

5. Косачева О. П. Украинский народный орнамент. Вышивки, ткани, писанки / Ольга Павловна Косачева. - К., 1876. - 237 с.
6. Кузьмин Е. С. О некоторых памятниках южно-русского прикладного искусства / Евгений Сергеевич Кузьмин // Старые годы. - 1909. - Июль - сентябрь. - 462 с.
7. Кузьмин Е. С. Украинский ковер / Евгений Сергеевич Кузьмин // Старые годы. - 1908. - Май. - С. 24-25.
8. Кулжинский С. К. Описание коллекции народных писанок Лубенского музея Е. Н. Скаржинской / Савислав Константинович Кулжинский. - М., 1891. - 152 с.
9. Литвинова П. Я. Южно-русский народный орнамент / Пелагея Яковлевна Литвинова. - К., 1876. - Вып. 1. - 187 с.
10. Модзалевський В. Л. Основні риси українського мистецтва / Вадим Львович Модзалевський. - Київ, 1918. - 120 с.
11. Павлуцький Г. Г. Історія українського орнаменту / Григорій Григорович Павлуцький. - Київ: Держ. Акад. Наук, 1927. - 26 с.
12. Пчілка О. Малювання на українських мисках / Олена Пчілка // Рідний край. - 1910. - № 1. - С. 26-30.
13. Пчілка О. Відродження старого українського шиття / Олена Пчілка // Рідний край. - 1915. - № 44. - С. 13-15.
14. Пчілка О. Українське селянське малювання на стінах / Олена Пчілка // Записки Історико-Філологічного відділу ВУАН. - Київ, 1929. - 29 с.
15. Сумцов Н. Ф. Писанки / Николай Федорович Сумцов. - Киев: «Киевская старина», 1891. - 49 с.
16. Широцький К. В. Надгробні хрести на Україні / Костянтин Віталійович Широцький // Записки товариства ім. Шевченка. - 1908. - Кн. 2. - С. 10-29.
17. Широцький К. В. Черты античной и древнехристианской живописи в украинских писанках / Константин Витальевич Широцкий // Православная Подолия. - 1909. - № 15-18.
18. Широцький К. В. Мотивы украинского орнамента. К альбому С. Васильковского / Константин Витальевич Широцкий // Украинская жизнь. - 1912. - № 111. - С. 64-70.
19. Широцький К. В. Очерки по истории декоративного искусства Украины. Художественное убранство дома в прошлом и настоящем / Константин Витальевич Широцкий. - Киев: Тип. В. С. Кузьмина, 1914. - 141 с.

Удріс Н.С.

Київський інститут реклами

ПЕДАГОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ПРОЕКТНОЇ КУЛЬТУРИ ДИЗАЙНЕРА-РЕКЛАМІСТА

Анотація. Стаття є складовою комплексного дослідження з розробки організаційних механізмів регуляції ентропії соціальної системи 21-го ст. В ній аналізується педагогічний досвід автора в контексті формування проектної культури особистості. В статті надаються приклади завдань як складових навчально-виховного процесу зазначеного спрямування у ВНЗ (на спеціальностях «дизайн», «реклама») та описується методика їх проведення викладачем.

Аннотация. Статья является частью комплексного исследования по разработке организационных механизмов регуляции энтропии социальной системы 21-го ст. В ней анализируется педагогический опыт автора в контексте формирования проектной культуры личности. В статье приводятся примеры заданий как элементов учебно-воспитательного процесса указанной направленности в ВУЗ (на специальностях «дизайн», «реклама») и описывается методика их проведения преподавателем.

Annotation. The article is the part of complex research on development of organizational mechanisms of adjusting of society of 21th item. In the article pedagogical experience of author is analysed in the context of forming of project culture of personality. In the article the examples of tasks are presented as elements of educational and educate process of the indicated orientation in institutes (on specialities there is a «design», «advertising») and the method of their conducting a teacher is described.

