокко. Лирические пейзажи прищипаны творчеству того времени.

Некая насмешка и юмор виден в листе «Н». Здесь художник откровенно паясничает, рисует чепуху («якая чепуха!» — одно из любимых восклицаний Нарбута) или, выражаясь по-украински, «нісенітницю»: негр во фраке и цилиндре на аллее, образованной воткнутыми в землю кухонными ножами, поставив ногу на наковальню, ножницами кромсает нитку [1]. О чувстве юмора, которое завуалировано в изобразительном искусстве Нарбута говорили многие художники, не только того времени, но и современники, это замечает и простой зритель.

Не остаётся без комментариев лист «О». Похоже, что Нарбут осмеивает свои военные аллегории. Раскрашенный акварелью оттиск (собр. Д. Г. Нарбута, Черкассы) весьма выигрывает в сравнении с суховатым рисунком тушью [2]. С помощью линейных ритмов Нарбут мастерски передает разнообразные движения. Один из любимых мотивов художник изобразил в листе «Ф», а именно фейерверк, буйство «шутих» и ракет в ночном небе [1]. Нарбут любит играть с размерами силуэтов, цветными пятнами, гротескными контрастами масштабов, смещением планов, удачно komponует крупные и мелкие пятна. Нарбут является истинным патриотом Украины, о чём говорит его творчество исполненное в украинском фольклоре.

Здесь силуэты, черные на белом и белые на черном, разнохарактерные штрихи, тонкие, беглые, живо намечающие. Г. Нарбут использовал волнистую линию «барашком», показав тучу, плывущую по небу, и резко ломаную линию молнии в сочетании с силуэтами старого дерева и китайской архитектуры. Открытая структура рисунка позволяет воспринимать белое поле листа бумаги как безбрежное воздушное пространство. Воздушные волны неба над деревянными маковками церкви [4].

В другом случае пунктирами обозначен переход от света к мраку (лист «Ч»). Есть в листе «Л» и пунктиры нарочито смазанные, имитирующие плесень на камне. Контуры; линии, рисующие форму; пятна, залитые черным, затененные штриховкой,— все возможные приемы создания черно-белых

изображений использует мастер. Линии и пятна выполняют у него, то сугубо образительную, то эмоционально-образительную функцию. Контур его, то непринужденно извилисты, то плавны, то прочерчены по линейке.

Нарбут может рисовать животных вполне реалистически, знает особенности структуры игрушек, умело передает характер различных поверхностей. Но есть у него фигуры и неестественные, не живые и не игрушечные. Таковы, например, казак и его конь, медведь, гетман Дорошенко. В них мастер выступает как стилизатор, вдохновляющийся образами старой гравюры и живописи [2].

В рисунках украинской азбуки Нарбута, российский график и историк искусства П. Нерадовский справедливо отметил свойственное натуре художника сочетание фантастики, поэтичности и юмора [4].

Изучая творчество Г. Нарбута, можно сделать вывод, что пройдя школу Билибина, он стал самобытным художником. Нарбут демонстрирует большое разнообразие технических приёмов. Соотношение пятна и точки, игра линией, цветом и детализация акцентов в композиции, является основой «Азбуки». С помощью таких графических решений художник умело передает эмоционально-образительную функцию. Создав 15 листов «Азбуки», Нарбут доказывает зрителю, что искусство имеет смысл. Художник вкладывает в своё творчество и патриотический характер, веру в Украину, сейчас эта тема очень актуальна в современном графическом дизайне.

Литература:

1. Белецкий П. Георгий Иванович Нарбут / П. Белецкий: [Электронный ресурс] / Ленинград: Искусство, 1985. — Режим доступа: <http://www.raruss.ru/excellent/951-narbut-alphabet.html>
2. Охочинский В.К. Книжные знаки Георгия Нарбута / В.К. Охочинский: [Электронный ресурс] / Ленинград: Искусство, 1924. — Режим доступа: <http://allpainters.ru/narbut-georgij.html>
3. Українська графіка ХІ – початку ХХ ст.: Альбом / Автор-упорядник А.О. В'юник. — К.: Мистецтво, 1994. — 328, с.: ил.
4. Чижов А. Азбука Г. И. Нарбута (1886-1920): история создания и особенности художественного оформления / А. Чижов: [Электронный ресурс] / Вестник МГУП. 2014. №3. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>

Шевченко А.Э., 3 курс, спец. «МД», ХДАДМ

Руководитель: доцент Звоник А.А.

НЕОБХОДИМЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА

Для эффективного функционирования рынка необходимо выполнение ряда условий.

1. Экономические условия.

Свобода принятия производителями хозяйственных решений. Без этого рынок существовать не может. Если производителю указывают, по какой цене и где продавать, то перед нами классическая командная экономика. Производитель должен самостоятельно принимать решение, ориентируясь на вкусы и предпочтения покупателей, общий спрос и изменение потребностей.

Ответственность за результаты хозяйственной деятельности. Ответственность является другой стороной свободы. Каждый предприниматель сам решает, что и как ему делать, но именно он и отвечает за принятые решения. Мерой ответственности по условиям рынка, являются убытки и банкротство.

Конкуренция производителей. Эффективной рыночной экономике присуща конкуренция производителей. Разумеется, в экономике монополизированы рынки, то есть когда на рынке есть один продавец (монополия) или один покупатель (монопсония). Впрочем, это скорее не правило, а исключение. Ведь в условиях высокой монополизации экономики деятельность каждой фирмы подчинена служению собственным интересам, а не потребностям потребителя. Естественным результатом монополизации является застой в экономике. Противопоставить этому можно только конкуренцию производителей.

Свободное ценообразование. Фиксированные государством цены ограничивают свободу производителя. Конечно, без определенного регулирования цен в современных условиях не обойтись, но государство, кроме административных методов регулирования (фиксированные цены), применяет и экономические. Назначение этих методов заключается в том, чтобы производителю экономически выгодным было то же самое, что и потребителю.

Отсутствие ограничений на перемещение товаров, рабочей силы и капиталов. Любые ограничения, препятствующие перемещению ресурсов, отрицательно влияют на экономику. Если существует экономическая целесообразность перемещения какого-либо производственного фактора, но этому мешают административные, таможенные и другие ограничения, это свидетельствует о снижении экономической эффективности.

2. Политические условия

Демократия является таким политическим строем, из-за которого люди в определенной степени принимают участие в управлении страной. Свобода в общественной жизни должна дополняться и подкрепляться свободой экономической жизни.

Стабильность политической системы. Не менее важным для бизнеса и всей экономики в целом есть определенная устойчивость политической системы. Если политическая система слишком часто испытывает ощутимых изменений, когда все время меняются лидеры, применяются новые концепции политического развития, тогда экономические отношения не успевают приспособиться к этим изменениям. Для бизнеса необходима стабильность и возможность прогнозирования.

3. Социокультурные условия

Под социокультурными условиями понимают способность населения принять рынок и выработать соответствующую модель поведения относительно него. Приспособление людей к новым экономическим условиям всегда происходит сложно. В нашей стране людям непросто приспособиться к постоянному росту цен, распространение безработицы, существенного разрыва между уровнями жизни различных слоев населения. Эти негативные последствия стремительного развития рыночных отношений должны находиться под пристальным контролем государства.

Шевченко А.Э., 3 курс, спец. «МД», ХДАДМ

Руководитель: доцент Звоник А.А.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФРАСТРУКТУРОЙ НЕПРЕРЫВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

Как только фирма начинает решать экономические вопросы, как она устанавливает контакт с другими производителями и потребителями. Все рыночные субъекты (фирмы и домашние хозяйства) связаны между собой в едином круговороте. Они непременно встречаются на рынке производственных ресурсов и рынка товаров и услуг как покупатели или как продавцы.

Дальнейшая деятельность фирмы зависит от многих внешних факторов. Как же наладить связи между собственниками ресурсов и производителями товаров и услуг, как ускорить потоки движения ресурсов, товаров и денег? Надо учитывать и то, что когда фирма произведет товар, ей снова будет нужна помощь, чтобы доставить его до потребителя. Рыночный механизм для своего непрерывного функционирования требует создания системы, которая бы, во-первых, обслуживала интересы субъектов рыночных отношений, обеспечивающая их взаимодействие; во-вторых, оптимизировала бы движение товарно-денежных потоков. Такая система помощи для предпринимателей была создана и названа инфраструктурой.

Инфраструктура рынка — это комплекс организаций и технических методов, обеспечивающих непрерывное функционирование хозяйственных взаимосвязей между субъектами рыночной экономики (фирмы и домашними хозяйствами) и улучшают движение товарно-денежных потоков.

Учитывая достаточно широкий спектр решаемых задач, инфраструктуру рынка подразделяют на несколько элементов.

Организационно-техническая инфраструктура обеспечивает движение товарных потоков и услуг (за исключением информационных) между производителями и между производителями и потребителями. К ней относятся:

- пути (автомобильные и железнодорожные), порты (речные, морские), аэродромы;
- грузовой и пассажирский транспорт (железнодорожный, морской, речной, автомобильный, воздушный, трубопроводный, метрополитен);
- склады, предприятия связи, жилищно-коммунальное хозяйство;
- товарные биржи и аукционы, торговые дома и торговые палаты, ярмарки, пункты проката и лизинга, которые оказывают организационные услуги по координации торговых сделок;
- ассоциации предпринимателей и потребителей, налоговые инспекции, службы контроля за ценами и стандартами и некоторые другие организации, выполняющие функции общей координации рыночных связей, представляют интересы своих членов или общества в целом на региональном, государственном и международном уровне.

Финансово-кредитная инфраструктура рынка обеспечивает движение денежных потоков. Эта система направлена на обеспечение достижения главной цели фирмы — получения прибыли при снижении рисков предпринимательской деятельности. Этот элемент инфраструктуры представлен

банками, фондовыми и валютными биржами, страховыми и инвестиционными компаниями, пенсионными фондами, фондами профсоюзов и других общественных организаций. Все это финансовые институты, занимающиеся привлечением временно свободных средств, предоставлением кредитов с целью их рационального использования.

Третьим элементом современной рыночной инфраструктуры являются информационные сети и потоки, а также институты, обеспечивающие их деятельность. Изучая взаимодействие спроса и предложения, мы отмечаем воздействию достоверной информации и рекламы на формирование потребительских предпочтений. В современных условиях каждая фирма должна разработать стратегию и тактику своей деятельности, иметь информацию о правительских решениях и модели вероятных последствий. Именно такие проблемы решают информационно-консультационные фирмы, рекламные агентства, специальные научные и учебные заведения, средства массовой информации.

Четвертый элемент рыночной инфраструктуры направлен на разработку законодательства, которое определяет поведение всех рыночных субъектов, а также его внедрение и контроль соблюдения. Рыночная среда требует установления «правил игры». Эти вопросы относятся к сфере деятельности юридических контор, аудиторских фирм и других аналогичных организаций.

