

УДК 37

DOI: 10.34670/AR.2022.70.70.094

Развитие проектной культуры студентов факультета художественного образования при изучении графического дизайна

Гольденберг Ольга Александровна

Кандидат педагогических наук,
доцент кафедры художественного образования,
Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)
Российского государственного
профессионально-педагогического университета,
620012, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11;
e-mail: cheskid@list.ru

Аннотация

В статье рассматриваются особенности процесса овладения практическими навыками в графическом дизайне, направленного на развитие проектной культуры будущих педагогов изобразительного искусства и дизайна. Выпускники факультета художественного образования готовятся к выполнению трудовых функций учителя общеобразовательной школы и педагога дополнительного образования. Также освоение образовательной программы готовит специалистов к творческой самореализации, способствует развитию их конкурентоспособности. Графический дизайн, осуществляя визуальную коммуникацию, становится одним из методов развития проектной культуры. Представлен опыт работы со студентами направления подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), профили «Изобразительное искусство и дизайн» Нижнетагильского государственного социально-педагогического института (филиала) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный профессионально-педагогический университет» (Филиал РГППУ в г. Нижнем Тагиле). Изучение графического дизайна в данном случае не сравнивается с обучением студентов направления подготовки 54.03.01 Дизайн. Автором рассматривается введение задания по разработке фирменного стиля компании как системообразующего элемента графического дизайна в обучении будущих педагогов изобразительного искусства и дизайна.

Для цитирования в научных исследованиях

Гольденберг О.А. Развитие проектной культуры студентов факультета художественного образования при изучении графического дизайна // Педагогический журнал. 2022. Т. 12. № 5А. С. 736-742. DOI: 10.34670/AR.2022.70.70.094

Ключевые слова

Проектная культура, графический дизайн, педагогическое образование, изобразительное искусство.

Введение

В процессе формирования готовности к выполнению трудовых функций будущих педагогов изобразительного искусства и дизайна особое внимание уделяется развитию проектной культуры студентов. Проектирование понимается нами как социокультурный механизм, превращающий любую культурно-значимую деятельность и порождаемые ею ценности в реальные технологические процессы и структуры, функционирующие как непосредственные производственные силы. На основании исследований процесса проектирования выявлено, что основные его принципы и этапы являются универсальными как для научно-исследовательской, педагогической, социально-культурной деятельности, так и для дизайна [Генисаретский, 1990; Сидоренко, 1990; Генисаретский, Бигунова, 2004]. Проектная культура рассматривается О.И. Генисаретским «как пространство для творчества, в котором проектное воображение реализуется благодаря производным от него способностям понимания, проектного замышления и вкуса» [Генисаретский, 1990, 8]. Графический дизайн, осуществляя визуальную коммуникацию, становится одним из методов развития проектной культуры. Отдельным аспектом освоения графического дизайна для будущих учителей является понимание условий развития проектной культуры подростков на занятиях изобразительным искусством и дизайном в общеобразовательной школе, рассмотренное в исследовании Ю.А. Фильчаковой [Фильчакова, 2003].

Основная часть

Учебная дисциплина «Графический дизайн» является дисциплиной по выбору основной профессиональной образовательной программы направления подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), профили «Изобразительное искусство и дизайн», изучается на последнем, пятом курсе.

Целью освоения дисциплины является развитие проектной культуры, формирование дизайнерского мышления студентов и овладение технологиями в графическом дизайне. В процессе освоения учебной дисциплины формируются следующие компетенции: профессиональная компетенция, соответствующая педагогической деятельности (ПК-6) – готовность к взаимодействию с участниками образовательного процесса; а также специальная компетенция (СК-5) – владение практическими навыками работы в дизайне (в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), утвержденными приказом Министерства образования и науки РФ от 09 февраля 2016 года № 91).

Учебные задания, выполняемые студентами на занятиях по дисциплине «Графический дизайн», направлены на развитие проектной культуры, творческих способностей студентов при решении комплекса задач работы над объектами графического дизайна, приобретение практических навыков работы с компьютерной растровой графикой и векторной графикой. Предлагаемые учебные задания ведут к разработке фирменного стиля компании, что позволяет применить на практике ранее полученные знания и умения, смоделировать реальный процесс создания элементов корпоративного дизайна. Студенты пятого курса уже имеют достаточный объем знаний и умений для выполнения указанной работы, полученных при освоении учебных дисциплин.