Постановка проблеми. Сучасні соціокультурні процеси побудовані на інтеграції досягнень різних наукових галузей. В результаті проведеного нами дослідження на тему соціальної ентропії, значимості у цих процесах

людини/колективів та можливості регуляції організаційних механізмів соціальних змін, ми дійшли висновку, що, по-перше, оскільки ентропійні (тобто такі, що призводять до руйнації системи) процеси в українському суспільстві набувають сили, та, по-друге, вкрай актуальним сьогодні є застосування організаційних механізмів регуляції стану соціальної системи засобами педагогічних теорій, моделей і технологій. Ми вважаємо (і це підтверджено аналізом багатьох наукових досліджень в галузі суспільних наук), що одним з організаційних методів повинна стати сформована проектна культура. Вона повинна виступити визначальним чинником культурної форми сучасної людини та засобом інформаційної безпеки, володіння якою повинно бути однією з найважливіших ознак моделі поведінки сучасної людини.

Головною концепцією виступає наявність у людини мети та розуміння адекватності тієї чи іншої інформації проекту щодо досягнення мети. Проектна культура – це життєва форма, яка являє собою комплекс проектного мислення, проектної діяльності, організаційної, інформаційної та комунікаційної культур. Серед важливих характерних особливостей проектної культури необхідно зазначити множинність одночасного ведення декількох проектів, внаслідок чого утворюється численна кількість зв'язків та взаємодій, під час яких людина (елемент системи) перестроює власну свідомість, соціокультурну модель та виявляє себе у різних об'єктивних станах – соціальних ролях, статусах тощо. Вона повинна виступати запорукою інформаційної безпеки людини. А, отже, - і зменшення ентропійних процесів у соціумі. Процес формування проектної культури та інформаційної безпеки за допомогою педагогічної системи повинен стати комплексною програмою, що поділяється на стадії та охоплює декілька стадій становлення особистості людини як елементу соціальної системи – від початкового етапу соціалізації (дитячий садок) до отримання базових професійних компетенцій.

Сучасний педагогічний досвід знаходиться на стадії осмислення технології формування проектної культури та напрацювання методик й педагогічних технологій її формування у зростаючого покоління. Отже, важливим є обмін науково-практичними доробками між теоретиками та педагогами-практиками. У наданні певного досвіду щодо формування окремих навчальних завдань та організації поточного процесу навчання і полягає **актуальність** даної наукової статті.

Протягом початкової підготовки майбутніх спеціалістів в галузі реклами на предметі «Теорія і практика реклами», нами були упровадженні педагогічні технології, які в комплексі повинні сприяти формуванню проектного мислення. **Мета даної статті** полягає у висвітленні окремих завдань з описом їх позитивного впливу на формування особистісних рис студентів. Для реалізації цього проекту нами сформульовані наступні **завдання**:

- провести короткий огляд тенденцій педагогічної практики щодо застосування технологій формування та розвитку проектної культури
- описати цілі, завдання та особливості виконання завдань, що спрямовані на розвиток проектного мислення людини
- спрогнозувати результати застосування подібних завдань в контексті моделювання організаційних методів уникнення соціальної ентропії українського суспільства

Роботу виконано у контексті програм НДР Інституту реклами.

Отримані результати. Аналіз досліджень демонструє, що процес наукового осмислення поняття «проектна культура» відбувається досить активно. Переважним чином, такі дослідження стосуються процесу формування професійних компетенцій та особистості представників мистецтва та педагогічних спеціальностей. Одним з тих, хто започаткував концепцію проектної культури у вітчизняній науці, виступає К.Каптор. У галузі педагогіки метод проекту був запропонований американським філософом і педагогом Дж.Дьюї, а також його учнем В.Х.Кілпатриком. Великий внесок у розробку цієї педагогічної технології зробив Є.Полат, а практично його використовують багато вчителів шкіл та викладачів ВНЗ. Головною метою методу проектів є орієнтація на результат, у процесі досягнення якого відбувається розвиток пізнавальних навиків учнів/студентів, умінь самостійно конструювати свої знання, орієнтуватися в інформаційному просторі, а також формується критичне і творче мислення. [2] При цьому зазвичай автором проектів частіше за все виступає вчитель/викладач, що спрямовує діяльність тих, хто навчається. Українськими науковцями проведено багато дисертаційних досліджень, але вони виконані переважним чином у руслі «проектної діяльності», що не є аналогом проектної культури.