Большое значение следует уделять также формированию рыночного мышления (менталитета) населения. Необходимо воспитывать у населения восприятие рыночных реалий, стимулы к предпринимательству, умение использовать преимущества рынка. Здесь большое значение имеют социологические службы, которые анализируют анкеты опросов населения и «формируют» общественное мнение относительно главных проблем развития рынка. Так, например, в Украине изучают мнение о необходимости и возможности перехода к «электронным» деньгам, а также отношения к развитию безналичных расчетов.

Лишь общий перечень составляющих инфраструктуры дает представление, какая это сложная система. Результаты деятельности каждой фирмы напрямую зависят от ее развития и эффективной деятельности. Поэтому все производители и покупатели Украины должны быть заинтересованы в формировании новых и совершенствовании существующих институтов инфраструктуры.

Литература:

1. Вечканов Г.С. Экономическая теория. изд. 2-е. 2009.
2. Белоусов И.Э., Антипин В.И. Экономическая теория: учебник. Изд. 2-е. 2009.
3. Баликоев В.З. Общая экономическая теория: учебник для студентов экономических специальностей. изд.6-е. 2009.

Шевчук А.В., 3 курс, спец. «МД»

Керівник: доцент Звоник А.А.

ФАЛЬШИВИЙ ВЕБ-ТРАФІК

Веб-трафік або трафік — у комп'ютерній техніці — обсяг інформації, переданої по мережі. Для розкрутки будь-якого сайту або кампанії головним завданням стоїть набрати аудиторію. Це можна робити органічно —

створювати багато контенту, просувати його, поки люди не почнуть дивитися, і потім переконувати рекламодавців купити рекламу. Є й сучасний короткий шлях: купувати трафік.

Це неонов'язково означає підробляти його. Видавці часто користуються послугами таких компаній як Taboola і Outbrain, які приводять відвідувачів з інших сайтів на сайт замовника. Це ті самі компанії, які вставляють на сайти тизерні блоки з гучними заголовками. Але такі редіректи дорогі — всього 2% відвідувачів клікають на посилання, так що вартість одного переходу виходить досить високою.

Менш етичні способи накрутки відвідувачів дешевше. Один з них — поппи, маленькі браузерні вікна, які ви ігноруйте, закриваєте або і зовсім не бачите. Ще більш ефективна техніка — як показує практика, підроблене завжди дешевше — рекламний бот, шкідлива програма, яка нишком пробирається в чужий комп'ютер і створює там віртуальний браузер.

Цей віртуальний браузер, невидимий для власника комп'ютера, відвідує сайти, скролить сторінки і клікає на посилання. Насправді, ніхто не переглядає сторінки; це тільки шкідлива програма. Але поки бот не виявлено, його перегляди будуть враховуватися системами вимірювання трафіку. Ботнет з тисяч інфікованих комп'ютерів може створити величезну «аудиторію» дуже швидко.

Щоб заробити, власнику сайту або постачальнику трафіку достатньо займатися перепродажем: купи дешево, продавай дорого. Складніше видати фальшивий трафік за реальний, часто надаючи сайтам без унікального контенту вид справжніх і оригінальних. RTB-системи не можуть відрізнити не тільки бота від живого користувача, але і оригінальні ресурси від «лівих» сайтів зі стічними фото і поцупленими статтями.

Ринок трафіку не регулюється — тут є бездоганні продавці, є нормальні, а є і відверто підозрілі; ціна — частина ринкового коду. Дешевий товар легко купити. На LinkedIn є форум «Купівля та продаж трафіку», де 1 000 «відвідувачів» можна купити за \$ 1.

Справжній трафік набагато дорожче. Наприклад, один перегляд відеоролика через мережу Taboola, обійдеться видавцеві в суму від 20 до 90 центів. Видавець може продати відеорекламу на RTB-аукціоні за 1-1,2 цента.

Програмована реклама стала таким складним сплетінням компаній, що займаються даними, маркетингом, стратегією і рекламними технологіями, що навіть великі бренди не можуть встежити за всім.

Рекламне шахрайство може стати керованим незручністю, як злочинство в магазинах — чимось, що компанії можуть контролювати, але не викоринити. Рекламодавці одержують менше шахрайського трафіку, зв'язуючись безпосередньо з видавцями сайтів і минаючи аукціони онлайн-реклами. Звичайно, при цьому втрачається охоплення, який може дати автоматизація реклами. Такі сайти, як Facebook — відносно вільні від ботів, хоч і дорогі місця для розміщення реклами. Цього року Facebook оголосив, що рекламодавці будуть платити тільки за перегляди реклами живими людьми.

Одним з яскравих прикладів використання фальшивого веб-трафіку — компанія Уолтера Кнаппа, аукціон Sovrn Holdings. Півтора роки тому він вирішив перевірити, скільки із проданих його компанією рекламних місць

були фальшивими. Виявилось, що дві третини з них були шахрайськими або підозрілими. Він вирішив видалити їх всі, втративши при цьому \$ 30 млн прибутку. Після декількох важких місяців компанія змогла піднятися знову і тепер її обороти перевищують показники за часи, коли Sovrn Holdings торгувала шахрайськими рекламними місцями.

Інтернет-джерела:

1. <http://reklamonstr.com>
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki>

Шокурова О.Є., 3 курс, проф. спрямування «СМС», ХДАДМ
Керівник ст. викладач кафедри українознавства Токар М.І.

ГРИГОРІЙ СКОВОРОДА – УКРАЇНСЬКИЙ ПОЕТ І ЛЮБОМУДР

Результатом філософування повинно бути, на думку Сковороди, не знання, а життя, побудоване згідно з вимогами людського щастя. „Коли дух у людині веселий, думки спокійні, серце мирне, то все світле, щасливе, блаженне. Оце є філософія”, – каже Сковорода. Грецьке слово «філософія» означає любов до мудрості. Любомудр, чи філософ, шукає шляхи, як пізнати світ (погрецьки — космос) і людське буття, намагається встановити взаємозв’язок усіх речей, усього, що існує, щоб ф свій загальний погляд на світ, відповісти на безліч «чому» і «як». В історії української літератури Г. Сковорода відомий передусім як письменник-байкар і поет, перший український лірик. У своїй літературній творчості він у доступній і популярній формі викладав філософські погляди, відома збірка „Байки харківські” складає 30 прозових байок. Перу Г. Сковороди належить близько 20 філософських трактатів і діалогів. Окрім того, він є автором ще 20 пісень, фабул, епіграм, перекладів і переспівів, частина яких написана латинською мовою. Поетична творчість мислителя відзначається формально-поетичною і тематичною різноманітністю, глибиною думки, яскравою бароковою образністю, символічно-алегоричним поетичним реквізитом. „Сад божественних пісень” – це збірка духовної лірики. «Божественні» пісні не слід розуміти буквально, хоч Сковорода і вказує, що його «Сад» проріс «із зерен священного писання». Збірка є своєрідним ліричним щоденником, в якому відбилися життєві події, роздуми, ліричний настрій їх автора. В основу кожної пісні Г. Сковорода закладав „зерно” із Святого Письма, однак по-своєму опрацьовував тему, спираючись на літературну і народно-поетичну традиції. Г. Сковорода був одним із перших українських поетів, котрі започаткували пейзажну лірику. Його пісні „Весна люба, ах прийшла!..”, „Гей, поля, поля зелені” тощо і нині не втратили свого естетичного значення. Про фольклоризм Г. Сковороди дослідники говорять як про одну з найхарактерніших рис його творчого добробку. Народні приказки, прислів’я, образні порівняння Сковорода, за його власним свідченням, брав з усного побутування, інколи посилаючись навіть на район, на населений пункт, в якому йому пощастило збагатитись цікавим виразом: „В селе Ровенках прекрасную слихал я пословицу сію: „Не євши – легче, поєвши – лучше».

Писав Г. Сковорода і в такому популярному для барокової поезії жанрі, як панегірики, вірші-присвяти, в яких він прославляв гідних представників духовного життя (пісні 24, 26, 27). Мотиви „вольності”, свободи проймають і ряд інших пісень Г. Сковороди: пісню 9-ту, 12-ту і 20-ту. У пісні 20-й „Кто сердцем чист й душою” Сковорода сміливо висловлює свої антимонархічні погляди. Трагедія в тому, що люди не знають нічого про монархів. Народ переконаний, що можновладці говорять правду про все, що роблять, але насправді все це – обман. (На жаль, і для сучасного вітчизняного політикуму ідея залишається актуальною).

Порівняно з попередниками, поетична спадщина Григорія Сковороди виділяється силою думки, глибиною філософських роздумів, широтою проблематики творів. Саме українському Сократу судилося продовжити своєрідну традицію створення поетичних збірок-садів, яку в давньоросійській літературі започаткував збіркою поезій „Вертоград многоцветний” Симеон Полоцький. Живучою ця традиція виявилась і пізніше, в ХХ столітті, що засвідчують збірка „Зелений вертоград” Костянтина Бальмонта, поетичний цикл „О благодаті вертограде” Степана Сапеляка, у прозі — „Сад Гетсиманський” Івана Багряного. Вчені підкреслюють, що своєю збіркою „Сад божественних песней” Г. Сковорода завершує барокову традицію східнослов'янських вертоградів.

Улюбленим афоризмом, своєрідним девізом мудреця стали слова, що потрібне – нетрудне, а трудне – непотрібне. Думка ця в творах Сковороди повторюється не раз – Сковорода, як відомо, щедро використовував у своїх творах не лише український, російський, польський фольклор, фольклор східних народів, а й досягнення античної культури, філософії, літератури. Енциклопедично освічена людина, гуманіст Г. Сковорода відстоює „природну людину” і „сродну” її працю. Людина – не „третячий раб”, а „шумливий бурхливий дух”, „коваль свого щастя”, яке досягається через „наслідування натурі”.

Література:

1. Тельнюк С. Мить: Вірші, балади, поеми – К.1985 –с.125-126.
2. Сковорода Г. Твори: У 2 т. Т.1. – К., 1994.
3. Культурологія. Українська та зарубіжна 2006. – 567 с.культура. – К.: Знання, 4. Ніколенко О. Бароко. Класицизм. Просвітництво. – Харків: Ранок, 2003.

Шоломій О., 4 курс, спец. «ДІ»

Керівник: ст. викл. Підлісна О.В.

ВИКОРИСТАННЯ БІОНІЧНИХ ФОРМ У КОНЦЕПТУАЛЬНИХ РІШЕННЯХ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРІВ ВОДНИХ СПОРУД

Природа – саме комфортне для людини середовище проживання та невичерпне джерело натхнення. Навіть у давні часи наші предки багато ідей для облаштування житла переймали з навколишнього світу. В даний час зародилася і успішно розвивається наука — біоніка, яка займається розробкою нових форм, матеріалів і колірних поєднань, переймаючи їх у об'єктів природи і пристосовуючи до умов життя людини.