Изучая историю искусства и дизайна, мировую художественную культуру, студенты

проводят анализ, сопоставление, выявление стилистических особенностей художественных произведений, определяют художественные направления, стили, тенденции развития мирового искусства и дизайна. Им уже известны основные этапы развития отечественного и зарубежного художественного образования и дизайна, требования к организации занятия по изобразительному искусству и дизайну, возрастные особенности изобразительной деятельности и критерии оценки художественного творчества, особенности осуществления педагогического процесса в разных возрастных группах, благодаря изучению дисциплин «Теория и методика обучения изобразительному искусству», «Теория и методика обучения дизайну».

Освоение рисунка, живописи, композиции, пропедевтики в дизайне, в частности, способствовали развитию творческого воображения и образного мышления, сформированности умения составлять замысел творческой работы и реализации его с использованием системы выразительных средств графики, живописи, композиции, дизайна. Умение выбирать композицию и шрифт, соответствующие конкретной визуальной среде, приемы визуального структурирования информации получены в рамках дисциплины «Шрифт и шрифтовая композиция». Студенты обладают знаниями и умениями в области компьютерной графики, необходимыми для выполнения проектов в области графического дизайна. Освоение дисциплин «Основы компьютерного дизайна» и «Компьютерная графика» позволило им ранее познакомиться с интерфейсом, средствами, инструментарием графических программ, необходимых для решения задач дизайн-проектирования, создания изображений векторной и растровой графики с последующей подготовкой к печати.

Задание в процессе освоения дисциплины «Графический дизайн» по разработке фирменного стиля направлено на обобщение имеющихся знаний и умений по графическому дизайну, позволяет студенту продемонстрировать собственный художественный стиль, определить объект проектирования. Обучающиеся самостоятельно выбирают организацию, для которой будут выполнять проект, от названия и логотипа до характерных носителей фирменного стиля. Отдельно отметим, что не ставилось условие выполнения реального заказа на проектирование от какой-либо организации. Проект мог быть выполнен также для несуществующей организации. В результате выполнения учебных заданий на экзамен представляются две работы: руководство по использованию фирменного стиля (гайдлайн) в электронном виде и распечатанный, на выбранном формате, презентационный лист (листы), позволяющий показать основные элементы визуальной идентификации бренда.

Освоение содержания программы дисциплины «Графический дизайн» можно условно разделить на два раздела: первый – поиск и реализация средствами графических программ элементов корпоративного дизайна, второй – объединение разработанных элементов и их описание в руководстве по применению фирменного стиля компании, а также подготовка презентационного листа (листов).

С целью определения студентами компонентов и особенностей корпоративного дизайна до начала работы над собственным фирменным стилем проводится ознакомление с брендбуками и руководствами по использованию фирменного стиля различных организаций. В процессе демонстрации проводится беседа, направленная на самоопределение студентов, дискуссии для выявления диапазона возможностей, потенциальных сложностей, оригинальных композиционных и цветовых решений.

Первый этап, состоящий из трех заданий, позволяет обратиться к ранее полученным знаниям, предпрофессиональному (а у некоторых – и профессиональному) опыту студентов, актуализировать их применительно к поставленным задачам.

Разработка фирменного стиля начинается с определения организации, ее смыслообразующих параметров (позиционирование компании, ценности, миссия, уникальность, эмоциональные и рациональные преимущества, целевая аудитория, название, его значение, слоган), что в дальнейшем должно быть отражено в визуальной форме. По условию задания студент может выполнить проект для существующей организации или новой. У многих студентов первое задание вызвало сложности, связанные с новизной задачи, несмотря на предшествующий анализ примеров корпоративного дизайна. Преподавателем не была определена организация, были заданы лишь ориентиры и ограничивающие условия, что было направлено на развитие способности принимать самостоятельные решения в условиях неопределенности, а также предоставить возможность реализовать индивидуальные предпочтения. В результате выполнения первого задания у каждого студента был создан изменяемый и дополняемый текстовый документ, который мог быть в дальнейшем основой технического задания по разработке фирменного стиля.