Ми поділяємо позицію, згідно якої проектна культура є ознакою людини 21-го століття та визначається як «соціально-прогресивна творча діяльність суб'єктів освітнього процесу у всіх доступних ним сферах буття і свідомості.

при цьому що є діалектичною єдністю процесів опрідмечення (створення цілностей, норм, знакових систем і т. д.) і розпродмечення (освоєння культурної спадщини); спрямовану на перетворення дійсності, що оточує їх; на трансформацію багатства людської історії у внутрішнє багатство особистості; на всемірне виявлення і розвиток сутнісних сил суб'єктів, що беруть участь в проєктуванні» [1] Проектна культура тісно пов'язана з поняттям проектного мислення. Застосування будь-якої педагогічної технології не призведе до очікуваних позитивних результатів без наявності у учня/студента свobodного мислення та активної позиції. Проблема більшості нашого населення міститься у тому, що ми не володіємо свободою думки, не вміємо фантазувати та мріяти про здійснення якогось процесу (а не лише придбання об'єкту). Більшість з нас звикла до наявності певних умов обмежень, виходячи з яких ми здатні побудувати певну модель. Проектне

мислення базується на здатності людини змодельовати ситуацію як ідеально, а вже потім адаптувати до реалій сьогодення. Компонентами проектної культури дослідники вважають:

1. Конструювання і проектування діяльності, що передбачає:

- a. уміння проектувати зміст майбутньої діяльності;
- b. уміння проектувати систему і послідовність власних дій;
- c. уміння проектувати систему і послідовність дій інших учасників проектувального процесу.

2. Усвідомлення, формулювання і творче рішення задач, що включає уміння:

- a. бачити проблему і співвідносити з нею фактичний матеріал;
- b. висловити проблему в конкретному завданні;
- c. висунути гіпотезу і здійснити уявний експеримент;
- d. ясно бачити декілька різних можливих шляхів і подумки вибрати найбільш ефективний;
- e. розподілити рішення на «кроки» в оптимальній послідовності.

3. Досвід методологічної рефлексії, що інтегрує:

a. самоаналіз, включений в безпосередню проектувальну діяльність і здійснюваний в ході проектувального процесу: самопостереження, самоконтроль, самооцінка:

b. самоаналіз ретроспективного типу, обернений в минуле;

c. самоаналіз прогнозуючого типу, обернений в майбутнє: самопередбачення, самозобов'язання, самозвіт [1]

Наведемо приклад двох завдань для самостійної роботи, які непрямым чином поєднані один з одним. Перше, «Карта особистості», призначено для формування навиків самоаналізу ретроспективного типу. Метою другого, «Дерева цілей», є формування умінь проектувати зміст майбутньої діяльності, систему й послідовність власних дій, а також здійснення самоаналізу прогнозуючого типу.

Карта особистості — це інструмент самопізнання, покликаний структурувати роботу людини над собою, допомогти швидше і детальніше орієнтуватися в різних аспектах своєї особистості. Такий самоаналіз проводиться за типовою схемою згідно теорії інформації, виділяючи головні складові життєдіяльності системи речовини: «середовище – об'єкти - взаємодії»:

- середовище аналізується за допомогою виокремлення територіальних місць, що вплинули на розвиток життя людини;
- об'єкти розподіляються на артефакти та людей;
- взаємодії – це визначні події в житті людини.

