

Освітня складова графічного дизайну

Кротова Тетяна Федорівна¹, Осадча Алла Миколаївна²,
Свергун Марк Миколайович³

Опубліковано	Секція	УДК
30.10.2023	Освіта/Педагогіка	7.012:001.891

DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.11501710>

Ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

Анотація. Метою даної публікації являється систематизація й узагальнення відомостей щодо освітньої складової графічного дизайну. *Методологія.* У публікації використані такі методи дослідження: компаративний (при зіставленні різних форм освітньої компоненти графічного дизайну), типологічний та описовий методи аналізу ролі дизайну в конструюванні освітніх систем, узагальнення (для підведення проміжних і заключних підсумків дослідження, формулювання висновків), комплексний підхід (дозволив підпорядкувати усі елементи змісту та форми пропонованої статті меті й завданням дослідження). *Результати.* У статті встановлені основні віхи співвідношення дизайну й освіти. *Наукова новизна.* Обґрунтовані підходи до розробки стратегії використання дизайну в ході розробки освітніх програм. *Практична значущість.* Висновки, отримані у статті, можуть бути використані під час підготовки навчальних матеріалів з історії освіти й освітньої діяльності. *Висновки.* Виявлено, що навички графічного дизайну є важливими у всіх навчальних сферах, але особливо в навчальному дизайні, оскільки студенти повинні бути готові працювати в середовищі, де проектування візуальних матеріалів для навчання буде частиною їхньої щоденної роботи. Креативність є життєво важливою складовою освіти графічного дизайну. Сфера графічного дизайну вимагає від студентів участі в діяльності з вирішення проблем і використання свого естетичного почуття для розробки дизайну. Освіта графічного дизайну є багатогранною і метою навчання графічного дизайну має бути розвиток творчих здібностей студентів і навчання їх необхідним навичкам для творчих суджень. Тому необхідним для посилення ролі графічного дизайну в освіті вважаємо: розробку передових спеціалізованих програм навчання відповідно до вимог ринку; розробку інноваційних навчальних програм; розробку інноваційних методів навчання для підготовки студентів-дизайнерів до взаємодії з промисловістю; створення центрів дизайну та дослідницьких лабораторій як інструменту взаємодії з іншими дисциплінами та промисловістю; створення програм для підприємців у сфері дизайну та навчання студентів як підприємців у сфері дизайну; створення програм дизайн-мислення у співпраці з іншими дисциплінами.

¹ доктор мистецтвознавства доцент, професор кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна, <https://orcid.org/0000-0003-2282-0029>

² старший викладач кафедри графічного дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна, <https://orcid.org/0000-0001-5153-8028>

³ магістр, факультет дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна, <https://orcid.org/0009-0001-0230-4361>

Ключові слова: дизайн, управління дизайном, графічний дизайн, освіта, педагогіка, реклама, маркетинг, креативність.

Educational component of graphic design

Abstract. *The purpose* of this publication is to systematize and generalize information about the educational component of graphic design. *Methodology.* The publication uses the following research methods: comparative (when comparing different forms of the educational component of graphic design), typological and descriptive methods of analyzing the role of design in the construction of educational systems, generalization (for summing up the intermediate and final results of the study, formulating conclusions), a comprehensive approach (allowed to subordinate all elements of the content and form of the proposed article are the goals and objectives of the research). *The results.* The main milestones of the relationship between design and education are established in the article. *Scientific novelty.* Reasoned approaches to the development of a strategy for the use of design during the development of educational programs. *Practical significance.* The conclusions obtained in the article can be used during the preparation of educational materials on the history of education and educational activities. *Conclusions.* Graphic design skills have been found to be important in all fields of study, but especially in instructional design, as students must be prepared to work in an environment where designing visual learning materials will be part of their daily work. Creativity is a vital component of graphic design education. The field of graphic design requires students to engage in problem-solving activities and use their aesthetic sense to develop designs. Graphic design education is multifaceted and the goal of graphic design education should be to develop students' creative abilities and teach them the necessary skills for creative judgment. Therefore, we consider it necessary to strengthen the role of graphic design in education: the development of advanced specialized training programs in accordance with market requirements; development of innovative educational programs; development of innovative teaching methods to prepare design students for interaction with industry; creation of design centers and research laboratories as a tool for interaction with other disciplines and industry; creating programs for entrepreneurs in the field of design and training students as entrepreneurs in the field of design; creation of design thinking programs in cooperation with other disciplines.