Студентам было предоставлено право в процессе работы изменить выбранную организацию, ее название в связи с тем, что оставалась вероятность спонтанного, не до конца продуманного решения. Некоторые студенты не могли на начальном этапе достаточно полно определить особенности выбранной организации, целевую аудиторию, стилистические особенности, что в дальнейшем привело к изменению первоначальных дизайнерских решений или организации, для которой выполнялся проект.

Во втором задании требовалось разработать фирменный блок компании и правила его использования. По условию задания фирменный блок может, но не должен, включать логотип и фирменный знак. В ходе поисковой работы применялись методы анализа фирменного стиля однородных компаний с использованием сетевых сервисов, каталогов, позволяющих изучить существующие варианты, определить подходы, тенденции, определить значимые элементы. Эскизные варианты выполнялись на бумаге и в графических редакторах как локально на персональных компьютерах, иных цифровых устройствах, так и с использованием онлайн-редакторов. Найденные композиционные и цветовые решения выполнялись в векторном графическом редакторе в соответствии с требованиями к воспроизводству логотипа на различных носителях. Студент мог выбрать графический редактор (Inkscape, Adobe Illustrator, CorelDRAW, Figma, Skencil) на основе имеющегося опыта работы или освоить новый. Обучающимся предлагался примерный перечень правил использования фирменного блока, включающий следующие элементы: использование до трех цветов; черно-белое изображение; выворотка на 100% в черном и фирменных цветах; цветная версия с указанием кодировки цветов (CMYK, RGB, Pantone); горизонтальное и/или вертикальное поведение логотипа, иконка (фирменный знак) с указанием минимальных размеров; использование логотипа на фотографиях; гарнитура фирменного шрифта, использованного в логотипе, текст переведен в кривые. В результате выполнения второго задания студенты выполняют типографскую композицию, в которую включают версии фирменного блока или логотипа, фирменные цвета с кодами, гарнитуры фирменных шрифтов. Композиция выполняется в векторном графическом редакторе на листе форматом А3, рабочий файл переводится в формат pdf под цифровую печать.

На данном этапе, используя метод взаимного обучения, взаимной оценки, проводится презентация организаций вместе с версиями фирменных блоков (логотипов), что способствует развитию коммуникативных и оценочных навыков студентов, позволяет увидеть реакцию аудитории, изменить содержательную и/или визуальную составляющую элементов корпоративного дизайна. Отдельно отметим цикличность работы, возвращение к первому и

второму заданием при необходимости в процессе разработки фирменного стиля.

Третье задание предполагает использование результатов первого и второго заданий при проектировании носителей фирменного стиля, вид и количество которых определяются студентом согласно особенностям компании, с сохранением единства, соответствия задаче и выразительности. Студентам предлагается примерный перечень элементов: фирменный паттерн; визитная карточка; бейдж; деловая документация: фирменный бланк, конверт, папка, приглашение; фирменная упаковка; рекламная полиграфическая продукция: листовка, плакат, билборд, лифлет, буклет; элементы визуальной коммуникации в помещении и на улице; цифровой дизайн: баннер, сайт, мобильное приложение. С целью визуализации дизайнерских решений создаются мокапы, демонстрирующие полиграфическую или цифровую продукцию в среде. В данном случае возможно использование как готовых мокапов из открытых источников, отобранных и отредактированных под поставленные задачи, так и самостоятельно созданных. Задание направлено на формирование умений создания пакета документов с обязательным присутствием логотипа, фирменной организацией плоскости. Роль преподавателя на данном этапе состоит в консультировании в выборе носителей, композиционном решении, а также контроле за выполнением работы. Студентам предоставлена возможность самостоятельного выбора и принятия ответственности за предлагаемые решения. Регулярные презентации работ на разных этапах в группе студентов позволяют получать обратную связь, отрабатывать коммуникативные навыки, развивать критичность мышления, осуществлять контроль за ходом работы, не сдерживая творческую инициативу. Вопросы, предложения, замечания, произносимые участниками дискуссии, позволяют автору проекта определить степень доступности дизайнерского решения, необходимость доработки или существенного изменения проекта. Взаимоконтроль способствует выявлению разнообразных точек зрения, появлению нетривиальных решений, моделированию условия тестирования результатов проектирования целевой аудиторией, заказчиком проекта, исполнителями.