Психофізіологи стверджують, що сприйняття та пам'ять людини влаштовані таким чином: інформація існує усередині певного контексту, отже людина може володіти нею за умов його наявності. Коли він зникає, інформація також стає недосяжною. «Зникнення» контексту, тобто оточення, може мати, на нашу думку, два походження: об'єктивне (коли людина

змінює місце перебування (помешкання, наприклад, або місце довготривалої роботи) та суб'єктивні (звикання людини до переважної більшості навколишніх процесів до рівня автоматизмів, фільтрація інформаційних потоків ззовні). А для самоаналізу, прогнозування власних майбутніх станів та проєктування необхідних, потрібно усвідомлювати та контролювати вплив оточення у теперішній момент та пам'ятати про власні реакції у минулому. Тому, однією із складових карти особистості є галузь «Місце». При цьому необхідно виділяти три групи місць:

- місця тривалого перебування (проживання, навчання, робота)
- місця «сили», тобто ті, що на людину сприятливо впливають, але не розслаблюючим ефектом, а навпаки, де з'являються нові ідеї, думки
- місця важливих подій

Проводити такий огляд оточення необхідно за принципом «від загального до дрібниць» - від міста до конкретної вулиці та об'єкту (будинку, пам'ятник..)

До таких рекомендацій ми додаємо, згідно нашої концепції, самоаналіз внутрішніх станів, які відчувала людина за схемою – «місце – психофізіологічне самовідчуття».

Наступною складовою є галузь «Артефакти». Продуктивний стан, що з'являється у людини в певному середовищі, можна закріпити користуванням (спостереженням) певною річчю. Часто простий об'єкт може й викликати необхідний психофізіологічний стан. До артефактів в контексті карти особистості психологи відносять:

- витвори мистецтва, що здійснили потужний вплив (художня література, музичні твори, картини/скульптура, фільми та ін.)
- техніки продуктивності, використання яких принесло користь
- одяг, який носить/носився в певні періоди та під час певних подій
- інші матеріальні речі – пам'ятні речі, талісмани, сувеніри...
- результати власної творчості людини – те, що створено власноруч

Важливо вже на цьому етапі самоаналізу знаходити зв'язки, а саме між наявністю певних артефактів та місцем перебування людини (тобто пов'язувати з інформацією попередньої галузі)

До складу об'єктів оточення входять не лише предмети, але й люди. Тому наступна галузь – «Люди». Головний критерій вибору – впливовість певної людини на власний психофізіологічний стан (з обов'язковою характеристикою цього стану). Численну кількість важливих особистостей в нашому житті рекомендується структурувати за схемою:

«люди мрії» - постаті, на які людина орієнтується у вирішенні різних життєвих ситуаціях та самовдосконаленні (до них можна віднести історичні постаті, видатні особи сучасності або знайомих повсякденності)

- сім'я та родичи
- друзі

- однокласники, однокурсники, вчителя, викладачі
- колеги, партнери, клієнти

Життя утворюється за рахунок постійних взаємодій. Тому четверта складова самоаналізу – «Події». Вони можуть відноситись як до суб'єктивних, так і до об'єктивних проявів. Головне при цьому – визначення критеріїв вибору подій, що у свою чергу складає тренінг аналітичного та логічного мислення. Події можна структурувати у декілька груп, при цьому важливо знаходити лінії зв'язків між усіма складовими карти особистості.

Таким чином, одним з перших завдань які необхідно виконувати у навчально-виховному процесі, що спрямований на формування проектного мислення, є проведення самоаналізу засобом складання карти особистості. При цьому, на нашу думку, під час аналізу студенти повинні провести не лише ретроспективний огляд як констатацію фактів. Ми вважаємо, що вони, під керівництвом педагога, повинні:

1) виявити наступні залежності: об'єкт/подія → власний психофізіологічний стан як результат взаємодії з цим об'єктом/подією → вплив цього стану на акти соціокультурної/професійної активності, тобто на власну проектну діяльність;

2) сформувати технологію (власні «рецепти»), що визначає, за яких причин та умов вступати чи уникати взаємодій з тими чи іншими об'єктами/подіями як джерелом власних психофізіологічних станів. Головним критерієм при цьому виступає усвідомлене формування продуктивного та креативного психофізіологічного стану.