Keywords: design, design management, graphic design, education, pedagogy, advertising, marketing, creativity.

Вступ

Сфера графічного дизайну в основному поділяється на дві основні фази, тобто визначення проблеми та пошук її вирішення. Початковий етап передбачає аналітичну участь графічних дизайнерів і наголошує на здібностях, якими повинен володіти графічний дизайнер. З іншого боку, етап пошуку рішення вимагає від студентів графічного дизайну зосередитися на різних вимогах і навичках у творчій манері.

Графічний дизайн – це широка область вивчення. Вважається, що графічний дизайн є досить творчим заняттям і вимагає ґрунтовних навичок вирішення проблем. У процесі розв'язування задач із проектуванням відбувається ряд складних процесів. Практика графічного дизайну не є винятком, і різноманітні контексти вирішення проблем у сфері графічного дизайну вирішуються за допомогою використання певної мови дизайну

Традиційне середовище означає тут традиційну систему навчання графічного дизайну, таку як ручне вирізання та вставлення. Така система зазвичай зосереджена на

вивченні матеріалів і засобів базового дизайну, таких як розуміння кольору, форми, форми, текстури, світла та композиції.

Водночас важливо використовувати як аналогові, так і цифрові системи освіти для покращення творчого вирішення проблем студентами. Це пояснюється тим, що навчання графічного дизайну в комп'ютеризованому середовищі відіграє дуже важливу роль у швидшому вирішенні проблем дизайну. Також комп'ютери можуть покращити навички творчого мислення та розвинути художні здібності студентів графічного дизайну.

Аналіз попередніх досліджень. Віддаючи належне уже проведеним у нашій країні розвідкам із проблематики графічного дизайну [1-5 тощо], слід наголосити, що окремі питання усе ще перебувають поза увагою науковців. Зокрема вказане стосується освітньої компоненти графічного дизайну.

Мета статті. Метою даної публікації являється систематизація й узагальнення відомостей щодо освітньої складової графічного дизайну.

Результати

У нинішньому все більш цифровому світі зростання попиту на онлайн-матеріали спричинило те, що візуальні комунікаційні продукти домінують у навчальних середовищах, роблячи візуальні матеріали більше не додатком, а важливим фактором у передачі значень. Крім того, естетично привабливий дизайн таких продуктів може підтримувати увагу учнів і викликати позитивні емоції, які полегшують когнітивні процеси, необхідні для досягнення кращого навчання.

Принцип вирівнювання стосується розташування елементів у композиції, яке створює відчуття рівноваги та порядку, вказує на організованість і покращує читабельність освітнього дизайну [12]. Ефективним способом досягнення вирівнювання є побудова та використання сітки. Сітка – це набір пересічних вертикальних і горизонтальних ліній, які структурують макет і полегшують розташування елементів. Сітки допомагають дизайнерам організувати зміст і зробити слайди однорідними, забезпечуючи при цьому гнучкість для створення різноманітних макетів.

Модульна сітка є найбільш придатною для навчальних матеріалів і будується на основі чотирьох параметрів (рис. 1):

Поля : область навколо вмісту. Поля створюють невидиму рамку навколо вмісту, дозволяючи дизайну бути легким і зрозумілим.

Стовпці : вертикальні поділки всередині полів, які впорядковують і містять зміст.

Базові лінії та ряди: горизонтальні розділи та лінії всередині полів, які впорядковують і вирівнюють елементи.

Жолобки : простір між колонками, який створює простір для вашого вмісту.

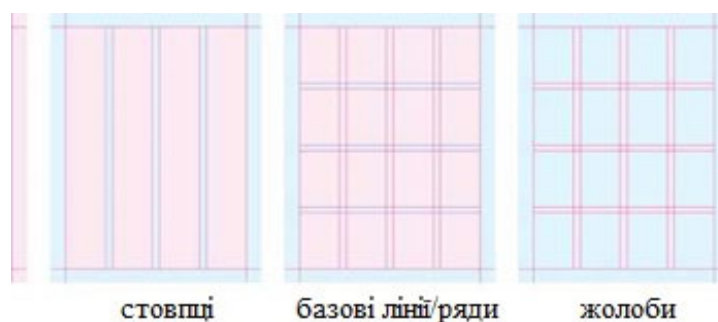


Рис. 1. Елементи модульної сітки

Відомий як фокусна точка, принцип контрасту стосується розташування протилежних елементів у композиції, що привертає увагу глядачів до певних частин [12]. Можливо, при розробці навчальних матеріалів найпоширенішою метою є встановлення візуальної ієрархії, яка відповідає функції та важливості певного змісту. Маючи це на увазі, деякі прості функції можуть допомогти графічному дизайнеру досягти цієї мети:

Товщина шрифту: слід використовувати жирні літери, щоб виділити основний зміст. Дослідження показали, що жирні літери для підкреслення ключових слів допомагають учням запам'ятати важливий зміст [10].

