

Список використаних джерел:

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]: постанова Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150 // MediaSapiens. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini/, вільний. - Заголовок з екрану. - Мова укр.
2. Від медіаграмотності до медіакультури : навчально-методичний комплекс медіазанять / наук. редактор В. І. Шуляр – Миколаїв : ОППО, 2016. – 68 с.
3. Медіакультура особистості / Упор. Т. П. Крячко. За науковою редакцією В. І. Шуляра. – Миколаїв : ОППО, 2016. – 144 с.

Корнюков Ю.К.,
старший викладач кафедри дизайну
ВП «МФ КНУКіМ», м. Миколаїв

СИНТЕЗ ФОТОГРАФІЇ ТА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В КОНТЕКСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

Дизайн, в усіх його проявах, є невід'ємною частиною сучасної візуальної культури, як і мистецтво фотографії. Саме з цієї причини в цій статті піде мова про взаємозв'язок цих двох напрямів, і звичайно про те, яку роль грає фотографія в дизайні графічному і в підготовці фахівців цього напрямку.

Більшість дизайнерських робіт містять в собі фотозображення або його елементи, тому можна стверджувати, що фотографічні засоби є такою ж невід'ємною частиною сучасного дизайну, візуальної комунікації, як шрифт або графічний малюнок.

Значну частину в сучасному графічному дизайні займає дизайн рекламної продукції, а саме: буклетів, проспектів, плакатів, рекламних листівок і т. п., які, у свою чергу, на 70 - 80% складаються з фотографічного зображення.

Особливі властивості фотографії передавати і освітлювати події, історії, документальність, образну виразність часто використовуються як специфічна художня мова в оформленні книги, журналів, газет. Але проблема полягає в тому, що специфіка використання цього виду мистецтва в дизайні реклами або дизайні книги така, що фотограф йде одним шляхом, а дизайнер іншим. Це відбувається тому, що майже відсутня методологія введення фотографії в дизайнерський контекст і опис шляхів використання фотографічної мови в дизайні. Немає систематизації можливостей фотографії, які можуть бути використані дизайнерами-графіками у проектній діяльності й, на жаль, немає й

наукових праць, зміст яких обумовлено проблемами фотомистецтва й безпосередньо пов'язаних з підготовкою дизайнерів у системі вищої освіти.

Неможливо перебільшити роль фотографії в роботі дизайнера. На жаль, у наш час почало здаватися, що мистецтво фотографії легко досягне. Фотоапарат бере в руки будь-який із співробітників рекламного агентства або поліграфічного підприємства. Результат такої практики ми щодня спостерігаємо, відмічаючи низький рівень якості фотографій на більшості зразків візуальної друкарської продукції, зовнішньої реклами і т. п.

Дизайнери вже давно працюють із фотографією. У їхній творчій практиці спостерігається як використання фотографічного матеріалу створеного фахівцем, так і власна зйомка. Однак, і фотограф, і дизайнер відтворюють реальність у різних візуальних системах. Андре Руйє каже, що «Мистецтво фотографів і фотографія художників повністю розділені, оскільки їх концепції та практики як мистецтва, так і фотографії радикально різняться. Мистецтво фотографів з будь-якої точки зору відрізняється від мистецтва художників, точно так же, як фотографію фотографів неможливо сплутати з фотографією художників – звичайно ж, не тільки з технічної точки зору» [6].

Фотограф має «фотографічне око», він оперує завершеним кадром, окремим індивідуальним зображенням, що розраховане на те, щоб розглядати його як самостійний об'єкт. Для дизайнера ж знімок являє собою один з різноманітних засобів образної виразності, якими він володіє, і якщо це необхідно, він може підбудовувати фотозображення до дизайнерського продукту, адаптувати їх. У процесі зйомки дизайнер може задумати спосіб використання фотографії і отримати наближений до початкової ідеї результат. Проте відсутність фотографічних навичок бачення, уміння створювати і розуміти мову світлопису дуже ускладнює цей процес. Тому питання про те, як теоретично і практично працювати з фотографією, як її сприймати в контексті дизайнерського мислення і складає головну проблему професійної підготовки дизайнера – графіка.