«Саме слово «Біоніка», що походить від «бiон» (перекладається з стародавньої мови еллінів як «осередок життя»), це назва науки, яка використовується в техніці і техсистемах, завдяки якій можна застосувати з метою поліпшення функціональності та естетичності те, що властиво живій природі — її форми, структури, можливості, функції, принципи»[1].

Біоніка — це досить новий напрямок в дизайні інтер'єру. Його суттю є тісний зв'язок природи і новітніх досягнень науки. Потужним поштовхом для інтенсивного розвитку біоніки в дизайні інтер'єру послужив стрімкий розвиток будівельних технологій, пошук альтернативних джерел енергії, глобальна урбанізація і поява нових екологічних будівельних матеріалів. Цей стиль базується на перенесенні в архітектурні елементи й інтер'єр предметів і мотивів, що імітують об'єкти живої природи.

Біоніка в інтер'єрному дизайні є своєрідним відображенням природного середовища. Прямих кутів і ідеально рівних ліній в природі практично не існує. Нерукотворні природні об'єкти відрізняються плинністю обрисів і округлістю ліній. Для біоніки характерні плавні силуети, цілісність загальної картини. Крапля визнана природною формою з точки зору ергономіки. Тому «крапельні» контури — норма для такого інтер'єру. В інтер'єрі знаходяться застосування такі інноваційні матеріали: сплави металів, полімери, скло в поєднанні з натуральними шкірою, каменем, вовною, шовком, льоном створюють дивно гармонійні дизайнерські співдружності традицій і високі технології. Для колірної гами характерна виключно натуральна палітра (переважно білий і його відтінки — молочний, бежевий світло-сірий, колір слонової кістки). Кольори небесної сині, зелені, води, піску, кори дерев також затребувані.

«У 20-х роках ХХ-го століття ці принципи стали використовувати в інтер'єрі. Але в самостійний стиль вони сформувалися лише через 50 років. Сьогодні, коли з'явилася безліч нових будівельних технологій, біоніка переживає пору свого розквіту, дозволяючи включати в інтер'єр матеріали з небувалими раніше властивостями.»[2]

В останній час біонічні форми у внутрішньому середовищі набувають все більшої популярності. Яскравим прикладом таких інтер'єрів є проекти видатного британського архітектора та дизайнера сучасності Захі Хадід. На рахунок її архітектурного бюро ZahaHadidArchitects вже більше 950 успішних проєктів, реалізованих в 44 країнах. Центр водних видів спорту в Лондоні — дуже відомий своїм природнім, біонічним, пластичним дизайном інтер'єру та архітектурою.

Водні споруди: аквапарки, аква-фітнес клуби, басейни, спорудження для водних видів спорту мають прямий зв'язок із водною стихією, природою та природними формами. Саме біонічні форми відповідають образу та можуть передати пластику форм.

У Петербурзі теж є цікаві зразки сучасних форм в дизайні та архітектурі. У Сестрорецьку — будівля Бориса Левінзона — будинок «Дельфін», який стоїть на виставці котеджів в Ленекспо, доступна для огляду. Також, багато водних споруд, де застосовані біонічні форми: басейн в готелі «Двір Подзноева», Росія, м. Псков, аква-фітнес клуб «Сафарі», Україна, м. Харків та інші.

Отже, основним постулатом біоніки є міцний взаємозв'язок форми з функціональністю в навколишній природі. Якщо красиво — стало бути, ефективно, а якщо елемент пройшов перевірку часом і розвитком, значить він, до того ж, функціональний. Інтер'єри водних споруд тісно пов'язані з природою та біонікою. Саме такі формоутворення в інте'єрі найбільше можуть передати відчуття хвилі, води, природніх форм та пластики, атмосферу живої природи. Силуети будівель і предметів в інтер'єрі можуть бути обтічними плавними, як раковини або живі організми, рідше — строгими, як кристали, але завжди гармонійними. Криволінійні предмети часто прагнуть до форми краплі води, морської зірки.

Література:

1. 1. Исмиева В. Бионика в архитектуре и интерьеремдизайне: 10 идей от Жана-Мари Массо [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.4living.ru/items/article/Bionika-v-interjere/> – вільний
2. 2. Нахтигаль В. Бионика [Электронный ресурс] / – Режим доступа: http://www.bambook.com/scripts/pos.showitem?v=2&ite=1269967&utm_source=topadvert_books.academic.ru&utm_campaign=topadvert – вільний

Шостко А.И., 4 курс, спец. «Графический дизайн» ХГАДИ

Руководитель: канд. искусствоведения, профессор Сбитнева Н. Ф.

ЭВОЛЮЦИЯ РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА В XIX – XXI ВЕКАХ

В современном мире реклама стала неотъемлемой частью нашей жизни, частью культуры. Перенос рекламы из повседневного средства информации в плоскость искусства произошел благодаря плакату. В 1482 году англичанину Бартольдусу пришлось на ум сделать рекламу нового издания «Геометрии Эвклида» при помощи плаката. Эта идея за несколько веков предвосхитила коммерческое использование плаката, которое началось уже в XIX веке.

До конца XVIII века создание плаката было делом трудоемким и дорогим. При этом не было возможности создавать крупноформатные изображения. Однако изобретение А. Зенфельдера, который в 1796 году открыл новый способ печати изображения — литографию, позволило делать многотиражную печать изображений не только дешевой, но и крупноформатной. В середине XIX века литография приобрела цвет, появились хромолитография и фотолитография. Это сделало плакат не просто объявлением, но фактом искусства, который стал составной частью визуальной среды человека.

Основы плакатного дизайна, которые актуальны по сей день, были заложены в 1866 году французом Ж. Шере. Он утверждал, что плакат должен быть броским, лаконичным (в итоге это привело к созданию слоганов), он должен восприниматься «на ходу» и концентрировать внимание на одной главной фигуре. Эти основы развились в эпоху модерна, когда плакат полностью перешел в область изобразительного искусства, выполняя помимо информационной функции и эстетическую. В структуре плаката изображение преобладает над текстом, плакат становится картиной. Его композиция насыщается новыми приемами (многие из них сохранились): обобщенность форм, использование силуэта, прием яркого цветового пятна.

Если XIX век можно назвать началом расцвета рекламного плаката, его становлением как части искусства, то XX столетие стало временем его стремительного развития, появления множества стилей. Только в начале XX века сосуществовали модерн, китч, авангард и арт-деко. Художники начали заниматься коммерческой графикой в качестве основного занятия, это становится полноценной профессией.

С 1920-х годов появляются рекламные бренды, которые предлагают не просто продукт, но образ жизни (работы Дж. К. Лейендекера). Эта тенденция проявилась и в послевоенные годы, когда мир нуждался в спокойной эстетике «хорошего дизайна». «Суть стилистики «хорошего дизайна» сводится к следующему: простота, чистота, аккуратность, красота, буржуазность, идеология возрождения достойной жизни и пропаганда семейных ценностей, оптимизм, экономность (что отвечало задаче восстановления экономики после войны)» [3, с 17]. Это время апеллирования к общедоступным образам и мечтам о счастливой жизни. В 1950-е годы созданием рекламы занимаются графические дизайнеры, которые стали мостиком между производителем и потребителем. Теперь рекламный плакат создается на основе маркетинговых исследований и творческого подхода. На первый план выходит не «красивость», а креативность идеи плаката, тонкость в преподношении товара через интригу, метафору и элементы игры. Бунтарский дух 1960-х всецело отражает в стиле поп-арт, который стер грань между элитарным и массовым искусством. В это время плакат дополняется фотографиями, предметами искусства или известными образами, существовавшими заранее. Постепенно плакат становится проще, в нем доминирует симметрия и лаконичность. Основой рекламы становится идея и привлечение покупателей, эстетичность окончательно уходит на задний план.

Сегодня определяющим фактором плаката являются новые технологии, которые изменили процесс и подход к работе, а также увеличили количество зрителей. Современный графический дизайн свободен от моральных и эстетических рамок, по выражению исследовательницы Г. Лола, он «десакрализует, или маргинализирует, вещь» [1], придавая ей неоднозначный смысл. Это, в свою очередь, становится одним из приемов общения плаката со зрителем. Многозначность позволяет зрителю додумать идею плаката, зритель становится основным действующим лицом плаката. Вербальная часть более не так важна, как визуальная составляющая.

Переход плаката от объекта эстетического в четкую рекламную концепцию, выстроенную на маркетинговых исследованиях, позволил не только активно привлекать общество, но и взаимодействовать с ним. Рекламный плакат преодолел эпоху «красивости» и иллюстративности, — он стал более конкретным, выверенным продуктом, создаваемым на основе психологических механизмов воздействия. Он апеллирует к личному опыту покупателя и выполняет главную свою задачу — воздействовать на образ мыслей типичного представителя общества потребления, манипулировать этими образами в угоду заказчика.

Литература:

1. Лола Г. Н. Дизайн в постмодерне [Электронный ресурс] / Г. Н. Лола. – Режим доступа: // <http://www.farpost.ru/design/notes/postmodern.htm>

2. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность: Учебник для студентов высших учебных заведений / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 364 с.
3. Панкратова А. В. История графического дизайна и его использования в рекламе: XX и XXI век. Учебное пособие к курсу «История графического дизайна и рекламы» / А. В. Панкратова. – 2010. – 41 с.
4. Савельева О. О. Бывают странные сближенья: Рекламные плакаты: арт-деко [Электронный ресурс] / О. О. Савельева // Человек. – 2003. – С. 55-65 – Режим доступа: <http://vivovoco.astronet.ru/VV/PAPERS/MEN/ART/ART.HTM>

Шульгіна Ю., 3 курс, спец. РСМЖ

Кер. ст. викл. каф. українознавства Токар М.І.

РИТОРИКА – НАУКА ПЕРЕКОНУВАТИ

Історія риторики сягає середини I тис. до н. е. Зародившись у Давній демократичній Греції з суспільної потреби переконувати слухачів живим словом, вона швидко здобула суспільне визнання в єдності з філософією і логосом, виробила свої технології, категорії й закони, стала наукою, моральною й патріотичною, перетворилася на мистецтво слова і засіб здобуття кар'єри громадського діяча, політика, державця. Захоплюючи елітні прошарки суспільств, риторика поширилася у просторі й часі на всю Європу. Риторика — це наука та мистецтво переконувати співрозмовників; наука красномовства.

Діяльність багатьох професій просто немислима без ґрунтовних знань принципів і правил ораторського мистецтва. Для нас публічна мова – найголовніша зброя. Ораторство – найсильніший важіль культури.

Сучасна риторика як наука переконання засобами мови виходить далеко за межі публіцистичних промов. Вона має широке застосування в найрізноманітніших ситуаціях мовного спілкування як усього соціуму, так і окремих мовців.

Традиційно риторикі сприймають як науку про красномовство. Однак у сучасному мовознавстві з'явилося і поняття «дискурсивна риторика», тобто риторика дискурсу як щоденного мовного спілкування в соціумі. Саме така риторика має перспективу широкого застосування у сучасному українському суспільстві, тому що вона з риторики красномовства транспортує технологічний апарат побудови висловлювань і текстів для мовного спілкування нащодень у різних сферах життя.