Розмір: доцільно використовувати різні розміри шрифту, щоби поінформувати учнів про рівні заголовків і субтитрів. Чітке розмежування між ієрархією змісту допомагає учням зрозуміти структуру змісту та побудувати кращу концептуальну схему.

Регістр шрифту: можливо використовувати великі літери до основних заголовків, щоби покращити візуальну ієрархію.

Білий простір: необхідно розташовувати вільний простір навколо головного заголовка або ключових речень, щоби вони розрізнялися, і привернути увагу глядача.

Кольори: слід застосовувати колір до заголовків і субтитрів. Дизайнер може використовувати кольори бренду певної організації, щоби посилити та зв'язати власний дизайн із візуальною ідентичністю бренду.

Фігури: як варіант, дизайнер також може розташувати маленькі фігури поблизу основного змісту, щоби виділятися та спрямовувати потік читання.

Тому слід враховувати кожен з наведених вище функцій під час оформлення заголовків, субтитрів і абзаців, щоби створити чіткі характеристики та покращити структуру змісту.

Також відомий як подібність, принцип повторення стверджує, що елементи, які мають подібні характеристики, сприймаються як пов'язані, тоді як відсутність моделі вказує на те, що вони не пов'язані [12]. Дизайнери можуть повторювати кольори, графічні елементи та стилі піктограм, щоби сигналізувати про пов'язаний зміст і посилити структуру змісту в навчальних матеріалах. Повторення кольорів і стилів шрифту забезпечує посилення структури змісту за допомогою позначення елементів з однаковою функцією та ієрархією (тобто всі субтитри мають подібні характеристики).

Крім того, дизайнер можете повторити кольори для з'єднання пов'язаного змісту. Можна використовувати той самий колір для кожної групи змісту (наприклад, усі контрастні елементи фіолетові) і повторювати однаковий стиль (наприклад, використання прямокутників) і візуальну структуру (наприклад, субтитри під іконками) для кожної групи [15].

Тому доцільно формувати різні стилі та повторювати їх протягом уроку. Наприклад, можна повторювати поле для читання кожного разу, коли викладач пропонує студентам читання. Побачивши відповідну рамку, вони одразу розпізнають її як рекомендацію до читання. Нарешті, ідея створення конкретних макетів для навчальних цілей, зміст і слайди для виносу, є прикладом принципу повторення, коли викладач послідовно дотримується однакового макета протягом уроків.

Також відомий як просторова суміжність, принцип близькості стверджує, що елементи, які розташовані близько один до одного, сприймаються як пов'язані, а елементи, які віддалені один від одного, сприймаються як непов'язані [8]. У мультимедійних навчальних матеріалах учні краще вчаться, коли відповідні слова та графіка розташовані поруч. Дослідження показали, що студенти беруть участь у більш відповідній когнітивній обробці і мають вищі бали в тестах на перенесення та збереження [11] під час навчання з матеріалами, розробленими на основі цього принципу

У сфері комбінування шрифтів слід запропонувати наступне:

1. Доцільно вибирати контрастні шрифти. Якщо шрифти мають схожі характеристики та недостатньо чіткі, вибір дизайну може бути помилковим.

2. Значення контрастного шрифту. Дизайнер може використовувати одне сімейство шрифтів і обирати різну щільність для розрізнення заголовків і тексту. Наприклад, можна зробити заголовки набагато «важчими» або «легшими» за текст (наприклад, використовуючи жирний шрифт для заголовка та звичайний для тексту). Крім того, використання одного сімейства шрифтів завжди є хорошим вибором, оскільки це забезпечує однорідний дизайн так як версії шрифтів добре «працюватимуть» разом.

У навчальних матеріалах ідеально використовувати одну або дві сімейства шрифтів. Дизайнер може використовувати одне сімейство шрифтів для заголовка та одне для тексту або видозмінювати стилі шрифтів (наприклад, напівжирний і світлий) в межах одного сімейства (рис. 2).

