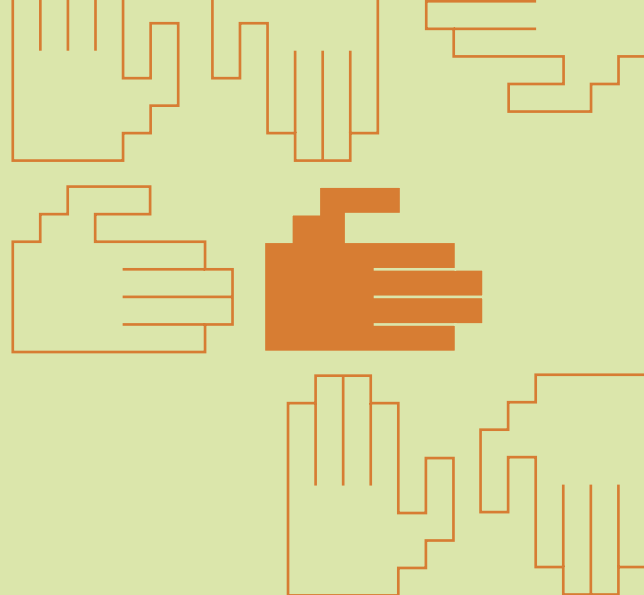
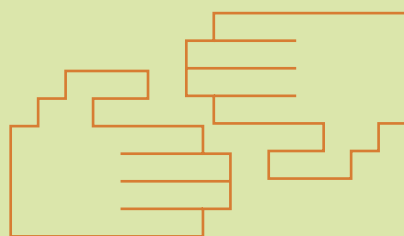


РОЗДІЛ

3



ПРОЄКТНЕ НАВЧАННЯ В ОПАНУВАННІ ПРОФЕСІЇ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНЕРА

DOI: <https://doi.org/10.31866/978-966-602-404-9.156-217>

Наталя
Удріс-Бородавко

3.1 Концепція проектного підходу в освітньому процесі кафедри графічного дизайну.



Дизайн-освіту можна вважати базовим осередком формування проектної культури, яка в XXI ст. стала однією з базових компетентностей як особистісного розвитку людини, так і її професійної підготовки. На сучасному етапі розвитку людства проектна культура реалізується як особливий тип мислення та як вид проектно-перетворювальної діяльності людини (Оршанський, 2022). Нерідко слово «дизайн» використовують для «опису планування подій і процесів, розробки рішень і домовленостей, створення методів і досвіду. Насправді, дизайн лежить в основі того, як ми живемо і працюємо» (Мау, 2015, с. 2). Пов'язане поняття «проектна діяльність» розглядається в контексті організації процесу узагальненого і безпосереднього пізнання реальної дійсності, що набуває характеру сучасного проектування, яким передбачено отримання конкретного (практичного) результату і його публічне представлення (Теорія і практика, 2019, с. 26). При цьому тлумачення поняття «проекування» повністю збігається з розумінням його у сфері дизайну: «проекування, в загальному його розумінні, – це науково обґрунтована побудова системи параметрів майбутнього об'єкта чи якісно нового стану наявного проекту прототипу передбачуваного або можливого об'єкта, стану чи процесу. Проекування – особливий тип інтелектуальної діяльності, відмінною особливістю якої є перспективна орієнтація, практично спрямоване дослідження» (Теорія і практика, 2019, с. 18–19).

За аналогією з дизайном, в педагогіці «визначають чотири етапи проектування: початковий (розроблення основних ідей, констатація вивченості проблеми, збір і аналіз даних, обґрунтування актуальності, формулювання гіпотези (припущення, що стосується результатів та способів їхнього досягнення); етап розробки (передбачення виконавця (виконавців), формування груп, усвідомлення завдань, планування діяльності, розроблення змісту етапів, визначення форм і методів керування і контролю, корекція з боку педагога); етап реалізації проекту (інтегрування й

акумулювання всієї інформації з урахуванням теми, мети; підготовка наочно-графічного матеріалу; розроблення аудіо-відеоряду проекту; контроль і корекція проміжних результатів, співвіднесення їх із визначеною метою; керівництво, координація роботи учнів); завершення проекту» (Теорія і практика, 2019, с. 24). Варто додати, що завершальний етап обов'язково полягає в презентації результатів зацікавленим та фаховій спільноті, а також у спостереженні за зворотним зв'язком з боку стейкхолдерів та адресатів (користувачів), аналізі змін внаслідок функціонування проекту.

Як бачимо, основні позиції проектного підходу повністю відповідають етапам проектування будь-якого об'єкта, матеріального чи інформаційного, в дизайні. У той час, як сам дизайн розширюється на сферу проектування соціальних процесів за допомогою тих чи інших продуктів дизайн-діяльності, прийом етапності, від мети до реалізації, широко рекомендується до застосування в будь-яких, навіть побутових справах.

Без заглиблення в історичні аспекти та детермінації, наголосимо на важливому факті, який мало висвітлюється в наукових джерелах, зокрема працях українських дослідників. Відомо, що перші ідеї, розроблена концепція та практика впровадження пов'язані з персоною американського філософа Д. Дьюї, який у рамках теорії прагматизму обґрунтовував і просував проектний метод в освіті ще в 1920-х рр. Проте зазвичай його внесок в педагогіку відокремлюють або не пов'язують із тим, що як науковець він досліджував також мистецтво, естетику, суспільство. Його праця «Мистецтво і досвід» містить багато ґрунтовних ідей:

- мистецтво та суспільство повинні залишатися пов'язаними, оскільки лише таким чином воно може відігравати роль у житті людини та спільнот;
- основною мистецтва є естетичний досвід, при чому філософ відрізняє життєві процеси, які людина неухважно проживає як рутину і саме досвід, як результат знакових подій, що має структуру, початок і кінець;
- естетичний досвід невід'ємно пов'язаний з досвідом створення (тобто створювальною активністю людини), а емоції є властивістю складного досвіду;

- d. наукова і художня мови не суперечать, а доповнюють одна одну, разом вони поглиблюють наше розуміння світу і досвід життя;
- e. хоча мистецтво асоціюється зі створенням і пов'язується з майстром, а естетика – зі сприйняттям і оцінкою твору споживачем, філософ розглядає акт створення та акт його оцінювання як одне ціле (Chaliakopoulos, 2020).

Більшість ідей розглядають мистецтво, по суті, в площині дизайну, тобто раціонально сконструйованій творчій діяльності. На нашу думку, передостання з позначених позицій чітко корелюється з принципом дизайну, за яким художньо-проектна творчість обов'язково ґрунтується на актуальних наукових відкриттях, а остання позиція чітко пов'язана з емпатією, тобто вмінням поставити себе на місце адресата/користувача та оцінити проект «очима» цільової групи ще під час його розробки. Науковість (раціональна обґрунтованість) та емпатія входять до набору професійних властивостей дизайнера. По суті, наведені базові постулати теорії мистецтва Дж. Дьюї свідчать про погляди філософа на мистецтво саме як на дизайн. Це підтверджує, що запропонований та концептуалізований ним проектний підхід в освіті формувався на тлі трактування мистецтва з позицій дизайну.