Результатом заповнення карти повинно стати напрацювання людиною інструментів саморегуляції свого психофізіологічного стану та технології їх використання. Іншими словами, проектне мислення передбачає, що людина володіє набором засобів у вигляді об'єктів та процесів зовнішнього оточення для моделювання необхідних для поточної діяльності продуктивних психофізіологічних станів свого організму. на нашу думку, свідоме використання людиною певних предметів

Комплексний підхід до вирішення педагогічних завдань розвитку та виховання особистості передбачає проведення водночас різнопланових виховних та розвиваючих заходів, які доповнюють один одного до цілісного процесу. Такий додатковий до процесу ретроспективного самоаналізу справляє вправа щодо побудови «Дерева цілей». Складання комплексу цілей свого життєвого розвитку надає ефект спрямованості, адже технологія застосування методів створення психофізіологічних продуктивних станів, що є результатом самоаналізу, повинна бути задіяна у конкретних цілях. Ці завдання необхідно надавати студентам водночас. Суть завдання «Дерева цілей» багатьом відома, отже, ми не будемо зосереджуватись на розкритті. Лише поставимо декілька акцентів в контексті нашого дослідження – формування проектного мислення.

• по-перше, кінцева мета, яка формується з самого початку розробки стратегії, повинна бути соціально значущою, глобальною, тобто не обмежуватись стереотипним набором – отримати освіту, набути професійного досвіду, знайти роботу, створити сім'ю тощо. Безумовно, побудова життєвих цілей як певної мрії, до якої людини прагне усе життя, повинно розпочинатись ще у дитинстві. Однак, студенти – це вже сформовані особистості, у яких виражена психологічна структура, комплекс виявлених на момент навчання у ВНЗ здібностей, талантів, у них є початковий досвід соціальної активності. Тому, складання глобальної мети може носити усвідомлений характер, в контексті актуальних тенденцій еволюції соціокультурної системи. Сутність мети повинна бути спроектована з орієнтацією на колективи, на розвиток середовищного (екологічного) мислення людей, на збереження цінностей взаємного співіснування та допомоги іншим в їх самореалізації.

• по-друге, студент повинен скласти декілька варіантів шляхів досягнення цієї мети – проектне мислення передбачає варіативність та множинність підходів до організації діяльнісних процесів.

• по-третє, комплекс цілей повинен містити три лінії активності, що є складовими особистості – фізична, інтелектуальна та соціальна. Іншим варіантом може стати структура процесу задоволення піраміди потреб (за А.Маслоу). Ось вже на цьому етапі з'являються чіткі підцілі (навчання, робота, формування власних проектів, створення сім'ї, організації взаємодії з необхідними людьми), формулюються конкретні кроки з обов'язковим визначенням термінів, місць перебування, результатів, критеріїв досягнутості та зв'язків з іншими підцілями.

До категорії завдань, що сприяють розвитку уміння проектувати зміст майбутньої діяльності, висунути гіпотезу і здійснити уявний експеримент, а також уміння ясно бачити декілька різних можливих шляхів і подумати, вибрати найбільш ефективний, відносяться завдання розробки брифу рекламної кампанії та комплексу проектної документації. У чому полягає особливість першого завдання? По-перше, перед студентом постає необхідність моделювання певної ситуації «з чистого листа», без наявності будь-яких реальних обмежень (наприклад, фінансових). Нагадаємо, що бриф – важливий документ, який визначає взаємостосунки між автором (рекламистом) та замовником (рекламодавцем) проекту. В ньому визначаються головні вихідні дані – повний опис продукту (його позиціонування, відміти особливості, імідж, цінова категорія, цільова група пропозиції – країна, регіони, міста; вік, стать, національність, сімейний стан, освіта, рід занять, рівень доходів; суспільний клас, спосіб життя, тип особистості); опис поточної ситуації на ринку в тій ніші, де знаходиться об'єкт рекламування – успіхи, яких він досяг за останні місяці, частка ринку, яку займає, конкуренти, результати останніх рекламних акцій, особливості рекламних акцій конкурентів; визначити цілі і завдання кампанії і очікувані від неї результати.