Содержание, количество, продолжительность выполнения учебных заданий, в том числе за счет самостоятельной работы, определяются индивидуально для каждого студента и во многом зависят от поставленной задачи, самокритичности, выбранной организации, а также степени владения студентом графическими программами, методами создания композиции.

В результате выполнения заданий на первом этапе студенты имеют текстовый документ, описывающий деятельность организации, для которой проводится разработка фирменного стиля; фирменный блок или логотип с правилами его использования; комплект документов, в которых представлены примеры фирменной, полиграфической, цифровой, рекламной продукции.

На втором этапе производится объединение отдельных результатов проектирования в руководство по использованию фирменного стиля, что позволяет оценить сформированность умений по отбору содержания, подчинения отдельных элементов целому, замыслу, а также культуру исполнения, навыки работы в графических редакторах, владение письменной речью. Также студенту требуется подготовить презентационный лист, демонстрирующий применение разработанных элементов корпоративного дизайна в средовых объектах, рекламной продукции. Композиционное решение выбирается студентом самостоятельно и может содержать как изображения, включенные в руководство по использованию фирменного стиля, так и новые мокапы, позволяющие наилучшим образом показать разнообразие проектных решений. При поиске композиционного и цветового решения от студента требуется создать выразительную, единообразную, соответствующую целевой группе, поставленной задаче работу.

На этапе поисковой работы и предварительных решений проводится их презентация в группе, что позволяет получить обратную связь от восприятия решения, обосновать его или внести изменения, дополнить. В ходе дискуссии у студентов развивается способность создания композиции, отвечающей ожиданиям, запросам целевой аудитории, а также умение аргументированного обоснования предложенного решения, умение слушать предложения по изменению и дополнению визуализированной идеи.

Заключение

В результате выполнения учебных заданий студенты проходят путь от идеи до проекта по заданным характеристикам, в условиях, моделирующих реальный процесс. Представленные в статье особенности процесса овладения практическими навыками в графическом дизайне будут способствовать дальнейшему развитию проектной культуры выпускников в процессе как педагогической деятельности в качестве учителя изобразительного искусства общеобразовательной школы или педагога дополнительного образования, так и самостоятельной творческой и исполнительской деятельности в области дизайна.

Библиография

1. Генисаретский О.И. Методологические и гуманитарно-художественные проблемы дизайна: автореф. дис. ... д-ра искусствоведения. М., 1990. 36 с.
2. Генисаретский О.И., Бигунова Е.М. Теоретические и методологические исследования в дизайне: избранные материалы школьной культурной политики. М.: Издательство Школьной культурной политики, 2004. 371 с..
3. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама. М.: ДМК Пресс, 2016. 272 с.
4. Лаврентьев А.Н. История дизайна. М.: Гардарики, 2007. 303 с.
5. Михайлов С.М. История дизайна. Том 1. 2-е изд. испр. и доп. М.: Союз дизайнеров России, 2002. 270 с.
6. Насырова Э.Ф. Критерии и показатели оценки уровня профессиональной подготовки будущих учителей технологии при модульном обучении // Современные исследования социальных проблем. 2012. № 1(09).
7. Полеухин А.А. Развитие коммуникативного дизайна // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2009. № 115.
8. Рассказов Ф.Д. Гуманитарная подготовка – основа формирования мировоззрения личности // Актуальные проблемы современной педагогики: сборник научных статей. Шадринск, 2001. С. 16-33.
9. Сидоренко В.Ф. Генезис проектной культуры и эстетика дизайнерского творчества: автореф. дис. ... д-ра искусствоведения. М., 1990. 32 с.
10. Фильчакова Ю.А. Условия развития проектной культуры на занятиях изобразительным искусством и дизайном в общеобразовательной школе: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Рязань., 2003. 21 с.