Сприймаючи мову просто як засіб спілкування, ми, на жаль, спрощуємо і мову, і мовну свідомість, і свій мовний образ, тому що забули, що мова — це дар розуму і серця, яким треба користуватися майстерно, по-мистецькому. Залежно від того, що говорити і кому, риторика відповідає на питання, як говорити, для чого і де.

Дар слова – одне з найвеличніших надбань людини, що підносить її над світом усього живого. Кожна людина зацікавлена в тому, щоб уміти правильно і гарно розмовляти з колегами, друзями, рідними; коректно і переконливо вести дискусію; цікаво і розумно будувати свій виступ перед

аудиторією. Усіх цих умінь та ще багатьох інших навчає наука, яка в сучасній системі української освіти поступово відроджується і, безумовно, міцно утверджується. Це – риторика.

Література:

1. Мацько Л.І. Риторика : Навч. посіб./ Любов Мацько, Оксана Мацько. — К.: Вища шк., 2003. — 310 с.
2. Сагач Г. Риторика : Навч. посібник для середн. і вищих навч. закладів / Галина Сагач. КНУ ім. Т.Г. Шевченка. — К.: Ін Юре, 2000. — 565 с.
3. Чибісова Н.Г. Риторика: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів/ Наталя Чибісова, Ольга Тарасова; М-во освіти і науки України, Народна українська академія. — К.: Центр навчальної літератури, 2003. — 227 с.

Щербаков С.О., 3 курс спец.СМС, ХДАДМ

Наук. керівник: ст. викладач кафедри українознавства Токар М. І.

ПОЛЕМІЧНА МАЙСТЕРНІСТЬ ЯК ЗАСІБ АРГУМЕНТАЦІЇ ТА ПОРОЗУМІННЯ

Найважливішим засобом комунікації є слово. Уміння компетентно і плідно обговорювати життєво важливі проблеми, доводити і сильно переконувати, аргументовано відстоювати свою думку і думку опонента, є володіння полемічною майстерністю, що має стати обов'язковою якістю кожної освіченої людини.

Полеміка – це не просто суперечка, а така, у якій є конфронтація, протистояння, протиборство сторін. Мета полеміки – відстояти й утвердити власну позицію. Вона вчить підкріплювати думки переконливими і незаперечними доказами, науковими аргументами.

Суперечка є своєрідним обговоренням якогось питання, певної проблеми, словесним змаганням кількох учасників з активним обстоюванням власних позицій та переконань. Головне завдання суперечок – розв'язання якоїсь конкретної проблеми, прийнятної для обох сторін. У суперечці пропонент висловлює думку (тезу), опонент знаходить у ній розбіжності, вказує на них і висуває свою антитезу. При цьому формулювання мають бути простими і стисло висловленими. У процесі висування аргументів слід стежити за тим, щоб теза і докази були логічно пов'язані. Уміння доводити свою думку – необхідна умова культури спору. Доказ складається з низки умовиводів, тому полемісту необхідно мати чітке уявлення про структуру доказів, яка включає в себе: тезу, аргументи та демонстрацію. Кожна суперечка буде успішна лише у тому випадку, якщо полемісти добре знають предмет спору, розуміються на поставлених завданнях, тонкощах справи. Важливо не обійти увагою головних положень, від яких ведеться суперечка, не втрачати предмет спору під час полемічних міркувань. Має бути спільна мета, прагнення знайти правильне рішення, бажання дати раду у спірному питанні, прагнучи домогтися істини. Успіх полемічного обговорення великою мірою залежить від уміння правильно оперувати у спорі поняттями та термінами.

Участь у полеміці вимагає від учасників високої культури мови та мислення, що передбачає наявність умінь аргументовано та логічно викладати власні думки, вислуховувати і розуміти погляди опонента, оцінювати їх,

відповідно до позиції опонента корегувати власну позицію чи наполягати на висунутих положеннях. Тому полемісти повинні дотримуватися етики спілкування, тобто норм і правил поведінки в умовах суперечки, основними з яких є: повага до опонента, витримка, вмотивована аргументація, об'єктивна оцінка. А також важливо дотримуватися основних законів формальної логіки, таких як: закон тотожності, закон протиріччя, закон виключеного третього, закон достатніх підстав. Знання й застосування цих законів логіки дисциплінує мислення, підвищує його культуру, дозволяє зробити виступ ефективнішим, допомагає уникнути логічних помилок.

При порушенні правил виникають різні логічні помилки, які ускладнюють ведення діалогу, заважають пошуку істини, прийняттю рішення. Полемісти повинні вміти знайти логічні помилки у міркуваннях опонентів, викрити логічні хитрощі противників. Мистецтво аргументації не тільки в доказі істинності своїх суджень, а й в умінні спростовувати думку опонента, викривати невірні затвердження противника. Необхідно вміти користуватися й такою логічною операцією, як спростування. Спростування здійснюється трьома способами: спростується теза, критикуються докази, показується неспроможність демонстрації. Такі основні полемічні прийоми. Також використовують такі прийоми як: «доведення до безглуздя», «зведення до абсурду», «поворотний удар», « атака запитаннями», «доказ до людини». Використання цих прийомів допомагає вести дискусію, полеміку більш плідно.

Висновок. Суперечка – це не єдиний спосіб порозуміння, проте необхідний, оскільки є характерною особливістю спілкування людей. Готуючись до ділової полеміки, слід враховувати багато аспектів. Результативність діалогу залежить як від системи аргументації, логічності, вміння доводити висунуту ситуацію і спростовувати думку опонента, знання та вміння використовувати полемічні прийоми, вміння протистояти вивертам противника, так і від тактовності, стриманості, дотримання етичних норм, дотримання основних вимог культури спору та мови. Безтактність і порушення норм етики псує діалог, не дають позитивного результату. Таким чином полемічна майстерність має велике значення в професійному спілкуванні, результатом якої може стати успішна угода і прибуток, але лише за умови правильного ведення полеміки, яка полягає в урахуванні багатьох чинників. Щоб опанувати полемічну майстерність, потрібно багато працювати з собою, займатися самоосвітою у якнайширшому значенні. Адже полеміст повинен бути передусім людиною ерудованою, компетентною, відрізнятися високою загальною культурою і різноманітними інтересами.

Література:

1. Павлова Л.Г. Суперечка, дискусія, полеміка. — М.: Просвітництво, 1991.
2. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. — Донецьк: ТОВ ВКФ “ БАО”, 2004. — 480с.
3. Павлова Л.Г. Навчання полемічній майстерності. — М.: Знання, 1988.

Щетиніна А.О., 3 курс, спец. «Станковий живопис», ХДАДМ
Науковий керівник: Більдер Н.Т.

ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ ОПОВІДАнь НА ДІТЕЙ ПІД ЧАС НАВЧАЛЬНОГО І ВИХОВНОГО ПРОЦЕСІВ В ПОЧАТКОВИХ ХУДОЖНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Під час учбового процесу викладач художніх дисциплін зіштовхується з різними як стандартними, так і нестандартними ситуаціями. Від обраного методу вирішення цих проблем буде залежати подальша ефективність навчання. Терапевтичні історії, наведені в книзі Доріс Бретт «Жила была девочка похожая на тебя...» [1], якраз і є таким методом. Оповідання «дають ребенку можливість подумати, поразмыслить и задать вопросы на чувствительные конфликтом “взрывоопасные” темы, без боязни вмешательства во внутренний мир» [1, с.14]. Цей метод активізує уяву дитини, стимулює до позитивного наслідування, а наслідуючи, дитина освоює нові для неї навички і вміння. Оповідання наведені в тексті орієнтовані на дітей дошкільного і молодшого підліткового віку. Дана робота присвячена стислому аналізу механізму дії терапевтичних оповідань, який зроблено на основі сформульованих і нижче приведених критеріїв ефективності.

- Психологічна безпека.
- Зацікавленість дитини.
- Сприяння спілкуванню і покращення взаєморозуміння.
- Заспокійливий ефект.
- Навчання моделям поведінки.
- Індивідуальний підхід.

З тексту книги вибрані і проаналізовані оповідання й ситуації, які мають широкі розповсюдження в педагогічній практиці викладача художніх дисциплін.

Метод оповідань це безпечний засіб навчання і виховання учнів. Дітям «ничто не мешает слушать, узнавать что-то новое, что-то сопоставлять, сравнивать без всяких неприятных психологических последствий» [1, с.13]. Діти не люблять читання моралі і настанов, але вони з радістю послухають цікаву історію. В оповіданні повчальний зміст лишається той самий але змінюється контекст. Поринаячи в доброзичливу атмосферу оповідання дитина розслабляється і сприймає почуте, як гарний досвід для наслідування. В оповіданні для учнів, які схильні до компульсивної поведінки або перфекціонізму життєвий досвід головного героя обов'язково покаже, як він подолав схожі страхи й нав'язливі думки. Сором'язливі діти навчатимуться у головного героя любові до себе, цінуванню своїх гарних якостей. Учні, яких дратують дізнаються, як перестати бути об'єктом для насміхань і стати «важної персоной» [1, с.110]. Якщо історія призначена для імпульсивної дитини головний герой продемонструє, як він досягнув успіху шляхом «беседы с собой» [1, с.170], зважуванням своїх дій і результатів своїх вчинків. Головний герой історії покаже учневі, що коли він знаходиться в стані стресу або перевтомлений йому необхідно розслабитись. Та ж сама історія навчить дитину методам релаксації. «Рассказы позволяют ребенку почувствовать, что он не одинок в своих страхах и переживаниях, что другие дети испытывают то

же самое. Это оказывает успокаивающее воздействие» [1, с.15]. Оповідання не нав'язливо, уводять слухача в світ різноманітних подій, в яких головний герой опиняється не завжди з власного бажання. Але йому завжди вдається впоратись з обставинами і вийти переможцем.

Таким чином, метод оповідань доводить свій позитивний вплив на навчальний і виховний процеси в початкових художніх навчальних закладах. Через свою універсальність, психологічну безпеку і ефективність, для викладача художніх дисциплін метод оповідань, є найкращою альтернативою повчанням і настановам, є незамінним засобом допомоги учням в складних ситуаціях. «Ребенок приобретает знания посредством игр и воображения. Игра — это способ приобретения навыков, присущих взрослым» [1, с.10]. Не нав'язлива, цікава й ігрова форма оповідання це запорука його успіху у дітей.

Література:

1. Жила – была девочка, похожая на тебя [Электронный ресурс]: Бретт Д. – М.: Независимая фирма «Класс» – Библиотека психологии и психотерапии, 1996. – 223с. – Режим доступа: http://lib.aldebaran.ru/author/brett_doris/brett_doris_zhilabyla_devochka_pohozhaya_na_tebya/, свободный – Загл. с экрана

Юркіна Н.Ю., 3 курс, спец. «ПД», ХДАДМ

Керівник: викладач кафедри «Українознавство» Шауліс К.К.