тати; концепція креативної ідеї; терміни, масштаби кампанії та місця проведення рекламної кампанії. [4, с.202-204]

Отже, автори брифу повинні розробити ідею об'єкта реклами та скласти усі умови рекламної кампанії для виконавця. Спочатку багатьом важко досягнути таку свободу вибору, але згодом розкривається творчий потенціал та набуваються навички креативно продемонструвати свої ідеї. Для відповіді на запитання брифу студент виконує велику дослідницьку роботу, адже йому необхідно знайти існуючих виробників подібної продукції, зібрати максимум інформації про властивості майбутнього товару/послуги та водночас сформуванню унікальності своєї пропозиції. Це вцілому розширює його світогляд, він знайомиться з інформацією, яка не пов'язана безпосередньо з професійним навчанням, але яка провокує креативне мислення та налаштування на дію.

По-друге, тематика розробки носить виховний характер, адже нами був вибраний напрямок рекламування продуктів та послуг, які є поширеними у суспільстві розумного споживання та екологічної орієнтації, а також сфери здорового способу життя та освіти. До запропонованих об'єктів рекламування можна віднести зелений туризм (фірми-організатори, бази відпочинку), спорт (спорткомплекси, спортінвентар, чемпіонати, дитячі спортивні школи), екологічно чисті продукти харчування, миючі засоби, альтернативні джерела живлення (енергія), палива; освіта; громадські організації, молодіжні соціальні рухи цього спрямування тощо. Тобто нами актуалізовано рекламування товарів/послуг, що сприяють формуванню ноосферної цивілізації та середовищному мисленню людей. Тим самим показано, що комерційна реклама як складова масової культури та своєрідна технологія формування способу життя людей, може здійснювати позитивний вплив.

По-третє, між окремими темами (тобто об'єктами рекламних кампаній), що студенти самостійно спроектували, були встановлені зв'язки, тобто в цілому усі проекти були організовані в одну систему. Методика побудована таким чином, що індивідуальне завдання стає підґрунтям колективного проектування, адже на підставі розробленого брифу одним студентом, інший проектує безпосередньо рекламну кампанію – ідею та варіанти її втілення різними видами реклами. Не менш суттєвим елементом є публічний захист проектів, коли в одній системі виступають автор ідеї продукту та автор рекламної кампанії, допомагаючи один одному та запевнюючи глядачів у правильності обраного напрямку. Саме таке партнерство сприяє відчуттю впевненості студентів у виступі, завдяки чому вони не лише не соромляться висловити свої ідеї, але й прагнуть презентувати їх у максимально привабливому вигляді.

Наступне завдання – це одне з підсумкових завдань у навчально-виховному процесі формування професійної компетенції в межах ВНЗ. Під час його виконання студент виступає як організатор, як менеджер органі-

зації вже не лише власної діяльності, але й комплексу дій інших співучасників. Отже, це завдання спрямовано на розвиток вміння проєктувати саме тому і послідовність дій інших учасників проєктувального процесу. Навіть давалося подібне завдання на факультеті дизайну, однак воно стосується будь-якого виду діяльності. Згідно теорії ведення проєктів, проєктна документація повинна містити у собі такі складові, як:

- цілі проєкту (з урахуванням зв'язків із суміжними проєктами, ефект застосувань результатів даного проєкту та їх значимості, ресурсів),
- умови здійснення (обмеження, потреби):
 - результати проєкту (вихідний продукт або ефект від його реалізації)
 - терміни виконання
 - виконання робіт (стратегії і засоби виконання різних задач)
 - ресурси (людські, інструментальні, фінансові, інформаційні)
- сітьові графіки виконання робіт з визначенням послідовності та тривалості виконання
- склад команди виконавців та вимоги до них
- ризики та варіанти розвитку проєкту за різних обставин [5, с.47-157]

Отже, під час виконання розробки проєктної документації студент повинен мобілізувати власну пам'ять на події та уяву, адже він повинен передбачити якомога більше ситуацій, в яких буде здійснюватись професійна дизайнерська діяльність. Важливим фактом є те, що він складає комплекс робіт для команди, отже набувається практичний досвід дизайнера-менеджменту, котрий сьогодні є актуальним рухом інтеграції різних сфер виробництва з метою удосконалення усіх процесів. [6]