Development of project culture of students of the faculty of art education while studying graphic design

Ol'ga A. Gol'denberg

PhD in Pedagogy,
Associate Professor of the Department of art education,
Nizhny Tagil State Socio-Pedagogical Institute (branch)
of the Russian State Vocational Pedagogical University,
620012, 11 Mashinostroitelei str., Ekaterinburg, Russian Federation;
e-mail: cheskid@list.ru

Abstract

The article discusses the features of the process of mastering practical skills in graphic design, aimed at developing the project culture of future teachers of fine arts and design. Graduates of the Faculty of Art Education are preparing to perform the labor functions of a secondary school teacher and a teacher of additional education. Also, the development of the educational program prepares specialists for creative self-realization, contributes to the development of their competitive ability. Graphic design, carrying out visual communication, becomes one of the methods of development of project culture. The experience of working with students of the training direction 44.03.05 Pedagogical education (with two training profiles), profiles "Fine Arts and Design" of the Nizhny Tagil State Socio-Pedagogical Institute (branch) of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education "Russian State Vocational Pedagogical University" (Branch of the Russian State Pedagogical University in Nizhny Tagil) is presented. In this case, the study of graphic design is not compared with the training of students of the 54.03.01 Design training direction. The author considers the introduction of the task of developing the corporate identity of the company as a system-forming element of graphic design in the training of future teachers of fine arts and design.

For citation

Gol'denberg O.A. (2022) Razvitie proektnoi kul'tury studentov fakul'teta khudozhestvennogo obrazovaniya pri izuchenii graficheskogo dizaina [Development of project culture of students of the faculty of art education while studying graphic design]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 12 (5A), pp. 736-742. DOI: 10.34670/AR.2022.70.70.094

Keywords

Project culture, graphic design, pedagogical education, fine arts.

References

1. Fil'chakova Yu.A. (2003) Usloviya razvitiya proektnoi kul'tury na zanyatiyakh izobrazitel'nym iskusstvom i dizainom v obshcheobrazovatel'noi shkole. Dokt. Diss. Abstract [Conditions for the development of a design culture in the classroom of fine arts and design in a secondary school. Doct. Diss. Abstract]. Ryazan.
2. Genisaretskii O.I. (1990) Metodologicheskie i gumanitarno-khudozhestvennyye problemy dizaina. Dokt. Diss. Abstract [Methodological and humanitarian-artistic problems of design. Doct. Diss. Abstract]. Moscow.
3. Genisaretskii O.I., Bigunova E.M. (2004) Teoreticheskie i metodologicheskie issledovaniya v dizaine: izbrannye materialy shkol'noi kul'turnoi politiki [Theoretical and methodological research in design: selected materials of school cultural policy]. Moscow: Izdatel'stvo Shkol'noi kul'turnoi politiki Publ.
4. Kurushin V.D. (2016) Graficheskii dizain i reklama [Graphic design and advertising]. Moscow: DMK Press Publ.
5. Lavrent'ev A.N. (2007) Istoriya dizaina [Design history]. Moscow: Gardariki Publ.
6. Mikhailov S.M. (2002) Istoriya dizaina. Tom 1 [Design history. Volume 1], 2nd ed. Moscow: Soyuz dizainerov Rossii Publ.
7. Nasyrova E.F. (2012) Kriterii i pokazateli otsenki urovnya professional'noi podgotovki budushchikh uchitelei tekhnologii pri modul'nom obuchenii [Criteria and indicators for assessing the level of professional training of future technology teachers in modular training]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem* [Modern studies of social problems], 1(09).
8. Poleukhin A.A. (2009) Razvitie kommunikativnogo dizaina [Development of communicative design]. *Izvestiya RGPU im. A.I. Gertsena* [Proceedings of Herzen State Pedagogical University of Russia], 115.
9. Rasskazov F.D. (2001) Gumanitarnaya podgotovka – osnova formirovaniya mirovozzreniya lichnosti [Stories. Humanitarian training is the basis for the formation of a person's worldview]. *Aktual'nye problemy sovremennoi pedagogiki: sbornik nauchnykh statei* [Actual problems of modern pedagogy: a collection of scientific articles]. Shadrinsk, pp. 16-33.
10. Sidorenko V.F. (1990) Genezis proektnoi kul'tury i estetika dizainerskogo tvorchestva. Dokt. Diss. Abstract [Genesis of design culture and aesthetics of design creativity. Doct. Diss. Abstract]. Moscow.