У структурі підготовки майбутніх графічних дизайнерів обов'язково повинне бути передбачене вивчення дисциплін, зміст яких, безпосередньо пов'язано з теоретичними та практичними основами фотографії. Великий відсоток навчального часу має бути відведено на практичні заняття, що припускає необхідність оволодіння знаннями, навичками й уміннями професійної майстерності, але не враховується специфіка діяльності графічного дизайнера, який часто використовує у своїх проектах фотографію.

Питання фахової фотопідготовки графічних дизайнерів, як предмет педагогічного дослідження, недостатньо розглянуті в сучасній науковій літературі. Отже, актуальність проблеми обумовлена необхідністю усунення протиріч між високим рівнем значення фотографії у процесі створення дизайнерських проектів й обмеженістю питань взаємної інтеграції фотомистецтва і графічного дизайну при підготовці майбутніх дизайнерів.

Процес навчання фотомистецтву можна розділити на два великі розділи: техніка фотографії й безпосередньо художня частина. Методика навчання техніці фотографії розроблена й описана в багатьох навчальних посібниках. Вона практично однакова для багатьох спеціальностей: фотожурналістів, TV й кінооператорів, студентів художніх навчальних закладів, дизайнерів.

Але значні розходження починаються в методиці викладання творчого розділу, оскільки для дизайнера, що працює в сфері реклами, поліграфічного дизайну або WEB-дизайну, необхідно враховувати враження, що може провести зображення на потенційного глядача, тобто споживача. Це залежить від трьох основних факторів: композиційної побудови, колірною рішення фотографії, та психологічного впливу.

Лінії, тон і колірне рішення фотозображення це фактори непостійні, котрими можна управляти. Саме ці властивості, їхня розмаїтість і вплив на кінцевий продукт повинні вивчатися в композиції.

При фотографуванні дизайнерові необхідно враховувати й психологію глядача, а це означає наслідувати основні закони хорошого динамічного сюжету.

У світі реклами, та й у всіх інших зразках графічного дизайну важливу роль грають кольори. Психологи стверджують, що 60% успіху графічного проекту залежить саме від колірною рішення, яке викликає не лише відповідну реакцію людини залежно від її емоційного стану, але і в деякому розумінні формує його емоції.

Вважається, що кольорова фотографія, особливо в рекламі, впливає сильніше, ніж чорно-біла, тому що підвищує очевидність достоїнств, представлених товарів. Вона змушує людину емоційно сприймати предмети, полегшує дізнавання й може завдяки символічному змісту впливати на підсвідомість. Але в соціальній рекламі, або у деяких видах плакату навпаки чорно-біле зображення несе в собі не рідко дуже і дуже потужний емоційний вплив.

Звичайно ж для досягнення поставлених цілей композиція й кольори повинні діяти узгоджені. Серйозною проблемою для творців рекламної фотографії дотепер є правильність вибору. Втім правильність вибору – не менша проблема й у дизайні книги, і в WEB-графіці.

Отже, навчання майбутніх дизайнерів фотомистецтву має свої характерні риси, зв'язані й із психологією сприйняття, що необхідно враховувати при складанні програми навчання.

Процес професійної підготовки майбутніх графічних дизайнерів, окрім вище зазначеного, має нести в собі і чисто практичний обсяг знань принципів дії цифрових фотоапаратів і їх елементів, навички роботи і використання фотоаксесуарів, ну і звичайно, креативних авторських методів постобробки фотокадру, що безпосередньо пов'язано з вивченням спеціалізованих комп'ютерних програм.

Для якісної обробки цифрових фотографій прості фоторедактори не підходять, оскільки такі програми мають лише базові функції редагування, які реалізовані дуже скупо. До них, наприклад, відносяться програми для перегляду фотознімків XnView, FastStone Image Viewer та ін.