Крім того, що студенти складають проєктну документацію, вони здійснюють проєкт «в матеріалі», так би мовити. Вони здійснюють колективну взаємодію у двох напрямках: по-перше, як співучасники-виконавці (формується відчуття належності себе до професійної групи, навички командної співпраці, вміння корегувати свої рішення і дії з іншими відповідно до спільної загальної мети); по-друге – як керівники проєкту (формується вміння виявити наявні можливості кожного з членів групи, правильно розподілити ролі та визначити їх зобов'язання, скооперувати членів групи за принципом доповнення один одного). Головним менеджером проєкту, який знаходиться «за кулісами», виступає, безумовно, викладач. Він повинен стимулювати студентів до здійснення постійного самоаналізу, включеного в безпосередню проєктувальну діяльність, - самоспостереження, самоконтролю, самооцінки. Однак найважливішим фактором тут виступає стимулювання з боку команди виконавців – інших студентів.

Таким чином, у статті ми розглянули невеликі приклади з педагогічного досвіду щодо формування проєктної культури у ВНЗ (на спеціальностях пов'язаних з дизайном як образотворчою діяльністю та рекламою як організацією комунікативних взаємодій у суспільстві). Наприкінці вважаємо за необхідне зауважити, що важливим завданням викладача є правильне коре-

гвання дій студентів у напрямку збереження балансу між прогнозуванням та проектуванням. Адже дизайн (у розумінні організації соціальної комунікації) є явищем, що інтегрує прогнозування як передбачення, «передзнання» майбутнього, паростки якого митець убаचाє в сьогодні, та проектування як програмний процес цілеспрямованої побудови певного змодельованого стану. Проектування та проектну культуру особистості не можна звести лише до складання та механічного виконання розписаних алгоритмів.

Список використаних джерел

1. Кравцов А.О. Воспитание творческих установок как составляющая становления проектной культуры субъектов образовательного процесса // Инновации и образование. Сборник материалов конференции. Серия "Symposium", выпуск 29. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2003. С.324-330
2. Полат С. Метод проектів / http://www.iteach.ru/met/metodika/a_2w3.php
3. Розенсон И. Основы теории дизайна. / И.Розенсон— СПб.: Питер, 2006. — 219 с.
4. Ромат С. Основы рекламы. Навч пос. / Е.Ромат— К.: Студцентр, 206.-288с.
5. Стэнли Э. Портни. Управление проектами. – М.: Диалектика, 2007. – 368с.
6. <http://www.design-management.ru>

Фурман О.І.
Криворізький державний
педагогічний університет

ДИДАКТИЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ВМІНЬ УСВІДОМЛЕНОЇ ПОБУДОВИ ЗОБРАЖЕННЯ У ХУДОЖНИКІВ-ПОЧАТКІВЦІВ

Анотація. У статті розглядаються дидактичні умови формування усвідомленого процесу побудови зображення студентами ХГФ на початковому етапі вивчення малюнку.

Ключові слова: Дидактичні умови, формотворення, сприйняття, наочний матеріал, система вправ.

Аннотация. Фурман А.И. В статье рассматриваются дидактические условия формирования сознательного процесса построения изображения студентами ХГФ на начальном этапе изучения рисунка.

Ключевые слова: Дидактические условия, формообразование, восприятие, наглядный материал, система упражнений.

Annotation. Furman A.I. In the article the didactic terms of forming are examined conscious the process of construction of image the students of KHGF on the initial stage of study of picture.

Key words: Didactic terms, formoobrazovanie, perception, evident material, system of exercises.

Постановка проблеми визначається створенням сучасної теоретичної і методичної бази для вивчення майбутніми викладачами академічного малюнку як головного предмету образотворчого мистецтва, що сприяє формуванню творчої особистості.

Перед вітчизняною педагогікою поставлені завдання, які повинні відповідати вимогам сьогодні і забезпечувати високий рівень зокрема підготовки вчителів образотворчого мистецтва. На шляху інтеграції нашої держави до світового товариства такі вимоги є справедливими і актуальними, оскільки становлення особистості в умовах загальноосвітньої школи, виховання її духовної культури засобами образотворчого мистецтва залежить від професійного рівня фахівця.