Водночас можна припустити, що прагматизм та проектний підхід Дж. Дьюї багато в чому вплинув і на концептуалізацію самого дизайну, зокрема на школу Баугауз 1920–30х рр. (Gaudin, 2020). Іншими словами, проектна методологія в освіті почала ширитися Д. Дьюї раніше, ніж була концептуалізована в дизайні. Вважаємо, що кристалізація проектного підходу в освіті та дизайнні відбувалися у взаємовпливі та симбіозі ідей, а сучасний дизайн як галузь надає чітке розуміння та зразковість етапів і ведення за ними проекту. Крім того, сьогодні, на початку XXI ст., спостерігається перевідкриття спільного в теорії прагматизму Дж. Дьюї та методології дизайну (Goldblatt, 2006; Galsgaard, 2014; Dixon, 2020).

Формується проектна культура під час навчання на всіх рівнях освіти за допомогою проектно-педагогічної технології, яка зорієнтована на вирішення певної проблеми (вона лежить в основі проекту) (Теорія і практика, 2019, с. 10) та є засобом організації діяльності, що «ґрунтується на інтересах учасників освітнього процесу в їх безпосередній активності на всіх етапах навчання»

(Бахмат, с. 419). Під час застосування технології відбувається не лише інтеграція отриманих раніше знань, але й набуття нових у результаті самостійної діяльності здобувачів. Мета проектно-технології полягає в тому, щоб «створити належні умови, за яких здобувачі самостійно отримують відсутні знання з різних джерел; вчать користуватися цими знаннями для вирішення пізнавальних і практичних завдань; набувають комунікативних умінь, працюючи в різних групах; розвивають особистісні дослідницькі уміння (виявлення проблем, отримання інформації, спостереження, проведення експерименту, його аналізу, побудови гіпотез, узагальнення тощо); розвивають системне мислення» (Теорія і практика, 2019, с. 10). Проектний підхід до навчання є домінантним у сучасній педагогіці всіх рівнів багатьох країн і України зокрема (Бахмат, с. 419).

Аналогом поняття «проектна культура» можна вважати «дизайн-мислення». Це окрема сфера знань та методичних рекомендацій, яка публічно проявилася та активізувалася 10–15 років тому, хоча має історію формування ще з 1960-х рр. Дизайн-мислення застосовується як загальний термін для міждисциплінарних, орієнтованих на людину проектів, які містять дослідження та швидке генерування ідей. Багато в чому дизайн-мислення подібне до проектно-культури, відмінність між ними вбачається у сфері застосування: якщо проектна культура розглядається в широкому сенсі і міститься, по суті, у погляді на будь-яку побутову або виробничу ситуацію системно, виходячи з поставленої мети та потреб учасників (цільових груп), за етапами від дослідження проблематики та умов її вирішення до аналітики результатів впровадження обраної стратегії, то дизайн-мислення спрямоване на трансформацію соціального простору та взаємодій між соціальними спільнотами.

Проектний підхід в дизайн-освіті кафедри графічного дизайну реалізується відповідно до етапів роботи над проектом, наведених у присвяченій цій темі монографії (Теорія і практика, 2019, с. 41–42), а саме:

Етап 1. Постановка мети і завдань.

Полягає в мотиваційно-орієнтованому ініціюванні — виділенні проблеми, яку можна вирішити за допомогою проекту, її обговорення; ознайомлення із загальним завданням, правилами, принциповими етапами роботи.

Етап 2. Планування робіт.

Формулювання критеріїв досягнення мети, структури поетапних завдань, а також можливого результату (продукту) проєкту; побудова технологічної карти проєкту; визначення власних можливостей, засобів і ресурсів, методів збирання, обробки та аналізу інформації; генерування дизайн-ідеї проєкту.

Етап 3. Робота над проєктом.

Робота над створенням безпосередньо дизайн-продукту; здійснення операцій за основними завданнями проєкту, підготовка теоретичних та практичних матеріалів, що будуть використані під час презентації проєкту.

Етап 4. Оціночно-рефлексивний моніторинг.

Оформлення проєкту в обраній формі (пояснювальна записка та експозиційні планшети), уточнення способів і форми представлення проєкту; обговорення отриманих результатів (самооцінювання діяльності та оцінювання іншими).

Етап 5. Презентація проєкту.

Публічна презентація та просування проєкту; експертне оцінювання результатів проєктної діяльності; участь у дискусіях; доповнення портфоліо (опис своєї ролі, використаних матеріалів, своїх вражень щодо роботи)

3.2 Науково-мистецький проєкт «100-річчя сучасності: Баугауз та український авангард»



Етап 1. Постановка мети і завдань.

Загальна проблематика — потреба у проведенні заходів різного масштабу для різних цільових груп з метою позиціонування самостійного розвитку України в європейському контексті, наявності в неї особливої історії мистецтва та дизайну, що розвивалася відповідно до світових трендів на рівні з найвизначнішими міжнародними феноменами, розширення інформаційного впливу про Україну за кордоном через міжнародні партнерства.

Одним із найвидатніших явищ в історії українського дизайну і мистецтва був український авангард 1920–30х рр., який розвивався водночас із німецьким Баугаузом, більшість основоположних принципів якого були закладені митцями, архітекторами і дизайнерами, що викладали в однойменній школі. Завдяки ідеологам дизайну став тим, що розширює межі мистецтва до звичайного життя, кожен рік наповнює змістом і сучасністю. У цьому процесі Україна не залишалась осторонь: у Києві та Харкові активно розвивалися освітньо-мистецькі осередки, у яких дизайн посів чільне місце. Тут не лише опановували школу європейських новаторів, але й формували власні підходи, частина яких була заснована на трансформації первинних форм народного мистецтва та самобутності української культури. Експериментальні майстерні, в яких інноваційно працювали з кольором і формою, теорією та історією мистецтва і дизайну, виводили українську культуру на новий рівень розвитку, спонукали позбутися архаїчних принципів і сформувати стиль сучасності.

З огляду на таку ідейну близькість та історичну синхронність розвитку напрямів, а також із врахуванням 125-річчя з дня народження Олександра Хвостенка-Хвостова (4 квітня 1895 р.) та Анатолія Петрицького (31 січня 1895 р.) у 2020 р., актуальним стало планування серії заходів впродовж 2019–2020 рр. під спільною назвою

«100-річчя сучасності: Баугауз та український авангард». Це цілком відповідало міжнародній хвилі подій до ювілею заснування німецької школи дизайну у 1919 р.

Мета — організувати проведення серії просвітницьких, науково-проектних і виставкових подій, що висвітлюють європейський контекст розвитку українського авангарду, спорідненість концептуальних підходів у дизайні та водночас унікальність українського досвіду.

Етап 2. Планування робіт.

Етапи роботи. У результаті обговорень було визначено характер комплексної події, а саме науково-мистецький проект, у рамках якого провести Всеукраїнську науково-практичну конференцію «100 років сучасності: ідеї Баугауза українського авангарду у сучасному дизайні та дизайн-освіті», а також Всеукраїнський фестиваль дизайну з представленням проєктів, що розкривають ідеї Баугауз та українського авангарду і наслідують їхні принципи.