КЛАСИЦИЗМ В АРХІТЕКТУРНОМУ ВИРІШЕННІ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМ. ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Класицизм (лат. *Classicus* — зразковий) — художній стиль в європейському мистецтві кінця XVII — початку XIX ст. Архітектурі класицизму в цілому притаманна регулярність планування і чіткість об'ємної форми. Основою архітектурної мови класицизму став ордер, в пропорціях і формах близький до античності, симетрично-осьові композиції, стриманість декоративного оздоблення, регулярна система планування міст [9].

У XVIII ст. в архітектурі України як і у всіх європейських країнах відбувається поступова зміна живописного бароко суворим класицизмом, проте, українські землі не стали далекою провінцією, де автоматично віддзеркалювалися художні смаки держав, у межах яких вони перебували, тут класицизм набув самобутності та особливої художньої мови. Одним з яскравих зразків класичної архітектури України є Київський національний університет імені Тараса Шевченка — провідний вищий навчальний заклад України. Його історія бере свій початок 1833 р., коли було підтримано подання міністра освіти С. Уварова про заснування Імператорського Університету Св. Володимира на базі перенесеного до Києва польського Кременецького ліцею [5].

Головний його корпус, що має назву Червоного, було складено у 1837 р. Саме будівництво продовжувалось до 1843 р. Червоний корпус Київського національного університету імені Тараса Шевченка є пам'яткою архітектури національного значення і символом вітчизняної фундаментальної університетської освіти. Замовник — цар Микола I. Будівля виконана в стилі російського класицизму за проектом архітекторів — В. та О. Беретті.

Готуючи місце для університету на південь від Старого міста, В. Беретті спланував район. Головними осями нового планування стали Велика Володимирська вулиця і Бульвар, біля перетину яких і була розміщена Університетська площа. Будівля уявляє собою палацовий тип споруди у вигляді монументального квадрату з внутрішнім двориком. Довжина фасаду становить 145,68 м.

Існує безліч легенд щодо походження колірної рішення стін будівлі. Офіційна версія безпосередньо пов'язана зі стрічками ордена Св. Володимира, адже до 1917 року і сам навчальний заклад носив ім'я легендарного князя. Перед реставрацією фасадів у 80-ті роки ХХ ст. в лабораторії університету було проведено мікрохімічне дослідження первинного барвистого шару будівлі. Факт — первинний колір схожий коралового відтінку. В архіві Санкт-Петербурзької Академії наук зберігається керамічна плитка з авторською викраскою колеру та погоджувальним розписом імператора [4].

Будівельними матеріалами слугували, в основному, цегла місцевого походження та граніт. Склепіння, для міцності, посилені полосовим та брусковим залізом. Крім того, вперше у київській архітектурі було використано чавунні деталі оздоблення: капітелі та бази колон, огорожі, дошки на зовнішньому карнизі, мудульони і, навіть, плитки підлоги. Дах бляшаний, вальмовий, розроблений у стилі ампір. Чавунні архітектурні деталі — величезні іонічні капітелі, що нависають модульонов карниза, орел з восьмиаршинним розмахом крил на аттику — підкреслювали величне враження.

Під час проектування архітектору Беретті не було відомо, з якого боку корпусу буде головний фасад. Тому він зробив університетську будівлю презентабельною як зі східного (сучасний університетській фасад на вулиці Володимирівській) так і з західного боку (зі сторони сучасного Ботанічного саду).

Проте, з боку Ботанічного саду західний фасад оформлений менш виразно – певно, для того, щоб перебувати у більшій зв'язці з природою. Композиція цього фасаду побудована на його розчленованості центральним і фланговими виступами, які чітко відображають осьову структуру плану будинку.

По центру композиція архітектури доповнена пілястрами та фонтаном, з боків її оформлюють апсиди напівкруглої форми з іонічними колонами. На противагу цьому, східний фасад – що, власне зараз і являється обличчям університету, має більш монументальний вигляд. Його рішення проявилось у контрасті різних площин: чіткого ряду вікон квадратної форми – на першому поверсі, прямокутних – на другому і аркових – на третьому, а також восьми великих, на висоту двох поверхів, колон іонічного ордеру [2].

Архітектура корпусу з самого початку органічно вписувалась у ландшафт. Вона велично виглядала з Печерських пагорбів. Будівлю Червоного корпусу проектували простою у об'ємах, без дрібних членувань, обмежено в декоративному оздобленні і різноманітності архітектурних деталей, кожна з яких продумана, взята рішуче і в повну силу. Бокові фасади з ризалітами на кінцях та в'їздами у внутрішній двір служать пов'язуючою ланкою між східним і західним фасадами. Фасади внутрішнього парадного двору дещо роздроблені, але архітектурно пов'язані між собою і з фасадами зовнішнього периметра будинку. Сам Університет налічує чотири поверхи, з великим підвалом-бомбосховищем, проте з головного фасаду можемо бачити лише три з них.

Окрасою університету, без якого нині його важко уявити, звичайно, є портик з вісьмома колонами. До портика ведуть широкі семимаршеві сходи, а з боків знаходяться пандуси. У перекриттях приміщень використані різноманітні склепічні конструкції, частіше хрестові та півциркульні.

Парадності оформлення інтер'єрів, Беретті досягає двома засобами одночасно: засобами архітектури та засобами монументального малярства [1]. Специфічне призначення приміщення університету, яке переважно повинне було складатися з ізольованих аудиторій для студентів, і обов'язковість для великого учбового закладу коридорної системи не могли не відбитися на характері плану в цілому. Але, навіть незважаючи на це, В. Беретті знаходить такі розв'язання, які усувають і одноманітність в розміщенні аудиторій, і казарменну сухість коридорів. Першого автор досягає симетричним компонуванням приміщень різного розміру в окремі групи, що повторюються по центральній осі кожного крила. Другого він досягає кількома засобами. Коридори двох бокових крил він пропускає через центр крила, а в корпусах — передньому і задньому — веде одnobічні коридори вікнами до внутрішнього парадного двору. Коридори цих двох корпусів або розірвано в центрі, або змінено їх напрям. Коридори бокових крил всередині додатково освітлено виходом до невеликих кімнат. Таке розміщення коридорів дає авторові змогу створювати в різних місцях просторі великі парадні зали, а разом з тим давати не тільки вхідні двері з коридору до аудиторій, але й внутрішні двері між аудиторіями, створюючи палацевого типу анфілади кімнат і зал [1].

Характерною особливістю внутрішньої архітектури будинку є поєднання греко-доричного ордера вестибюля і колонади, яка веде в перший поверх наліво і направо до римо-доричному ордеру другого поверху, в антаблементе якого красуються модульони коринфського ордера. Відсутність «чистоти» стилю у внутрішньому оформленні надає всій архітектурі свіжий, незвичайний вигляд.

До 20-х рр. XX ст. в Червоному корпусі у напівкруглих фасадах знаходилися католицький університетський костел (північна частина будівлі) та православна університетська домовна церква в ім'я Св. Володимира (південна частина).

На четвертому поверсі Червоного корпусу колись знаходилися студентські гуртожитки (так звані «студентські камери», розформовані у 1858р.), кімнати для навчання в позаурочний час, студентська бібліотека, квартири та кабінети викладачів, університетський карцер для студентів. На другому поверсі розміщувалася університетська їдальня. На першому, другому та третій поверхах розміщувалися музеї, кабінети, архів, квартири для службовців, велика бібліотека [7].

Красива велична колонада, ідеально розрахована ритміка головного і бічних фасадів, ретельна розробка красивих, сповнених стриманої величі внутрішніх аудиторій, залів, церкви, коридорів і вестибюлів повинні були створити атмосферу урочистості і панування раціональності. Всі ці якості проєкту вже в XX столітті дозволили майбутньому поколінню архітекторів легко вписатися в класичну манеру Беретті та органічно доповнити старий головний корпус спорудами двох бібліотек і нових корпусів, спрямованих у бік Ботанічного саду [6].

Наскільки велике враження справляв закінчений будинок університету, можна судити з описів сучасників. Він нагадував не лише своєрідний храм, а справжню фортецю. Тому сучасники його інколи і називали «Фортеця Розуму».

Будівля університету справила великий вплив на формування архітектури та подальший розвиток Києва 30-40-х років XIX ст. Це відобразилося у чіткому плануванні центральної частини міста та запровадженні до її забудови споруд великого масштабу, в закріпленні основ першого у Києві класичного структурного архітектурного ансамблю культурного центру міста. Вплив позначився також у використанні художнього лиття з металу.

Література:

1. Альошин П. Ф. Батько і син Беретті (з архітектурної спадщини): http://www.alyoshin.ru/Files/publika/butnik-siversky/butnik_beretti_01.html.
2. Архітектура та містобудування класицизму. http://studopedia.su/16_174781_arhitektura-ta-mistobuduvannya-klasitsizmu.html
3. Борис Ерофалов-Пилипчак. Архитектура имперского Киева. Архитекторы классицизма XIX вв. Викентий (Савелий-Иосиф-Антоний) Иванович БЕРЕТТИ архитектор мастер (3.VI.1781, Дамазо-де-Урбе — 6.VIII.1842, Киев.:http://www.alyoshin.ru/Files/publika/erofalov/inner_19.html
4. Київський національний університет імені Тараса Шевченка: http://kursoviks.com.ua/vuzy-kiyevskoy-oblasti-spysoy/article_post/3-kiyevskiy-natsionalnyy-universitet-imeni-tarasa-shevchenka-knu-im-tarasa-shevchenka.
5. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Сайт. Історія. <http://univ.kiev.ua/ua/geninf/history/>
6. Киевские зодчие. Архитекторы Беретти: <http://www.janus.ua/Master/Index1&DataID=27677183>
7. Красный корпус Киевского национального университета им. Т.Шевченко (г.Киев): карта, фото, описание (Университет св.Владимира):<http://drymba.net/ru/1037048-krasnuy-korpus-kiyevskogo-natsionalnogo>
8. Памятники градостроительства и архитектуры Украинской ССР. http://www.alyoshin.ru/Files/publika/pamyatniki_ua1/pamyatniki_ua1_170.html
9. Классицизм в архитектуре <http://kievgrad.info/page/1/225>

Юркина Н.Ю., студ. 3 курса ПД ХГАДИ

Науч. руководитель: канд. техн. наук, доц. Галушка О.А.

НЕВОЗМОЖНОСТЬ ВЕЧНОГО ДВИГАТЕЛЯ

Вечный двигатель – это такой воображаемый механизм, который безостановочно движет сам себя и, кроме того, совершает ещё какую-нибудь полезную работу (например, поднимает груз). Такого механизма никто построить не смог, хотя попытки изобрести его делались уже давно. Если построить машину, которая совершала бы работу большую, чем сообщенная ей энергия, решится проблема вечного движения.