До іншої групи графічних редакторів відносять потужні професійні програмні засоби, що мають величезні функціональні можливості з обробки і редагування цифрових фотознімків. Саме такими програмами користуються сьогодні професійні фотохудожники і дизайнери.

Найпопулярніший редактор в світі для роботи з цифровим зображенням програма Adobe Photoshop призначена для будь-яких робіт, пов'язаних зі створенням і редагуванням растрових зображень. Великий спектр можливостей програми дозволяє використовувати її широкому колу творчих фахівців – художникам, дизайнерам, фотохудожникам, поліграфістам, взагалі всім, хто мислить графічними образами, кольором, композицією. Графічному дизайнеру, фотографу та фотохудожнику Adobe Photoshop забезпечить безмежні можливості корекції, ретуші і монтажу зображень, адже робота з фотореалістичними зображеннями – одне з головних завдань, що ставили перед собою розробники програми.

Дійсно, Photoshop містить у собі усі мислимі і немислимі функції для редагування фотографій і при цьому має в собі колосальні можливості для вирішення практично будь-яких творчих і технічних завдань, пов'язаних з графічним дизайном. Функціональність Adobe Photoshop можна при необхідності розширити за допомогою плагінів або спеціальних доповнень, які випускає як сама компанія Adobe Systems Incorporated, так і незалежні компанії, для багатьох з яких робота над подібними доповненнями є основною, якщо не єдиним, видом діяльності. Одними з таких потужних засобів, для різних видів корекцій та редагування фотографій, є вбудований в Photoshop модуль Adobe Camera RAW, або неперевершений професійний набір плагінів Nik Collection від Google.

Широко і дуже зручно реалізовані функції редагування і каталогізації фотографій має ще один чудовий фоторедактор – Adobe Photoshop Lightroom. Він може організовувати ваші фотографії в один великий каталог з можливістю пошуку і пропонує широкий спектр налаштувань, поліпшень і вибраних команд одним натисканням. Photoshop ідеально підходить для глибоких маніпуляцій з зображеннями, але також створений для художників, ілюстраторів і дизайнерів, а Lightroom призначений виключно для зайнятих фотографів.

Професійні фотографи і дизайнери у всьому світі все частіше використовують новітні засоби і алгоритми обробки фотозображень, притягаючи для цього дуже якісне програмне забезпечення датської фірми Phase One – Capture One Pro 11. Ця версія популярного редактора стала одним з улюблених інструментів багатьох професійних фотографів. Програма відрізняється широким функціоналом і дуже тонкими інструментами роботи з кольором. Результати конвертації RAW-файлів, сучасна технологія корекції

знімків дозволяють досягти найвищої технічної і художньої якості фотографій, що, звичайно, прямо впливає на рівень дизайнерських проєктів.

У цілому, можливості сучасних графічних редакторів сьогодні практично безмежні і їх застосування стало вже невід'ємною частиною усього процесу створення закінченої фотографії та її інтегрування у різноманітні проєкти графічного дизайну.

Фотографія – мистецтво завжди дуже різне, воно визначає і область творчості, і окремий твір, і певний художній засіб. Коли графічний дизайнер знаходиться в пошуках художнього та образотворчого вирішення, пов'язаного зі створенням, наприклад, плаката, журнальної або книжкової обкладинки і при цьому рішення фотографічне, він повинен працювати з фотографією не так, як з нею працює фотограф. Фотограф йде до результату одним шляхом, дизайнер – іншим. Дизайнер, як автор проєктної ідеї, втілює її використовуючи конкретний фотознімок, і звичайно повинен мати повне уявлення про контекст, у якому він виявиться. Він шукає сюжет, міру умовності фотозображення, композицію, колірне рішення, враховує формат – одним словом, «керує» зображенням до тих пір, поки не досягне бажаного результату. У графічному дизайні студента необхідно навчити вміти підпорядковувати собі фотографію, знати, чому підпорядковувати і до чого прагнути в результаті. Цими якостями і має володіти фахівець у цій області, і тому саме від нього, у першу чергу, можна очікувати створення повноцінних творів графічного дизайну, виразних і осмислених, у яких, так чи інакше, присутнє фотографічне зображення.