Характер та змістове наповнення подій було заплановано таким чином:

Основні питання для обговорення в рамках конференції:

1. Спадок Баугауз та авангарду (конструктивізму) у сучасному дизайні: варто наслідувати чи час шукати нові форми.
2. Персоналії українського авангарду (конструктивізму) — герої сучасного відродження української культурної свідомості.
3. Трансформація ідей Баугауз та авангарду (конструктивізму) крізь століття.
4. Терра-інкогніта українського авангарду (конструктивізму): що приховувалося протягом історії.
5. Етнодизайн і народні ремесла у формуванні стилю Баугауз та авангарду (конструктивізму).
6. Роль дизайну і дизайнера в активації суспільнозначущих подій та трансформації суспільних відносин.
7. Освітньо-виховні проєкти з формування громадської активності серед студентів творчих спеціальностей.

8. Дизайнери як співучасники змін у культурі, політиці, громадському житті, вихованні.

9. Система візуальних образів як чинник формування національної свідомості населення.

Види проєктних розробок: постер, книга, арт-бук, колаж, шрифт, серія листівок, тематичний сайт, ескізи костюмів, футуристичні моделі костюмів, проєкти інтер'єрів та декору

Локації заходів та час проведення: конференц-зали КНУКіМ, галерея ORNAMENT Art Space. 2-3 квітня 2020 р.

Підготовчий період передбачав такі етапи:

Зима–весна (II півріччя 2018–2019 навч. року), осінь 2019 р. (I півріччя 2019–2020 навч. року) — напрацювання виставкового контенту здобувачами кафедри графічного дизайну в рамках освітніх компонент, наскрізне залучення до проєкту студентів різних курсів. Зокрема, були впроваджені поточні завдання в такі освітні компоненти: «Проектно-художня графіка» (тема «Цифровий колаж», 1 курс), «Типографічний дизайн» (тема 3 к.), «Дизайн-проєктування» (4 к.). З метою розширення зв'язків між здобувачами різних освітніх програм заплановані лекційні виступи з елементами інтерв'ю здобувачки магістратури дизайну Ганни Голубничої, яка неодноразово відвідувала сучасну школу Баугауз в м. Дессау та брала участь у деяких їхніх заходах.

Березень–квітень 2019 р. — розробка айдентики та афіш для науково-мистецького проєкту.

Листопад 2019 р. — апробація створеного контенту в рамках участі в проєкті «Біле місто Тель-Авів»,

Грудень 2019 — лютий 2020 р. — підготовка до науково-мистецького проєкту: анонсування (розсилка запрошень до участі у конференції та фестивалі, комунікація з партнерами, отримання матеріалів від учасників, опрацювання).

2–3 квітня 2020 р. — проведення конференції та виставки.

Червень 2020 р. — випуск тематичного номеру наукового журналу «Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну».

Етап 3. Робота над проєктом.

Розвиток проєкту відбувався за всіма визначеними пунктами підготовчого періоду. Важливими фактами процесу накопичення виставкового контенту вважаємо проведені магістранткою Ганною Голубничою лекційних занять із групами 1 курсу (27.03.2019), які насправді зацікавили та мотивували здобувачів. Виконання завдань на освітніх компонентах мали свою специфіку. Наприклад, на «Типографічному дизайні» в одній групі було здійснено командну роботу з візуалізації постулатів Маніфесту Баугауз — розподілені між здобувачами тези Маніфесту необхідно було візуалізувати шрифтовим плакатом у відповідній стилістиці, в однаковому розмірі 60х60 см. Інша група отримала завдання створити типографічні постери, в яких розкривалися аналогії між українським дизайнером та представником школи Баугауз. У рамках «Проектно-художньої графіки» завдання полягало у створенні цифрових колажів про творчість конкретних персон школи, з використанням фрагментів історичного фотоматеріалу. Не важко здогадатися, що виконання студентами завдань із мотивацією участі у майбутньому виставковому проєкті супроводжувалося невеликою індивідуальною дослідницькою роботою, результати якої складали обґрунтування візуальних рішень.



Рис. 1.
Дар'я Стужук.
Постер «Баугауз:
погляд крізь століття».
2019.



Рис. 2.
Поліна Бордюже.
Постер «Шлеммер та Екстер».
2019.



Рис. 3.
Людмила Чайка.
Постер «Враження».
2019.





Рис. 10—11.
Наталя Удріс-Бородавко.
Постери до подій проекту.
2019.



Етап 4. Оціночно-рефлексивний моніторинг.

Подіями, що можна трактувати як оприлюднення створеного виставкового контенту, а отже як оціночно-рефлексивний моніторинг стали виставка «Баугауз. Біле місто Тель-Авів», організована «Натів» — Ізраїльським культурним центром в Києві у партнерстві з Київським національним університетом будівництва та архітектури, Goethe-Institut Ukraine, Національною спілкою архітекторів України, а також Міжнародною трієнале сценічного плакату у м. Софії (Болгарії).

Під час розширення партнерських контактів для проведення науково-мистецького проекту, початкові етапи збагатилися новими можливостями для кафедри представити свої напрацювання.

Зокрема, в рамках співпраці з «Натів» — Ізраїльським культурним центром у Києві була організована виставка плакатів як сателітна експозиція більшого проекту «Баугауз. Біле місто Тель-Авів», під час відкриття якої викладачі і здобувачі кафедри мали можливість комунікувати та представити свої роботи послу Ізраїля в Україні та директорці Goethe-Institut Ukraine. Участь у виставці стала справжнім визнанням роботи кафедри, оскільки проекти посіли значну частину експозиції та висвітлили особливий ракурс теми.

Рис. 12—17.

Світлини з відкриття виставки «Баугауз. Біле місто Тель-Авів». 19 листопада 2019.





Наступним кроком цього партнерства стало відвідування авторами виставкових плакатів лекції німецького фотографа і дослідника архітектурної спадщини Баугауз Jean Molitor та отримання пам'ятних дипломів і нагород за участь.

Плакат до події було представлено як самостійний проєкт графічного дизайну на Міжнародній трієнале сценічного плакату у м. Софії (червень 2019) та опубліковано у каталозі.



Рис. 18—19.

Світлини з відкритої лекції Жана Молітора в «НАТІВ» - Ізрайльському культурному центрі, вручення дипломів за участь у виставці «Баугауз. Біле місто Тель-Авів». 4 грудня 2019 р.

Етап 4. Презентація проєкту.

На жаль, науково-мистецький проєкт відбувся наполовину із запланованого, оскільки через початок активної фази Covid-19 всі публічні заходи були скасовано, а отже, фестиваль дизайну та його експозицію не було проведено. Наукова конференція проведена дистанційно в скороченому варіанті, проте публікацію тез доповідей у збірнику здійснено у повному обсязі. Найпоказовішим носієм, що презентує проєкт «100 років сучасності», став тематичний номер наукового журналу «Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну». До авторського складу були залучені німецькі дослідники Kaija Voss, Jean Molitor та українські науковці, які представили різні аспекти українського авангарду 1920–30х рр. в кон-

тексті співзвуччя з європейськими мистецькими і проєктними практиками того періоду. Збірник матеріалів конференції та номер журналу стали не лише вагомим внеском в наукову скарбницю досліджень дизайну, але й джерелом мотивації викладачам та здобувачам кафедри для здійснення майбутніх науково-мистецьких проєктів.



Рис. 20—21.

Обкладинка і зміст тематичного номеру наукового журналу «Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2020.

Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну 2020 Том 3 №1 Demiurge: ideas, technologies, perspectives of design 2020 Vol. 3 No 1	
ЗМІСТ	
ПРЕДИСЛОВА Ліліана Венковська, Наталя Удрис-Бородавко	6
УКРАЇНСЬКИЙ АВАНГАРД 1920–1930х РР. У КУЛЬТУРНІЙ РЕАКЦІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ Наталя Удрис-Бородавко	9
ДИЗАЙН СЕРЕДОВИЩА ПРОЄКТ ВАЛІНАЦІЇ: ФОКУС НА МОЖЛИВОСТІ СПАДКОМАЦІЇ СТИЛЮ Kaija Voss, Jean Molitor	29
У ПОШУКАХ НОВОЇ АРХІТЕКТУРИ: БАУГАУЗ, ОРГАНІЧНА АРХІТЕКТУРА, І МЕТОД СВІДОМОЇ ТВОРЧОСТІ Наталя Харкова	43
ПРЕДМЕТНИЙ ДИЗАЙН ВПРОВАДЖЕННЯ АВАНГАРДНИХ КОНЦЕПЦІЙ У ДИЗАЙН ПОВІТРЯНИХ РЕЧЕЙ У ГАЛУЗІ КЕРАМІКИ ТА ФАБРИКУ Ольга Школенко	56
ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗНАЧЕННЯ ДОСВІДУ МАКЕТНОЇ МАЙСТЕРНІ МІЛЛЕРА ДЛЯ СУЧАСНОЇ ДИЗАЙНОВІСТІ Андрій Будник	69
ВПЛИВ БАУГАУЗУ ТА КОНСТРУКТИВІЗМУ НА ФОРМУВАННЯ МОБИ СУЧАСНОЇ ІНСТІТУЦІЇ Тетяна Бокан	85
АВАНГАРД В ВИТОКАХ ШВЕЙЦАРСЬКОГО СТИЛЮ ТА ЙОГО ЕКСПЛІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ВЕБ-ДИЗАЙНІ Вікторія Опішняк, Наталя Семенчук	104
ДИЗАЙН ОДЯГУ, АКСЕСУАРІВ, ІМІДЖУ АВАНГАРДНИЙ ДИЗАЙН ВАДИМА МІЛЛЕРА Тетяна Руденко	116
ВІДПІЛІННЯ «ТРАДИЦІЙНОГО БАЛЕТУ» ОКСАРА ШТЕЙМЕРА В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ ОДЯГУ Ольга Шандренко	129
МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО ВАСИЛЬ ЕРНСТОВСЬКИЙ: АДАПТУВАННЯ НОВОЇ ВІЗУАЛЬНОСТІ Ліліана Венковська	141
ДИЗАЙН ВІДПІЛІННЯ У ТВОРЧОМУ ДОСВІДІ РОЗІЛІ РАЙНОВИЧ Серій Палега	158
ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ УРБАНІСТИЧНОГО ПЕЙЗАЖУ В ТВОРЧОСТІ МИТЦІВ СТАНІСЛАВ ШИШЕНКО 1920–30х РР. РЕЛІГІОЗНИЙ АВАНГАРДНИЙ СТИЛЬОВИЙ ТЕЧІЙ Марта Осадца	168



Рис. 22.

Публікація постеру в каталозі Міжнародної трієнале сценічного плакату у м. Софії. 2019.



Стаття
«Виставка
«Баугауз.
Біле місто
Тель-Авів»»



Випуск
«Деміург: ідеї,
технології,
перспективи
дизайну. 2020.

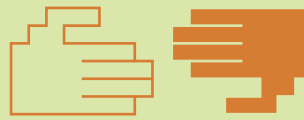


Анонс
виставки



Відео.
КНУБА.
«BAUHAUS.
Біле місто.
Тель-Авів»

3.3 Проєкт «Вдалась ти крилатою — мусиш летіть!», присвячений 150-річчю Лесі Українки»



Етап 1. Постановка мети і завдань.

25 лютого 2021 р. культурна спільнота України відзначала 150-річчя Лесі Українки. Це важлива дата, адже образ, створений особистістю поетеси, пережив більш ніж 100 років історичних і культурних змін. І залишився актуальним. Він і сьогодні мотивує, надихає, змушує мислити і відчувати.

Проблематика проєкту в тому, що динамічні зміни суспільства передбачають появу нових ракурсів представлення образу Лесі Українки з однієї з найбільш поширених знакових персон. Змінюються художні стилі і тренди в графічному дизайні — знаходяться і нові форми візуалізації її постаті. Тож проєкт «Вдалась ти крилатою — мусиш летіть!» зорієнтований на показ свіжих прочитань складної особистості мисткині слова та її інтелектуальної спадщини.

Головна мета проєкту — переосмислити особистість і творчість Лесі Українки та візуалізувати її вербальні образи мовою графічного дизайну XXI століття.

Етап 2. Планування робіт.

Етапи роботи. Підготовка до проєкту велася впродовж I півріччя 2020–2021 навчального року та охоплювала освітні компоненти 2-го і 3-го курсів, такі як: «Типографічний дизайн», «Проєктно-технічна графіка» та альтернативна форма (в умовах Covid-19) навчальної та виробничої практики.

Вересень 2020 — січень 2021 — робота на виставковим контентом. Досягнення поставної мети передбачало створення широкого діапазону візуальних репрезентацій відомих творів мисткині: типографічні і летерингові композиції з відомими поезіями та фразами, концептуальні колажі, ілюстровані міні-книжки, комікси, концепт-арти комп'ютерних ігор, стікерпак для спілкування у соцмережах.

Січень 2021 — погодження з адміністрацією Музею видатних діячів української культури Лесі Українки, Миколи Лисенка, Панаса Саксаганського, Михайла Старицького (адреса вул. Саксаганського, 93, з 22.02 по 28.02) можливості експонувати напрацьовані та візуалізовані; розробка рекламних матеріалів.

Початок лютого 2021 — відбір творів для виставки; підготовка до друку та друк створених проєктів.

Етап 3. Робота над проєктом.

Студенти і викладачі кафедри графічного дизайну КНУКіМ створили різнопланові проєкти — ілюстровані книжечки, концепт-арти комп'ютерних ігор за її творами, біографічні брошури, комікси, колажі і типографічні постери з відомими цитатами.

Проєкти-завдання, виконані на освітній компоненті «Проєктно-художня графіка». 2 курс. 2020. Керівник Оксана Чуєва.

Рис. 23.
Інна Кіптіла. Концепт-арт комп'ютерної гри за мотивами «Лісової пісні».