Впоследствии ей дали определение Perpetuum Mobile или Вечный двигатель. Многие знаменитые ученые разных времен безуспешно пытались его создать, включая и великого Леонардо да Винчи. Он потратил несколько лет на создание вечного двигателя и первым сформулировал заключение о невозможности создания подобного механизма. Однако изобретателей его формулировка не убедила, и они до сих пор пытаются создать невозможное.

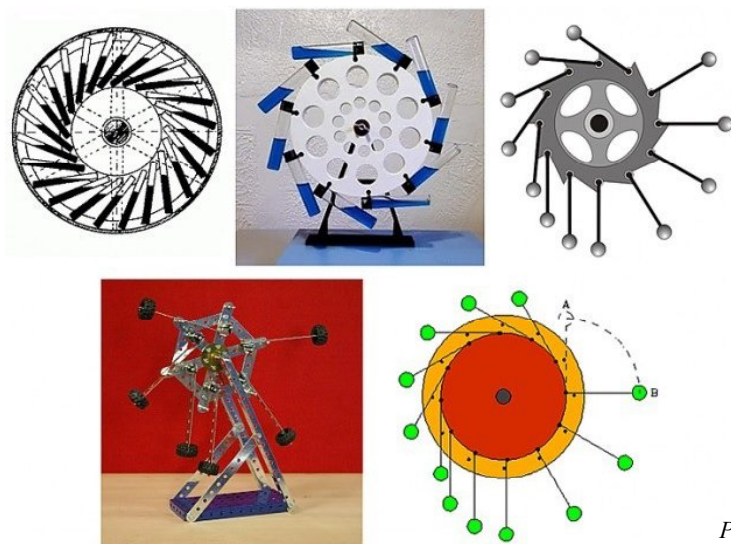


Рис. 1

Первое упоминание о вечном двигателе в рукописях датируется XII веком. Рукописи принадлежат индийскому математику Бхаскаре [1]. По идее изобретателя это колесо должно вращаться непрерывно по часовой стрелке. Шарики справа располагаются дальше от оси вращения и как бы перевешивают шарики с левой стороны. Однако, чтобы колесо вращалось непрерывно нужно чтобы сумма моментов сил справа была больше суммы моментов сил слева. Но существует положение, когда эти суммы равны и колесо будет только колебаться относительно этой точки. Но так как существует сила трения, то эти колебания будут постепенно затухать, колесо остановится.

Еще одним изобретателем вечного двигателя является нидерландский математик Симон Стевин [2]. На наклонную призму накинута цепь, состоящая из тяжелых металлических шаров. Влево цепь тянут 4 шара, а вправо-2. Цепь должна была под действием избыточной силы постоянно двигаться

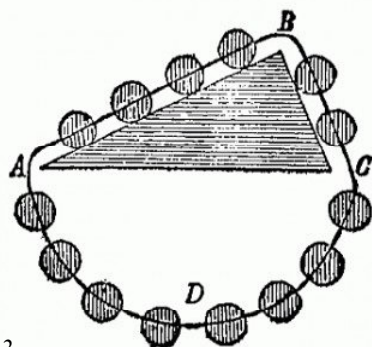


Рис. 2

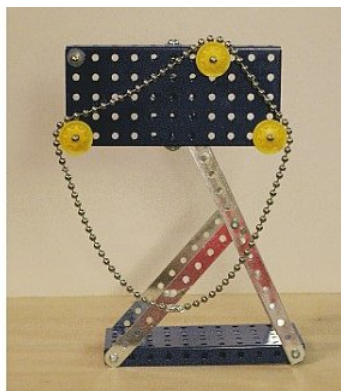
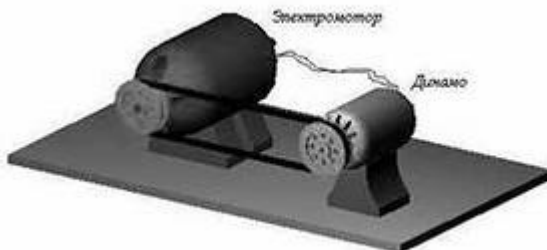


Рис. 3



против часовой стрелки. Но механизм не работал. Почему? Левая и правая плоскости скольжения находятся под разными углами. Если разложить силы действующие по обе

стороны призмы, то окажется: силы действующие на цепь слева равны силам, действующим справа. Отчего весь механизм находится в покое.

В устройстве “динамо с мотором” соединён генератор тока (динамо-машина) с электродвигателем. Динамо-машина вырабатывает ток для электродвигателя, который вращаясь приводит в действие саму динамо-машину. Получается, что такое устройство работает непрерывно не потребляя энергию извне. Это было бы возможно, если бы коэффициент полезного действия подобной установки был равен 100%. Но всегда есть потери энергии. Да и полезной работы устройство не могло производить [3].

Ещё одна из попыток – “пневматический мотоцикл” имеет насос, который нагнетает воздух в резервуар. Сжатый воздух приводит в действие пневматический двигатель, работающий по идее изобретателя без остановок. При этом хотели получить количество энергии, необходимое и для движения мотоцикла, и для создания давления в резервуаре. То есть получился бы механизм с КПД большим 100%. Такой проект невозможен. Мотоцикл не может двигаться [4].

Идею создания вечного двигателя на постоянных магнитах попытался воплотить канадец Тейн Хайнсен (Thane Heins). В 2005 году он организовал компанию Potential Difference Inc. для разработки и внедрения своего детища.

Все началось в 1985 году, когда будущий изобретатель задумался, как, используя магниты, можно улучшить генератор мощности. Хайнс соединил приводной вал электрического мотора со стальным ротором с небольшими круглыми магнитами, расположенными на его внешнем ободе. Согласно идее Хайнса, во время вращения ротора магниты должны проходить через проволочную катушку, что вызвало бы протекание тока. То есть получился бы обычный генератор. Для тестирования системы катушке он присоединил электрическую нагрузку – лампочку. Работая на нагрузку, ротор должен был замедляться и, в конечном итоге, остановиться. Но вместо этого он стал ускорять свое движение вплоть до того, что магниты разлетелись, повредив стены.



Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6

Теоретически должно было быть сгенерировано сильное магнитное поле, в котором должен был проявиться эффект обратной ЭДС, описываемой законом Ленца, что в свою очередь должно было остановить ротор, поскольку закон Ленца физически проявляет себя как закон трения в механике.

Однако произошло обратное: магнитное трение превратилось в магнитное ускорение. Хайнс считал, что, поле вращающихся магнитов посредством проводящих стальных ротора и вала действует на самое сердце электрического мотора, превращающего электрическую энергию в кинетическую. Обратная ЭДС в данном случае ускоряет мотор, который заставляет быстрее вращаться ротор, то есть имеется положительная обратная связь. Хайнс подтвердил это, заменив стальной вал на непроводящую пластиковую трубу, – ускорение в таком варианте установки не наблюдалось. 28 января 2008 года Хайнс испытал свой вечный двигатель в лаборатории Массачусетского Технологического Института. Удивительно, но прибор действительно работал! Более поздних данных об этой удивительной машине нет, но скорее всего, и эта попытка была неудачной [5].

Несмотря на то, что до сих пор считается, что создание действительно вечного двигателя невозможно, никто не запрещает стараться.

Литература:

1. Вечный двигатель: <http://kinofilmmonlayn.ucoz.ru/publ/1-1-0-19>
2. Задача теоретической механики - изучение наиболее общих законов механических движений: <http://studopedia.org/3-32154.html>
3. Кафедра теоретической механики КФУ: <http://kpfu.ru/math/history/istoriya/mech>
4. Механика сегодня и завтра. <http://www.tpm.bsu.by/entrant1.html>
5. Невозможность вечного двигателя: <http://fedosenko59.ru/2014/02/20/nevozmozhnost-vechnogo-dvigatelya/>

Яворская Е.Л., 3 курс, спец. «ДО», ХГАДИ

Руководитель: канд. эконом. наук, доцент Звоник А.А.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТЫ ОБ ФИНАНСАХ И ДЕНЬГАХ

В 1980-х в Лондоне журнал “Экономист” ввёл в употребление “индекс Биг-мака” как способ сравнения покупательной силы мировых валют. Биг-Мак послужил хорошей основой, так как был одним из немногих продуктов, идентичных по всему миру. В США в апреле 2001 можно было купить Биг-

Мак в Макдоналдсе за 2.54 долл. В Швейцарии он стоил в денежном эквиваленте 3.65 доллар; в Малайзии – всего лишь 1.19. Другими словами, на свой доллар в Малайзии Вы можете купить больше, чем в США, и значительно больше, чем в Швейцарии.

Если валюта имеет покупательскую способность в своей стране выше, чем где-либо ещё (делая Биг-Мак дешёвым), то она считается недооцененной. Если же на валюту можно купить в своей стране меньше, чем где-либо ещё (что делает Биг-Мак дорогим), она считается переоцененной.

На многих долларовых банкнотах изображены президенты США, но каким образом изображение Бенджамина Франклина попало на стодолларовую банкноту, который в число президентов никогда не входил?

Изобретатель громоотвода и редактор газеты такую честь заслужил благодаря тому, что вошел в число основателей Америки и на Декларации независимости стоит его подпись.

Интересным для многих может стать тот факт, что банкноту доллара можно сложить вдоль и поперек четыре тысячи раз. По данным Федерального резерва известно, что долларовая банкнота «живет» около 22 месяцев, пятидолларовая - 2 года, а пятидесяти- и сто долларовые - целых 9 лет. Моне-ты же в свою очередь являются более долговечными и могут использоваться около трех десятков лет.

Некоторых очень интересует, почему на обратной стороне банкноты в один доллар изображена пирамида. Ответ на этот вопрос следующий: пирамида – это часть гербовой печати Америки. Пирамида символизирует силу и могущество, а 13 ступеней - это штаты государства.

Удивительно также, что в нескольких городах США есть собственная валюта. Первым городом, который создал собственную валюту, считается Итака. В 1991 году Пол Гловер и его преемники придумали итакские часы. Итакский час приравнивался к десяти долларам. Деньги названы часами, чтобы люди помнили о том, что валюта - это плата за труд. Кроме Итаки собственными валютами пользуются города Мэдисон, Корваллис и Траверс Сити.

Вы знали, что существует купюра достоинством в десять тысяч долларов? Вообще на сегодняшний день самая крупная купюра - это 100 долларовая, но раньше выпускались и тысячные, и пятидесятые и даже десяти-тысячные. В 1969 году их прекратили печатать, так как не было в этом особой необходимости. Некоторые такие купюры до сих пор существуют и считаются законным средством оплаты. Но большая их часть находится в руках коллекционеров.

Каждый хотя бы раз задумывался о том, как уничтожают и создают деньги. ФРС проверяет всю валюту на специализированном оборудовании, и решают дальнейшую судьбу банкнот. В том случае, если в результате проверки выявляются непригодные банкноты, они разрезаются в машинках и заменяются новыми. Измельченные купюры либо выбрасывают, либо используют в сувенирах, которые продаются во время экскурсий в резервные банки.