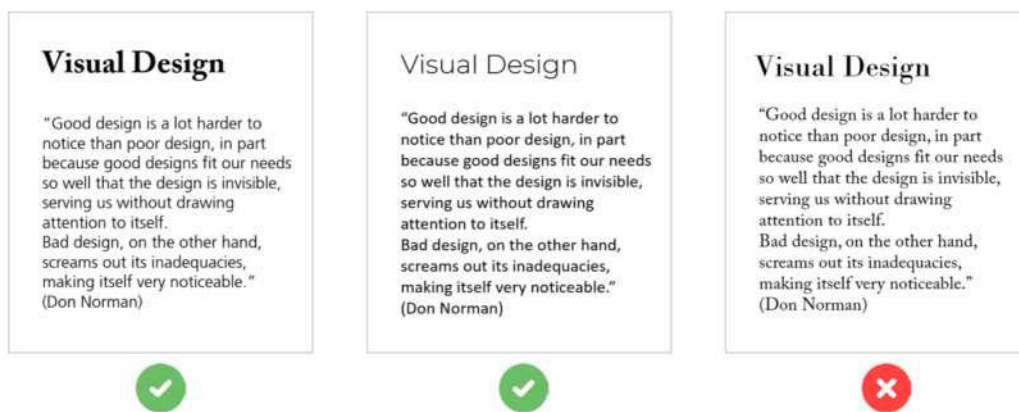


Рис. 2. Комбіновані та контрастні шрифти

Одним із поширених підходів є застосування до дизайну основних кольорів бренду певної організації. Перше ніж це зробити, дизайнери повинні розуміти і слідувати ідентичності бренду, а також оцінювати, як і коли використовувати кольори бренду. Доцільно навести такі пропозиції із цього приводу [11]:

1. Слід звернутися до посібників щодо стилю бренду. Посібник із стилю бренду – це збірник правил із специфікаціями щодо логотипів, кольорів, типографіки – тобто усього, що стосується бренду. Слід переглянути посібник, щоб знайти точні шістнадцяткові значення кольорів або RGB для кольорів бренду. Потім дизайнер може додати основні кольори бренду до своєї палітри кольорів.

2. Необхідно перевірити, як використовувати кольори. Якщо це не зазначено в посібнику бренду, слід перевірити попередні продукти візуальної комунікації, щоб побачити, як дизайнери застосували кольори бренду. Наприклад, Google і Slack мають по п'ять основних кольорів бренду, але Google використовує в основному відтінки сірого та один основний колір у своїх продуктах, тоді як Slack поєднує кілька кольорів бренду для створення яскравого дизайну.

3. Слід оцінити, коли використовувати фірмові кольори. У більшості випадків дизайнер є посередником між організацією та кінцевим користувачем, відповідальним за відображення цінностей організації у створених продуктах візуальної комунікації. Таким чином, деякі організації можуть мати обмеження щодо використання фірмових кольорів у певних матеріалах. Наприклад, дизайн служби таксі має бути яскравий. Водночас у своїх навчальних матеріалах щодо безпечного водіння у навчальних матеріалах іноді використовуються градації сірого для зображень, які викликали

негативне відчуття (наприклад, автомобільна аварія), а світлі кольори задіювали лише для демонстрації позитивних елементів.

4. Необхідно використовувати фірмові кольори як акцент в дизайні. На рис. 2 показано значки, зафарбовані на основі різних палітр кольорів.



Рис. 3. Використання основних кольорів бренду як акцентів у дизайні

Незалежно від того, чи працює графічний дизайн у промисловості чи в наукових колах, є багато безкоштовних ресурсів, які можуть допомогти. Існує багато веб-сайтів, щоби знайти безкоштовні зображення, значки, аудіо та шрифти. Зокрема це Iconfinder, Freerik (значки), YouTube, Freesound (аудіо), Google і DaFont (шрифти).

Висновки

Отже, розглянувши тематику даного дослідження, ми з'ясували таке. Навички графічного дизайну є важливими у всіх навчальних сферах, але особливо в навчальному дизайні, оскільки студенти повинні бути готові працювати в середовищі, де проектування візуальних матеріалів для навчання буде частиною їхньої щоденної роботи.