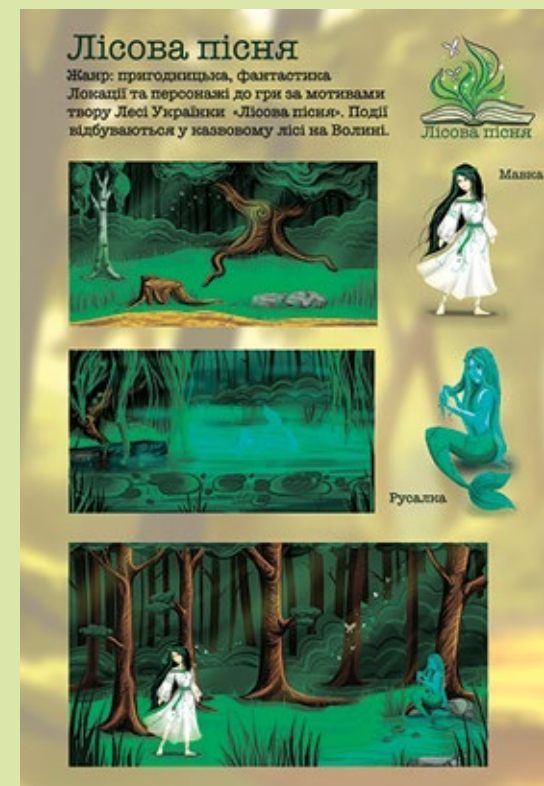


Рис. 24.
Ольга Ломко. Концепт-арт комп'ютерної гри за мотивами «Лісової пісні».





Рис. 25.
Валентина Лагута.
Візуалізація поезії
Лесі Українки
у візуальній новелі.
2020.



Рис. 26.
Тетяна Шупікова.
Тематичний стікерпак.
2021.



Рис. 27.
Оксана Рубленко.
Брошура
«Щоб не плакати,
я «сміялась»». 2021.



Рис. 31.
Дарина Гриценко. Триптих «Леся».

Розвиток ідеї проєкту, зокрема його відкриття, стимулював до розширення партнерських зв'язків, а саме запрошення колеги з факультету музичних мистецтв КНУКіМ для музичного супроводу і здобувачки факультету аудіо-візуальних мистецтв задля зйомки та монтажу відео з відкриття.

Проекти-завдання, виконані на освітній компоненті «Типографічний дизайн».
3 курс. 2020. Керівник Наталя Удріс-Бородавко.

Рис. 28.
Анастасія Антоненко.
Постер «Леся Українка».

Рис. 29.
Олександра Антонюк.
Постер «Кохання – як вода».

Рис. 30.
Марина Поліщук.
Постер «Міць потужна».



Рис. 32—33.
Наталя Удріс-Бородавко.
Афіша та дизайн сторінки
у Facebook події. 2021.



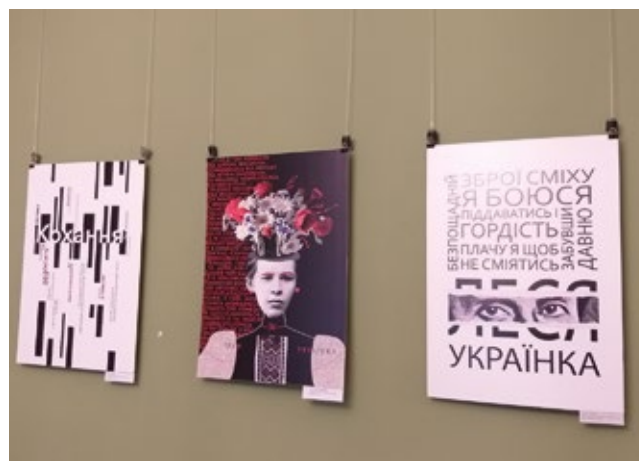
Етап 4. Оціночно-рефлексивний моніторинг.

Цей етап полягав у відборі творів організаторами проекту Наталією Удріс-Бородавко та Оксаною Чуєвою.

Етап 5. Презентація проєкту.

Перша презентація проєкту відбулася в Музеї видатних діячів української культури, в приміщенні будинку, де проживав Михайло Старицький. Новий погляд на складну та багатогранну спадщину літераторки представлено сорока роботами здобувачів та викладачок, кожен з творів унікальний і сучасний.

Рис. 34—37.
Світлини з відкриття
виставки «Вдалася
ти крилатою –
мусиш летіти!».
22 лютого 2021.



Проект отримав розвиток у вигляді продовження виставкової практики. Зокрема, за організаційного посередництва доцента кафедри Тетяни Божко роботи були виставлені в приміщенні бібліотеки «Свічадо», а також частина проєкту (типографічні постери з поезіями Лесі Українки) брали участь у проєкті «Калейдоскоп українських сенсів» в рамках комплексної події Kyiv Design Week (30.08 — 21.09.2024) в приміщенні книгарні «Сяйво книги» (Велика Васильківська, 6) з пролонгацією експонування до травня 2025 р.



Рис. 38.
Публікація про виставку в тематичному номері газети «Культура і життя», присвяченому увілею Лесі Українки, № 5-6 від 12-26 березня 2021 р.



Рис. 39—40.
Виставка у приміщенні Центральної районної бібліотеки Централізованої бібліотечної системи «Свічадо»: 16.06.2021 – 07.07.2021.

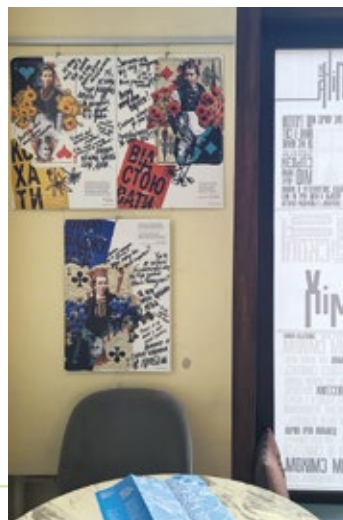


Рис. 40.



Рис. 41—44.

Участь постерів у виставці «Калейдоскоп українських сенсів» у книгарні «Сяйво книги» в рамках комплексної події Kyiv Design Week 30.08 — 21.09.2024



3.4 Виставковий проєкт культурної дипломатії студентів і викладачів кафедри графічного дизайну КНУКіМ «Спільне Сонце».

Етап 1. Постановка мети і завдань.

Основна проблема, в якій перебуває українське суспільство з 2014 р. та особливо з 2022 р., полягає у веденні загарбницької війни з боку РФ на нашій території. Одним із векторів вирішення цієї проблеми є постійна комунікація з країнами-партнерами та розкриття всіма засобами аспектів спільності та продовження підтримки. Саме з цієї позиції у 2022 р. завідувачкою кафедри була ініційована участь у подачі заявок на проведення культурної події зі статусом «офіційного заходу, присвяченого 30-річчю встановлення дипломатичних відносин між Японією та Україною» в рамках конкурсу від Посольства Японії в Україні.

Отже, мета проєкту полягала у проведенні якісно організованої культурної події з офіційним статусом. Такою подією стала виставка «Спільне Сонце», зорієнтована на представлення проєктів візуальних комунікацій, які відображають відкритість українських графічних дизайнерів XXI ст. до феномену японської культури, показі оригінальності її прочитання та інтерпретацій студентами і викладачами кафедри.

Обґрунтування лежить у площині культурної дипломатії та просвітництва. З далекою Японією ми маємо виразні перетини, зокрема є спільності у ставленні до навколишнього світу, символіці, культурних об'єктах, традиціях японської та української культур. Глобалізаційні процеси сприяють зближенню, втім залишається до кінця не розкрита загадковість кожної з них, яка мотивує до творчості молодих дизайнерів, які по-новому прочитують та інтерпретують сюжети і стилістику, відкривають нові сенси.