Литература:

1. Факты экономики. [Электронный ресурс] <http://economicportal.ru/facts.html>
2. Маркетинг. [Электронный ресурс] <http://www.ereport.ru/articles/firms/mktng.htm>

Яворська О.Л., 4 курс, спец. «ДІ»

Керівник: викладач Підлісна О.В.

ХАРАКТЕРНІ РИСИ СТИЛЮ ФУТУРИЗМ У ФОРМУВАННІ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО ОФІСНОГО ІНТЕР'ЄРУ

Стиль ФУТУРИЗМ охрестили як стиль майбутнього. Самі незвичайні форми, без обмежень кольору, тематика космосу — все це стиль Футуризм.

Саме тому для створення образу наукового інституту, що займається проблемами розвитку наукових напрямів, цей стиль підходить якнайкраще.

«Future» в перекладі з латині означає «майбутнє». Основоположником стилю футуризм став італійський поет Філіппо Томмазо Марінетті. Саме він виділив в окрему течію оспівування динаміки століття, що починалося, всього нового, що створила людина.

Стиль футуризм в інтер'єрі. Футуризм в дизайні та архітектурі характеризується плавними лініями, прихильністю до асиметрії та гри з геометричними фігурами, комбінуванням гладких поверхонь і довгих горизонтальних прямих ліній. Все це принципи футуризму, котрі відрізняють цей стиль від інших, надають йому неповторності, свободи, рис сучасності. Даний стиль стверджує, що технологія більш красива, ніж твори мистецтва.

Формоутворюючі. Футуризм в інтер'єрі проявляється через просту геометрію ліній і навмисно диспропорційне планування. Основні геометричні рішення простору в тому числі віконні прорізи, перегородки, мають округлі високотехнологічні форми. Пропонуються порожні рівні поверхні, строгі форми.

Обробні матеріали. В футуристичних інтер'єрах головну роль відіграють найсучасніші матеріали: метал, скло, поліуретан, коріан, карбон, пластик, алюміній. Стіни зазвичай покривають фарбою або оформляють панелями з пластику. Ніяких шпалер бути не може. Для підлоги використовують ламінат, кахелі або наливну підлогу.

Кольорове рішення. Колірна гамма стримана і лаконічна: білий, сірий, бежевий, сріблястий. Допускаються вкраплення яскравих кольорів в якості емоційних акцентів. В інтер'єрі використовують матові, глянцеві, світловідбиваючі матеріали. За допомогою таких матеріалів створюється враження, що кольори в інтер'єрі різноманітні.

Меблі та обладнання. Асиметричні вигнуті форми меблів характеризують футуристичний стиль. У ньому присутні лаконічні і холодні рішення, сюди вдало впишуться хромовані деталі і мінімальна кількість текстилю. Якщо говорити про форми, то вони максимально геометричні і прості: коло, квадрат, еліпс, овал.

Конструкція футуристичних меблів повинна бути чіткою і ергономічною.

Освітлення. У футуристичному інтер'єрі використовуються всі останні новинки техніки, в тому числі це стосується трендів в освітленні. Світлодіодні і струнні світильники, люмінесцентні і галогенні лампи освітлюють весь інтер'єр в цілому. Освітлення дозволяє здійснити зонування в інтер'єрі, концентруючи увагу на окремих предметах.

Висновки. Характерні особливості стилю футуризм за такими показниками як: формоутворюючі, обробні матеріали, кольорове рішення, меблі та

обладнання, декор та аксесуари, освітлення – доцільно використати під час розробки інтер'єрів Фізико-хімічного інститут ім. Багатського у м. Одеса.

Література:

1. Електронний ресурс: Футуризм. режим доступу: <http://jak-zrobyty.pp.ua/1907-futurizm-v-suchasnomu-dizayn.html>
2. Егорова С. Стиль в интерьере. Футуризм. – К.: Архидея, 2011. – 64с.

Янкина Е.А., 3 курс, спец. «ПД»

Научный руководитель доцент Галушка О.А.

ТЕХНОЛОГИИ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ И ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН

Использование виртуальной реальности еще только 20 лет назад находилась на начальной стадии, но с развитием индустрии развлечения виртуальная реальность стала прогрессировать. Ее стали использовать в кинотеатрах и для создания видеоигр. В настоящее время в мире существует более ста установок виртуальной реальности, которые используются в самых разных областях науки и техники. Технологии создания виртуальных сред, 3D-моделирования и визуализации стали применять в инжиниринге, моделировании производственных процессов, в области промышленного дизайна. Виртуальная реальность — модельная трехмерная компьютерная среда, создаваемая при помощи компьютерных средств, которая позволяет пользователю погрузиться в искусственный мир и непосредственно действовать в нем с помощью специальных сенсорных устройств, которые связывают его движения с аудиовизуальными эффектами. При этом внешние анализаторы и моторные ощущения пользователя заменяются их имитацией, генерируемой компьютером.

Характерными признаками виртуальной реальности являются [1]:

- моделирование в реальном масштабе времени;
- имитация окружающей обстановки с высокой степенью реализма;
- возможность взаимодействовать на окружающую обстановку и иметь при этом обратную связь.

Главной особенностью виртуального моделирования является возможность пользователя, наблюдателя, разработчика перемещаться в виртуальном пространстве, увидеть как отдельный объект, так и полную картину той среды, в которой объект находится с любой точки зрения и в любой временной период. Виртуальная сборка позволяет проверить степень стыковки тысяч деталей сложнейшего изделия до начала этапа реальной сборки. Широко известен пример проектирования самолетов Boeing 747 и Learjet 45, когда проверка качества сборки всей системы осуществлялась в виртуальном пространстве[2]. Такой процесс прототипирования помогает значительно повысить эффективность при конструировании и разработке промышленного дизайна. С помощью таких технологий еще на стадии проектирования можно понять как проектируемая система будет работать.

Основными техническими средствами при моделировании в виртуальной реальности есть монитор и указывающие устройства типа мыши или джой-

стика. В более продвинутых системах применяются виртуальные шлемы с дисплеями (HMD), в частности шлемы со стереоскопическими очками, и устройства 3D-ввода, например, мышь с пространственно управляемым курсором или «цифровые перчатки», которые обеспечивают тактильную обратную связь с пользователем [3]. Созданный с помощью систем моделирования объект, можно помещать в различные среды, имитировать и проследить не только его перемещения в созданном для него виртуальном пространстве, но и демонстрировать его функционирование. Существует сценическая и экранная виртуальная реальность. При сценическом типе человек «находится» внутри виртуального мира, является одним из его объектов. При экранной человек находится вне среды, наблюдая ее извне через неподвижное поле зрения (как, например, сидящий за дисплеем компьютера оператор) [4]. Сценическая виртуальная реальность позволяет обеспечить практически полное погружение оператора в виртуальную среду. Также для этого используют разнообразные датчики, системы координирующие пространственное положение органов человеческого тела в виртуальной среде и тактильную связь с виртуальными, несуществующими объектами. Экранные системы виртуальной реальности обеспечивают частичное погружение в виртуальную среду, т.е. часть среды моделируется на компьютере, а часть имитируется физически, в виде различных пультов, рабочих мест, кабин и т.д.

Качество как сценической, так и экранной виртуальной реальности определяется техническими возможностями компьютерной платформы, на которой реализуются данные технологии. Сегодня из всего многообразия существующих компьютеров для решения задач виртуальной реальности наиболее подходящими являются компьютерные системы, производимые известной американской фирмой Silicon Graphics.

В настоящий момент и для отечественных пользователей имеется возможность применения современных западных аппаратных и программных средств, с помощью которых могут быть построены высокоэффективные комплексы виртуальной реальности и виртуального прототипирования. Компания MultiGen, Inc. — ведущий разработчик программного обеспечения для приложений визуального моделирования реального времени, индустрии развлечений и визуализационных приложений САПР предлагает законченное решение — комплекс программных средств разработки трехмерных моделей в промышленном стандарте и мощные инструменты построения баз данных. Продукты фирмы — MultiGen II Pro, MultiGen Creator, MultiGen Go, GameGen II и SmartScene — используются для создания трехмерных объектов и сцен приложений реального времени. Эти инструменты дают возможность пользователю быстро создавать двумерные или трехмерные модели любого типа, в которые может быть добавлена арифметическая и логическая информация, обеспечивают разработчиков объектов визуального моделирования возможностью быстрого автоматического формирования полностью текстурированных поверхностей с использованием многоуровневой системы детализации, а также предоставляют собственную среду для разработки визуальных баз данных.

Пакеты программ фирмы Alias|Wavefront : Alias Designer, Alias Studio, Alias AutoStudio, Alias StudioPaint, используют наиболее современные методы математического моделирования сложных поверхностей, позволяющие формировать компьютерное изображение с максимальной степенью фотореализма. При этом созданные двумерные модели легко преобразуются в трехмерные. Это позволяет быстро визуально оценить проектируемые поверхности и получить полное представление о внешнем виде объекта еще на стадии проектирования.

Программные продукты для дизайна фирмы Alias| Wavefront являются важным элементом общего процесса проектирования. Они позволяют существенно сократить общее время разработки и обеспечивают значительную экономию средств, а также гармонично встраиваются в уже существующие системы автоматизированного проектирования и подготовки производства. Сегодня программное обеспечение для автомобильного дизайна фирмы Alias|Wavefront установлено более чем на 70% ведущих автомобильных предприятиях мира.

Описанные выше системы по оценкам специалистов являются лучшими на сегодняшний день программными комплексами моделирования и визуализации на платформе Silicon Graphics, позволяющими эффективно решать целый спектр задач, связанный с разработкой, созданием и эксплуатацией сложных технических объектов и систем.

Новейшие технологии визуализации позволяют сегодня оптимизировать производство, снизив издержки при выпуске новой продукции, отсеять все лишнее еще на этапе проектирования, максимально реализовать самые смелые идеи с учетом производственных возможностей.

Таким образом технологии виртуальной реальности обеспечивают: создание трехмерных моделей, моделирование сложных поверхностей и их фактуры, представление о внешнем виде объекта на стадии проектирования, сокращение времени разработки, значительная экономия средств. Все это делает возможным существенно повысить качество промышленного дизайн-проектирования и производство промышленных изделий.