Креативність є життєво важливою складовою освіти графічного дизайну. Сфера графічного дизайну вимагає від студентів участі в діяльності з вирішення проблем і використання свого естетичного почуття для розробки дизайну. Освіта графічного дизайну є багатогранною і метою навчання графічного дизайну має бути розвиток творчих здібностей студентів і навчання їх необхідним навичкам для творчих суджень.

Тому необхідним для посилення ролі графічного дизайну в освіті вважаємо:

розробку передових спеціалізованих програм навчання відповідно до вимог ринку;

- розробку інноваційних навчальних програм;
- розробку інноваційних методів навчання для підготовки студентів-дизайнерів до взаємодії з промисловістю;
- створення центрів дизайну та дослідницьких лабораторій як інструменту взаємодії з іншими дисциплінами та промисловістю;
- створення програм для підприємців у сфері дизайну та навчання студентів як підприємців у сфері дизайну;
- створення програм дизайн-мислення у співпраці з іншими дисциплінами.

Означена тема безсумнівно має великі перспективи для подальших досліджень. Це обумовлено, у т.ч., тим чинником, що навчальний матеріал, розроблений на основі принципів дизайну, сприяє кращому розумінню, передачі знань, мотивації та може зменшити сприйняття складності завдання. Незважаючи на те, що для розробки привабливих продуктів візуальної комунікації часто потрібні художні навички та талант графічного дизайнера, дослідження візуальної грамотності мають і продовжують

надавати нові емпіричні докази, що підтверджують використання принципів дизайну викладачами для вдосконалення навчальних матеріалів.

Список використаних джерел

1. ДСТУ 3899-99. Дизайн і ергономіка. Терміни та визначення. Видання офіційне. Київ : Держстандарт України, 1999. 33 с.
2. Ришова І. Методи, принципи, підходи до аналізу дизайнерської культури як умови гармонізації відносин людини, природи, суспільства. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Вип. 66. С. 192–205.
3. Сафонова Т.В. Багатогранність мистецтва екслібриса. *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 678–681.
4. Сбітнева Н.Ф. Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності. *Вісник ХДАДМ*. 2015. № 4. С. 60–66.
5. Хмельовський О.М. Графічний дизайн. Луцьк : Терен, 2008. 160 с.
6. Arens W. F. *Contemporary advertising* / W. F. Arens. Boston[etc.] : Irwin: McGraw-Hill, 1999.
7. Belch G. E. *Introduction to advertising and promotion* / G. E. Belch, M. A. Belch. Boston, Massachusetts : Irwin : McGraw-Hill, 1995. 762 p.
8. Bernstein D. *Advertising Outdoors Watch this Space!* London : Phaidon, 1997. 240 p.
9. *Global Soft Power Index 2022: USA bounces back better to top of nation brand ranking*. [Електронний ресурс]. URL: <https://brandfinance.com/press-releases/global-soft-power-index-2022-usa-bounces-back-better-to-top-of-nation-brand-ranking>.
10. Jin S. H. Visual design guidelines for improving learning from dynamic and interactive digital text. *Computers and Education*. 2013. №63. P. 248-258.
11. Kuba R., Rahimi S., Smith G., Shute V.J., & Dai C. (2021). Using the First Principles of Instruction and multimedia principles to design and develop in-game learning support videos. *Educational Technology Research and Development*, 2021. № 69(2). P. 1201-1220.
12. Lauer D. A., Pentak S. *Design basics* (8th ed.). Boston, MA: Wadsworth, 2012.
13. Niklewicz K. We need to talk about the EU : European political advertising in the post-truth era / Konrad Niklewicz ; Wilfried Martens centre for European studies (Brussels). Brussels : Wilfried Martens centre for European studies, 2017. 68 p.
14. *Public relations and advertising theories: concepts and practices* / B. Oğuz Aydın, Emine Şahin a. Özlem Duğan (eds.). Berlin : Peter Lang, 2018. 423 p.
15. *Standard directory of advertisers*. Vol. 2:Indexes. 1995. 1044 p.
16. Struppek M.. Urban screens - the urbane potential of public screens for interaction. *Visual Communication*. 2006. № 5. P.173-188.
17. Surmanek J. *Introduction to Advertising Media*. Lincolnwood, Illinois : NTC Business Book, 1993. 359 p.
18. *The advertising business : Operations. Creativity. Media planning. Integrated communications* / ed. J. P. Jones. Thousand Oaks[etc.] : Sage Publications, 1999. 548 p.