Глобальні завдання на цьому етапі були сформульовані як:

1. напрацювання виставкового контенту силами здобувачів та викладачів кафедри;
2. визначення головних партнерів події;
3. подання заявки щодо отримання спроектованої події для отримання статусу офіційного заходу, присвяченого 30-річчю встановлення дипломатичних відносин між Японією та Україною.

Етап 2. Планування робіт.

1. Напрацювання виставкового контенту силами здобувачів та викладачів кафедри.

Визначальними характеристиками ведення освітнього процесу на кафедрі графічного дизайну є гнучкість та мобільність у прийнятті рішень щодо поточних змін, а також готовність викладачів до експериментів «в реальному часі». На початку навчального року колективом кафедри було затверджено рішення про введення завдань для участі у проєкті «Спільне Сонце» до вивчення освітніх компонент, де їх виконання відповідало цілям та плану робочих програм. Зокрема завдання були введені в рамках компонент «Проєктно-художня графіка» на 1-му курсі, «Практика» на 2-4му курсах (альтернативна форма), «Типографія і лєтеринг» на 3-му курсі. Крім того, було оголошено про подачу робіт для участі у виставці з додатковими власними темами.

2. Визначення головних партнерів події.

Важливим складником виставкового проєкту є виставкова площа, в якій можна гідно представити роботи і провести подію відкриття. Для цього вдалося залучити стейхолдера кафедри — художню галерею «Митець» Київської організації Національної Спільки художників України (м. Київ, вул. Велика Васильківська, 12) в рамках постійної співпраці кафедри з секцією плаката і графічного дизайну КОНСХУ (Київська організація Національної Спільки художників України). Також партнером став Київський університет культури, здобувачам якого також було запропоновано взяти участь у проєкті.

Ідея проведення інтерактивного відкриття виставки підштовхнула до запрошення в партнери Україно-Японського центру КПІ ім. Ігоря Сікорського, зокрема сформувалася ідея проведення майстер-класу каліграфії від японського майстра Хітоші Накамурі.

У контексті інформаційної підтримки були запрошені Інформаційне агентство «Укрпрес-Інфо» та Інтернет-портал «Вечірній Київ».

Отже, стисло етапи роботи над проєктом сформульовані таким чином:

- напрацювання виставкового контенту (вересень — жовтень 2022 р.);
- залучення стейхолдерів (вересень — жовтень 2022 р.);
- подання пакету необхідних документів до посольства Японії в Україні;
- проведення відбору робіт до участі у виставці (середина листопада);
- розробка айдентики проєкту (листопад);
- друк проєктів, підготовчі роботи для експонування, анонсування події (кінець листопада — початок грудня);
- формування каталогу (кінець листопада);
- проведення виставки (6–15.12.2022);
- поширення інформації про подію (грудень 2022).

Етап 3. Робота над проєктом.

Для здійснення дизайн-освіти вельми важливим стало залучення всіх учасників освітньої програми, формування колективної відповідальності та розуміння важливості якісної підготовки і проведення проєкту. Здобувачі під керівництвом викладачів проводили невеликі дослідження, обґрунтовували ідеї своїх плакатів, макетів настільних ігор, творчу графіку. Визначальним фактором загальної залученості стала тематика проєкту, оскільки беззаперечним фактом є те, що візуальна культура традиційної і сучасної

Японії вже більш ніж півтора століття надихає європейських дизайнерів і художників на пошуки нових мистецьких форм і сенсів. Не є винятком і сучасна українська молодь, яка цікавиться багатьма проявами японської культури.

Важливо, що тематичне наповнення завдань з освітніх компонент не порушувало навчальний план та зміст робочих програм, адже здобувачі отримували необхідні навички та знання проектування відповідно до освітньої компоненти. Тема проекту стала лише наповненням тієї методології проектування та інструментальних навичок, що потрібно було вивчити та закріпити.

Рис. 48—50.
Композиції-завдання тематичного модулю «За мотивами хайку Мацуо Басьо», виконані на освітній компоненті «Типографія і лєтеринг». 3 курс. Керівники Наталя Удріс-Бородавко, Вікторія Приставка. 2022.



Рис. 48.
Олександра Барановська.
Композиція «За мотивами хайку Мацуо Басьо»



Рис. 49.
Владислав Нестеренко.
Композиція «За мотивами хайку Мацуо Басьо»



Рис. 50.
Катерина Янчук.
Композиція «За мотивами хайку Мацуо Басьо»

Рис. 45—47.
Плакати-завдання тематичного модулю «Спільні історії», виконані на освітній компоненті «Типографія і лєтеринг». 3 курс. Керівники Наталя Удріс-Бородавко, Вікторія Приставка. 2022.

Рис. 45.
Дар'я Катруха. Постер «Співаки історій»

Рис. 46.
Ярослава Степанчук. Постер «Герої-захисники»

Рис. 47.
Аліна Кравчук. Постер «Радіаційна сила»



Рис. 51.
Марія Саніна.
Національні кобзарі



Рис. 52.
Дана Орро. 30 років



Рис. 53.
Софія Плотко. 30 років



Рис. 54.
Анастасія Могиленко.
Ніс Акутагава. Ілюстрація



Рис. 55.
Юлія Стужук. Прогрес.



Рис. 56.
Анастасія Гіндікіна.
Мама

Важливим організаційним етапом було правильне оформлення пакету документів для подання до Посольства Японії в Україні (11.11.2022). Після отримання позитивної відповіді про внесення цього проєкту до переліку офіційних заходів та оприлюднення на сайті Посольства (17.11.2022), були доповнені айдентика, зокрема афіші та рекламний матеріал для анонсів події.

Рис. 45—47.
Тематичні ілюстрації,
виконані на освітніх
компонентах «Практика»,
1, 4 курси. 2022.

Виставковий проєкт
студентів і викладачів
кафедри графічного
дизайну КНУКіМ / КУК
«Спільне СОНЦЕ»
(сайт галереї)



Рис. 57.
Лист-погодження
від Посольства Японії
в Україні (11.11.2022)



Рис. 58.
Наталя
Удріс-Бородавко.
Афіша події. 2022.



Список офіційних
заходів, присвячені
30-річчю встановлення
дипломатичних
відносин між Японією
та Україною (сайт
Посольства)



Етап 4. Оціночно-рефлексивний моніторинг.

Цей етап реалізувався подвійним відбором робіт. Перша стадія здійснювалася викладачем освітньої компоненти тих робіт, що були створені в рамках завдань. Другий етап — робота відбіркової комісії з провідних викладачів кафедри із затвердженням учасників. Основними критеріями були розкриття теми спільного та відмінного в культурах Японії та України, оригінальність ідей та застосованих засобів і прийомів візуалізації, а також технічна якість виконання.

Етап 5. Реалізація проєкту в матеріалі.

Цей етап полягає у друці відібраних плакатів і творчих робіт здобувачів, підготовці до експонування індивідуальної графіки та живопису від викладачів. Паралельно з цим відбувалася робота над створенням каталогу (відповідальна за дизайн і виконання здобувачка 3-го курсу Дана Орро) та поширенням анонсів події.

Етап 6. Презентація проєкту.