Интернет-источники:

1. http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/21081
2. <http://ve-group.ru/3dvr-resheniya/dizayn-i-konstruirovanie/>
3. <http://oculus-rift.ru/virtual-reality-and-devices/>
4. <http://www.osp.ru/ap/1998/02/13031671/>

З М І С Т

Авраменко Д.А. Lettering	3
Агеєнко Г. Сучасні проблеми та сакральна місія графічного дизайну	5
Акіньшина Ю.В. Українська ікона Богоматері: відхід від Візантійських канонів	6
Александрова А. Американський киноплакат ХХ века	7
Альніков С.М. Формотворення предметного дизайну Premier Palace Hotel Kharkiv засобами інноваційних технологій 3D-друку	9
Антипина Е. Проблемы создания логотипов в творчестве Милтона Глейзера	11
Афанасьєв О.С. Особливості соціальної скульптури в Україні	13
Барлет Ю.С. Техніка мовлення оратора.	15
Бессалова А.С. Герберт Любалин.	16
Бондарева С. Плюсы и минусы кредита	18
Брик А.В. Переконавання як мистецтво	19
Буймер К.В. Розвиток рукописної книги в українському мистецтві	20
Вакулєнко М.С. Стили слоев в Adobe Photoshop.	22
Виноградова М.К. Внесок соціальних мереж у розвиток графічного дизайну	23
Виноградова М. Селфі-тренд фотомистецтва ХХІ століття	25
Вовченко А. А. Резное дерево в интерьере	27
Водолаженко І.О. Мистецтво риторика оратора в його володінні усним словом як засобом впливу на слухачів	28
Волчонок М.А. Особливості монологічного та діалогічного тексту	29
Вороб'єва І.С. Роль знань анатомії человека в дизайне	31
Вышелеская О.Р. Фотография в графическом дизайне эпохи конструктивизма	32
Гелла К.С. Етична мода і її принципи	34
Holowko N. Was ist ein Kunstwissenschaftler.	36
Горбачов Є. К. Імпресіонізм в Україні	37
Горбачук Б.Т. Створення стільця як фундаментальний прояв особистості дизайнера.	38
Горьковая А. Эволюция представлений о механизации в графическом дизайне	41
Dawidenko V. Das Industriedesign	43
Денішук В.О. Сучасні проблеми української термінології	44
Деркач В.Н. Массимо Виньелли	45
Доброход Ю.О. Дерев'яні храми України	47
Дорофєєва М.С. Привлеченные финансовые средства	48
Дорофєєва М.С. Хозяйственные товарищества. Преимущества и недостатки	50
Дорофєєва М.С. Критерии и показатели эффективности производства	51
Дьоміна В.С. Риторика і ораторське мистецтво	53
Згода М.А. Оратор та аудиторія: контакт, вплив, взаємодія	55
Ильченко Ю. А. Экологические вопросы в дизайн-проектировании столовой посуды	56
Капустяк О.В. Генрих Томашевский.	60
Карпова А.Р. Проявление «украинского стиля» на страницах «Азбуки» Нарбута	61
Кириченко Ю. Американская реклама 1950-х годов	64
Кисла С. Енеїда Порфирія Мартиновича	66
Клопотова М. Кольорофоносемантичне сприйняття мови	68

Ковальова М. Р. Невідомі сторінки з історії	69
Коротецкая В.С. Польза применения Foam Roller на занятиях физической культуры в творческих ВУЗах	71
Кравцова Е.Н. Стрит-арт — искусство или вандализм?	73
Криворотенко Д. О. Види ринків	75
Крикун А.В. Характерні особливості дизайну сучасних офісних приміщень	76
Кругляк-Дрига А. Риторика у житті сучасної людини	78
Кудря Р.І. Монолог, діалог, полілог як риторичні форми професійного красномовства	79
Кузнєцова Ю. Інфографіка як елемент в графічному дизайні	80
Kulagina N. Subject of design	81
Кускова Ю.В. Работа с архиватором WinRAR	82
Левитина Д.А. Японский графический дизайн	84
Левчикова А. Українські звичаї та традиції	86
Леонець Я. Гигантизм человека – это нормально!	87
Линникова Е.Н. Інфографіка.	89
Лінок А. До питання про особливості розвитку книжково-журнальної графіки В. Ермілова (перша третина ХХ століття)	91
Литвинова А.Д. Развитие ловкости с помощью баланс борда студентов творческих специальностей.	94
Литвинова С.В. Застосування координатних сходів на заняттях фізичного виховання студентів творчих спеціальностей	96
Логвіненко К.В. Техніка мовлення.	99
Максимова О.Г. Молодь у романі Сергія Жадана «Депеш мот».	101
Малеєва К.Г. Генезис стула в дизайне	102
Мартинюк Т.О. Доцільність біоформ в архітектурному дизайні	104
Маслій В. Пошук нових форм презентацій колекцій одягу на початку ХХІ століття	106
Матлай И.Г. Графический дизайн в визуальных коммуникациях	108
Мельникова Є.Р. Х'юстон, у нас емблеми!	109
Микуцкая Е. Минимализм в графическом дизайне.	111
Модлинская М.А. Польский плакат — первый шаг к постмодернизму	113
Мороз О. Експериментальна типографіка Девіда Карсона	115
Морозенко Л.В. Авквасистемы и средовой дизайн	116
Москаленко Д.В. Мистецтво слова	118
Нагорнюк Р.В. Вплив економічних факторів на фешн-індустрію	119
Настобурко Я.Ю. Відродження України у графіці державних символів Г. Нарбута	121
Нестеренко А.А. Коленный сустав	122
Нижник О.С. Український танець	124
Новіков М. Ю. Ділова риторика	125
Новицька Г.М. Роль Дмитра Яворницького в науці та мистецтві України	126
Odegowa I. Berufsbild des Innenarchitekten	130
Оренко Е.В. Вторсырье и современный дизайн	131
Панасенко О.С. Минимализм в творчестве Нома Бара	133
Пандирєва Є.А. Початок друкування кириличним шрифтом	134

Пасинок В. В. Види бетону в сучасному будівництві і використання в інтер'єрі . . .	136
Пасинок В. В. Сучасна кераміка як авангард народного мистецтва Слобожанщини . . .	137
Пасынок В. В. Искусство современной керамики	139
Прокоф'єва Д.В. Перегородки, що трансформуються, як дизайнерський засіб зонування офісного простору	141
Проскурякова Д. Рослинність на даху як дизайнерський прийом озеленення . . .	142
Пусан Д.О. Визначення концептуального рішення інтер'єру рекреації 2-го поверху корпусу №2 ХДАДМ	143
Пшенична К.Д. Модульний принцип формоутворення в дизайні одягу	145
Романова В. Упаковка и экология	147
Руда Н.І. Специфіка дизайну інтер'єрів дитячих садків для дітей з вадами зору	150
Rudenko V. Abanindranath tagore as a modern indian painter	151
Савченко Н. А. Цвет в упаковке	153
Савченко О.С. Дизайн логотипа и его особенности	155
Самуйлік Ю.В. Кам'яна Могила – видатна пам'ятка прадавнього мистецтва на території сучасної України	156
Сєдих Л. В. Деякі моменти творчого життя художника Віктора Чауса	158
Седова Д., Пронякина В. Использование TRX петель на занятиях ЛФК для студентов	159
Sechnov Ye. Iconic Design	160
Сінякова А. Г. Художнє оформлення Остромирого Євангеліє	162
Сиренко А.В. Типографика визуальной среды	163
Скібіна М. Українська мова у сім'ї слов'янських мов	164
Скирда Д.Е. Роль «экодизайна» в решении экопроблем.	166
Скіпенко К. Деякі нотатки до творчості Д. Левицького	168
Скляр А.В. Дизайн костюмів в сучасному кіномистецтві	170
Скрипкіна К.С. Кому слід дякувати за Держпром.	172
Собакар С.В. Доля жінки на війні за кіноповістю О. Довженка «Україна в Огні» . .	174
Солодовников П.Ю. Графический роман: на стыке литературы, дизайна и кино .	177
Соменко М.С. Сферы деятельности графического дизайнера	179
Спрягайло Г.Е. Шрифты первопечатных изданий И. Гутенберга	181
Старчикова А.Р. Колесо и его развитие.	182
Тимченко Е. О. Мебель из войлока	185
Тихоновська Л.С. Видатний український любомудр Григорій Сковорода – майстер красного слова	187
Ткачук Е. Цвет в плакатной графике	188
Топчий И.А. Исторические заблуждения о черепе человека	190
Турчинец А. Организация мест для курящих средствами дизайнера	192
Филоненко В.М. Икона «Св. Иоанн Предтеча» из собрания Чугуевского художественно-мемориального музея И.Е. Репина: иконографические особенности и атрибуция	194
Філоненко В.М. Розвиток риторики в Україні	199
Kharina Ju. Illustrating Camelot	201
Худякова А.Г. Переконувати словом — велике мистецтво	202

Худякова А.Г. Влияние гендерных стереотипов на воспитание девочек (на примере художественной школы)	204
Хуторной И. П. История развития искусства интарсии	206
Цвелих М.Ю. Творческие прорывы в карьере Лео Бернетта	207
Циток К.В. Ділова риторика	209
Tscharkova A. Industriedesign	210
Чеботарева А.Ю. Икона «Рождество Пресвятой Богородицы»: иконография праздника, вопросы атрибуции	212
Чеботарьова А.Ю. Мистецтво говорить перед широким загалом.	216
Чеботарьова А.Ю. The Icon “Nativity of the Virgin” Restoration Treatment	218
Чобітько О. М. Окремі нотатки до живопису доби Відродження.	220
Шаполов Р.В. Взаємне кохання в світовій міфології	221
Швейкіна В.А. Готика в українській архітектурі.	223
Швец Л. Стилистические особенности графики в украинской азбуке Г. Нарбута.	224
Шевченко А.Э. Необходимые условия для функционирования рынка	226
Шевченко А.Э. Обеспечение инфраструктурой непрерывного функционирования рыночного механизма.	228
Шевчук А.В., Фальшивий веб-трафік	229
Шокурова О.Є. Григорій Сковорода – український поет і любомудр	231
Шоломії О. Використання біонічних форм у концептуальних рішеннях дизайну інтер'єрів водних споруд.	232
Шостко А.И. Эволюция рекламного плаката в XIX – XXI веках	234
Шульгіна Ю. Риторика – наука переконувати	236
Щербаков С.О. Полемічна майстерність як засіб аргументації та порозуміння	237
Щетиніна А.О. Позитивний вплив оповідань на дітей під час навчального і виховного процесів в початкових художніх навчальних закладах	239
Юркіна Н.Ю. Класицизм в архітектурному вирішенні Київського національного університету ім. Тараса Шевченка	240
Юркина Н.Ю. Невозможность вечного двигателя	243
Яворская Е.Л. Экономические факты об финансах и деньгах	246
Яворська О.Л. Характерні риси стилю футуризм у формуванні образу сучасного офісного інтер'єру	248
Янкина Е.А. Технологии виртуальной реальности и промышленный дизайн	249

Наукове видання

Всеукраїнська наукова конференція
студентів ХДАДМ
за підсумками роботи 2015/2016 навчального року

17 травня 2016 р.

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 Мастєрова Ю.Р.

Підп. до друку 31.05.2016. Формат 60x80 1/16. Папір: друк. Друк: ризограф.
Ум. друк. арк. 16.00. Тираж 100 прим.
ХДАДМ, Харківська державна академія дизайну і мистецтв,
Україна, 61002, Харків-2, вул. Мистецтв, 8.
Надруковано у типографії ХДАДМ
61002, м. Харків, вул. Мистецтв, 8.