У характеристиці фотографії необхідно виділити два істотні моменти. По-перше, її можна віднести до певного виду художньо-проєктної діяльності – графічного дизайну, пов'язаному, як відомо, зі створенням творів, що підлягають тиражуванню і несуть у собі різні функціональні завдання. По-друге, вона у змозі нести в собі великий діапазон виражальних засобів графіки і графічного дизайну – від чорно-білої до кольорової, від документальної до перетвореної в "фотографіку" за допомогою спеціальних комп'ютерних технік. Іншими словами, фотографія в контексті графічного дизайну не пов'язує себе ніякими догмами і образотворчими обмеженнями. Взаємозв'язок фотографії та графічного дизайну означає, що вона знаходиться в його повному розпорядженні. Відповідно, на неї як художній засіб поширюється та особливість, яку має суть і сенс дизайну. Будучи діяльністю, хоча і пов'язаною з використанням художніх засобів і досягненням художніх результатів, графічний дизайн проте розвиває свою систему художнього мислення, яка багато в чому відрізняється від існуючих в інших видах образотворчої мови.

Підводячи підсумок і узагальнюючи результати практики викладання останніх років, слід було б створити каркас навчального плану дисциплін безпосередньо пов'язаних з інтеграцією фотографії в проєкти графічного дизайну. Тільки на основі всебічного аналізу історії і традицій фотографії, на результатах дослідження явищ сучасного дизайну, комп'ютерних новітніх технологій та педагогіки можна розробити задовільний план удосконалення

процесу викладання основ взаємного існування мистецтва фотографії та графічного дизайну.

Список використаних джерел:

1. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. – СПб.: БХВ-Петербург, 2004. ISBN 5-94157-411-8
 2. Голомбински К., Хаген Р. Основы визуального дизайна для графики, веб и мультимедиа. – СПб.; Питер, 2013. ISBN 978-5-496-00142-7
 3. Джордж К. Библия цифровой фотографии. – М. : Эксмо, 2009. ISBN 978-5-699-32869-7
 4. Келби Скотт. Adobe Photoshop CS6: справочник по цифровой фотографии. М. ООО» И.Д.Вильямс», 2013. ISBN 978-5-8459-1821-5
 5. Петерсон Брайан. В поисках кадра. Идея, цвет и композиция в фотографии. –М.:Манн, Иванов и Фербер, 2016. ISBN 978-5-00100-108-9
- Андре Руйе. Фотография. Между документом и современным искусством.-М. Издательство «Клаудберг», 2014. ISBN 978-5-903974-04-7

Латко В.Б.,
викладач кафедри музичного мистецтва
ВП «МФ КНУКіМ»,
м. Миколаїв

ПІДГОТОВКА, ОРГАНІЗАЦІЯ, ПРОВЕДЕННЯ ТА СЦЕНІЧНА ПОВЕДІНКА УЧАСНИКІВ ТВОРЧИХ СТУДЕНТСЬКИХ КОЛЕКТИВІВ ПРИ ПРОВЕДЕННІ КОНЦЕРТНИХ ЗАХОДІВ

Проблематикою даної теми, зацікавлені майже усі керівники творчих колективів, дуже часто виникають проблеми з даними аспектами концертної діяльності. Учасники творчих колективів, як правило, не підготовлені до складностей, які супроводжують проведення концертних заходів різноманітного рівня. Студенти вищих навчальних закладів творчих спеціальностей, мають досвід концертних виступів, але зовсім не орієнтуються в організації, підготовці, проведенні та сценічній культурі поведінки, при проведенні концерту. Метою цієї праці є розкрити та звернути увагу на ці проблеми, для удосконалення проведення концертних заходів.

Для більш ефективної роботи та якісного виступу колективу на концерті керівник(диригент) повинен провести організаційну бесіду з усіма учасниками творчого колективу, впевнитися що кожний гравець у команді розуміє свої обов'язки, так мовити своє місце на кожному етапі підготовки, а також безпосередньо під час концерту.