Відкриття виставки «Спільне Сонце» відбулося за планом, 6.12.2022. Експозиція містила близько 70 творів дизайну і мистецтва. Учасниками стали 7 викладачів кафедри та 51 здобувач. Серед викладачів взяли участь Наталя Удріс-Бородавко, зав кафедри, канд. соціологічних наук, доцент; Наталія Лопухова, заслужений художник України; Андрій Будник, кандидат мистецтвознавства, заслужений художник України; В'ячеслав Снісаренко, заслужений художник України; Оксана Чуєва, кандидат мистецтвознавства; Віктор Ареф'єв, асистент кафедри, аспірант, Катерина Корчагіна, асистентка кафедри, спеціалістка в каліграфії. Також свої проєкти представили 52 студенти всіх курсів навчання. Особливий творчий та організаційний внесок зробила студентка 3-го курсу, староста Дана Орро.

Серед відвідувачів були здобувачі кафедри, здобувачі і викладачі інших освітніх програм, гості галереї «Митець», друзі учасників, представники стейхолдерів. Майстер-клас Хітоші Накамурі, японського майстра каліграфії мав особливе естетично-пізнавальне значення, залучило багато відвідувачів.

Поширення інформації про подію відбулося на кількох інформаційних ресурсах, соціальних мережах, на сайтах галереї та Посольства Японії в Україні.



Рис. 59—60.
Світлини з
відкриття виставки.
6 грудня 2022.



Каталог
«Спільне Сонце»



Рис. 61.
Майстер-клас
з каліграфії під час
відкриття виставки.



Рис. 62.
Галерейна зала. Відвідування
експозиції першої секретарки
Посольства Макіко Фуджімото.



Упродовж експозиційного періоду виставку відвідала пані Макіко Фуджімото, перші секретарка Посольства Японії в Україні, для якої провели персональну екскурсію та подарували листівки із зображеннями виставкових плакатів.

Важливим розвитком проєкту «Спільне Сонце» стала участь у комунікативній ініціативі українських студенток, що навчалися у 2023 р. в Японії. Випадково потрапивши на пост у соціальних мережах про виставку, студентки запросили до надання частини плакатів для їхнього проєкту. У результаті 29–30 квітня 2023 р. за сприяння Посольства України в Японії, за дружньої підтримки викладачів Akita University, відбулася виставка про українську історію, культуру, традиції, географію і про російсько-українську війну «Ukraine — Culture Of Courage and Freedom». Плакати «Спільного Сонця» разом з іншим проєктом, «Креативний спротив» стали вагомою складовою цього заходу. Наступним кроком події було видання з матеріалами виставки для безкоштовного поширення серед японців, які донатять на допомогу Україні.

Рис. 63—65.
Експозиція проєкту «Ukraine — Culture Of
Courage and Freedom» в приміщенні Akita
University. 29–30 квітня 2023 р.



3.5 Освітньо-виставковий проєкт «Трипілля і Ми».



Проєктний підхід в дизайн-освіті забезпечується співпрацею із зовнішніми стейкхолдерами, що проявлено розробкою актуальних для них або суспільства в цілому проєктів.

Етап 1. Постановка мети і завдань.

Запит на проєкт «Трипілля і Ми» надійшов від народної майстрині кераміки Людмили Смолякової, яка на основі наукових досліджень та археологічних розкопок займається реконструкцією трипільської кераміки та створює авторські репліки, а також ініціює просвітницькі заходи щодо максимального поширення інформації про суть та цінність цієї спадщини в Україні та за кордоном. Проблема міститься в тому, що попри неймовірну цінність факту присутності на території сучасної України такої далекої цивілізації, українська спільнота недостатнім чином усвідомлює важливість знання про пращурів та їхній спосіб життя, а також можливостей використання інформації про них у позиціонуванні країни на міжнародній арені.

Ідея проведення комплексного проєкта «Трипілля і Ми» зародилася в квітні 2024 р. під час знайомства з Л. Смоляковою та проведення за її сприяння різнопланового проєкту «Дивосвіт Трипілля» на локаціях Наукової бібліотеки.

Тож мета проєкту полягає у розробці низки різнопланової графічної продукції, яка б розкривала сутність трипільської культури з орієнтацією на просунуту, здебільшого молодіжну, як українську, так і зарубіжну аудиторію, зокрема з тих країн, де також віднайдені трипільські поселення (Чехія, Румунія, Молдова). Загальний підхід передбачає демонстрацію спорідненості та спільних цінностей європейської та української спадщини в історичному розвитку та сучасній культурі. Важливим стимулом реалізації проєкту є 175-річчя з дня народження Вікентія Хвойки, який відкрив перші поселення та присвятив усе своє життя поширенню інформацію про феномен Трипілля як такого.

Етап 2. Планування робіт.

У процесі обговорення варіантів продукції візуальних комунікацій та заходів щодо їх презентації і поширення, було вирішено розробити такі дизайн-проєкти: комікс; колекція цифрових моделей керамічних реконструкцій Людмили Смолякової; серія інформаційних та спонукальних до глибшого вивчення Трипілля плакатів; інформаційні панелі про трипільську цивілізацію та пов'язані важливі факти історії і сучасності; фотофіксація ленд-арту. Важливою складовою загального проєкту є, звісно, айдентика та ведення соціальних мереж.

Відповідно до прийнятого на засіданні кафедри рішення, робота над запланованими проєктами візуальних комунікацій здійснюється в рамках кваліфікаційних робіт бакалаврів, а також індивідуальних завдань здобувачів під час вивчення освітніх компонентів. Період виконання проєктів: листопад 2024 — травень 2025.

Рис. 66. Світлини з проведення заходу «Дивосвіт Трипілля». 4 квітня 2024.



Проект	Сутність проекту	Консультант/ керівник від кафедри
Айдентика проекту «Трипілля і Ми». Здобувачка Єлизавета Біла	Знак проекту, контент-план та візуально-вербальне наповнення сторінки соціальної мережі Instagram, рекламний супровід до подій проекту	Наталя Удріс-Бородавко, Дмитро Гринько
Інформаційні панелі «Трипілля і Ми» для презентації теми в Україні та за кордоном. Здобувачка Дарина Кезь	6 панелей, розмір 200x100 см, що розкривають різні аспекти існування, археологічного відкриття та сучасного поширення трипільської культури	Листопад 2024 — травень 2025 Оксана Чуева
Оцифровані керамічні реконструкції. Здобувач Петро Чолій	Ресурс з 3D-моделями керамічних реконструкцій Людмили Смолякової, з анотованими історико-культурними метаданими кожного виробу. Результат: окрема структура на інтерактивній енциклопедичній платформі «Цифрові колекції КНУКіМ»	Листопад 2024 — травень 2025 Дмитро Гринько, Наталя Удріс-Бородавко
Візуальна система комп'ютерної гри «Трипілля». Здобувачка Віталія Попович.	Єдина система образів персонажів, локацій та додаткової атрибутики для проекту гри, що виконана в стилістиці «пиксель-арт»	Листопад 2024 — травень 2025 Оксана Чуева, Дмитро Гринько
Комікс. Здобувачка Ксенія Кривовська	1–2 комікси на будь-яку тему, пов'язану з Трипіллям (уявлення про життя людей в період Трипільської культури; пригоди археологічних розкопок; фантазії; відвідування музеїв сучасниками). Результат: планшети зі сторінками коміксу для виставкового проекту; кілька примірників коміксу	січень – травень 2025, презентація — червень 2025 Наталя Удріс-Бородавко, Оксана Чуева
Плакати	Короткі влучні образні композиції, що привертають увагу до одного з аспектів феномену трипільської культури	Анастасія Павлюк, Тетяна Божко



Рис. 67. Проведення емпіричних досліджень у керамічній майстерні Л. Смолякової та на виставці в Національному музеї історії України.

Стейкхолдерами і партнерами проекту стали: Людмила Смолякова; Чеський центр в Києві; Національний музей історії України; кафедра комп'ютерних наук КНУКіМ; громадська організація «Градосвіт», функції яких поділилися на консультування; технічну підтримку; інформаційну та організаційну підтримку.

Рис. 68—70. Єлизавета Біла. Айдентика проекту «Трипілля і Ми». 2025.





Рис. 71—76.
Дарина Кезь. Інформаційні панелі «Трипільля і Ми». 2025.



Рис. 77—79.
Віталія Попович. Візуальна система комп'ютерної гри «Трипільля». 2025.

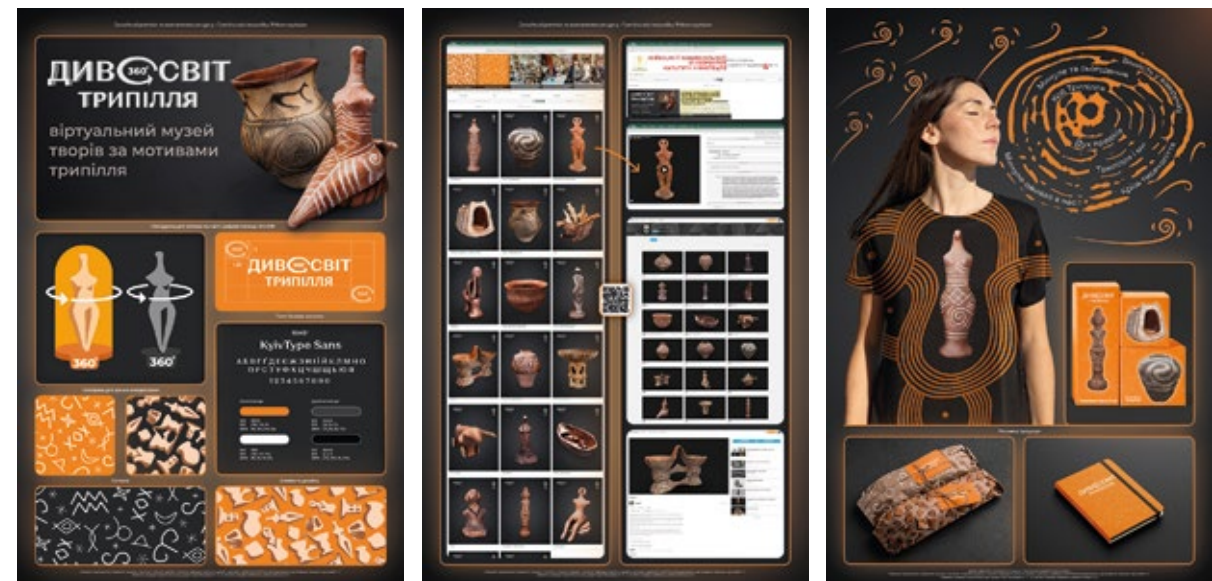


Рис. 80—82.
Петро Чолій. Оцифровані керамічні реконструкції. 2025.



Платформа, на якій
розміщено проєкт



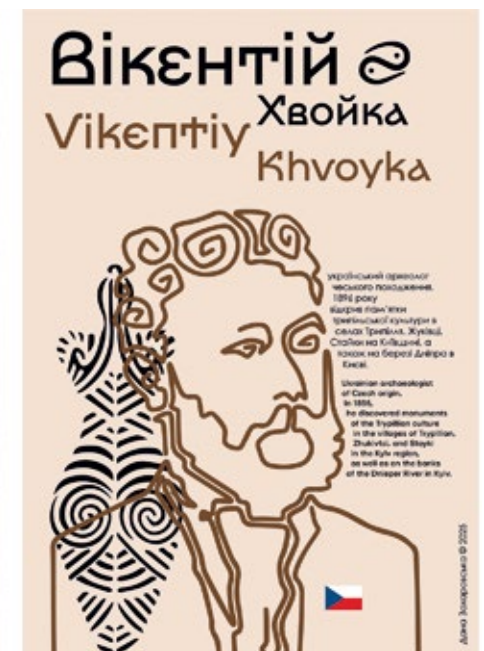
Рис. 83.
Ксенія Кривовська, Дар'я Сосонюк, Зоя Шульга.
Фрагмент коміксу «Додому з Трипілля». 2025.

Плакати-завдання, виконані на освітній
компоненті «Дизайн-проекування». 2 курс.
Керівники Тетяна Божко, Анастасія Павлюк. 2025.



Рис. 84.
Юлія Панасенко. Постер «Археологія». 2025.

Рис. 85. Рис. 86.
Софія Романюк. Постер «History». 2025 Дана Захаровська. Вікентій Хвойка. 2025.



Етап 4. Оціночно-рефлексивний моніторинг.

Цим етапом ведення проєкту вважаємо передзахист проєкту та відбір запропонованих до участі у виставці проєктів.

Етап 5. Презентація проєкту.

Презентація проєкту здійснюється кількома подіями. По-перше, інформація про оцифрування статуток-реконструкцій Людмили Смолякової увійшла до доповіді на міжнародній конференції в галузі цифрової культурної спадщини «Europeana 2025 — Preserve, Protect, Reuse», яка була організована у співпраці та партнерстві з Міністерством культури та національної спадщини Польщі, Національним інститутом культурної спадщини та Музеєм історії польських євреїв POLIN у Варшаві, які приймали конференцію. Доповідь здійснено 11.06.2025. У рамках співпраці з проєктом Europeana інтерактивна енциклопедична платформа «Цифрові колекції КНУКіМ», в тому числі і діджитал-колекція статуток за мотивами трипільської культури, інтегрується в єдиний європейський ресурс оцифрованої культурної спадщини.

Також презентація всього проєкту відбулася в рамках захисту кваліфікаційних робіт в приміщенні Національного музею історії України. На захисті були присутні представники Чеського центру в Києві, який на своєму рівні здійснював оціночно-рефлексивний моніторинг всіх проєктів для формування концепції заходів за кордоном.

Крім того, презентація в продовженому вигляді реалізується на сторінках соціальної мережі, а також на медіа-ресурсах України і Чехії.



Рис. 87.
Єлизавета Біла. Афіша захисту кваліфікаційних робіт. 2025.

Рис. 88—92.
Світлини із захисту кваліфікаційних робіт. 18 червня 2025.



Рис. 90.
Віталія Попович. Захист кваліфікаційної роботи. 2025.



Рис. 91.
Єлизавета Біла. Захист кваліфікаційної роботи. 2025.



Рис. 92.
Дарина Кезь. Захист кваліфікаційної роботи. 2025.



3.6 Індивідуальна проєктно-дослідницька траєкторія освіти

Проєкт «Айдентика м. Кролевець».

Проєктний підхід в дизайн-освіті забезпечується співпрацею із зовнішніми стейкхолдерами, що проявлено розробкою актуальних для них проєктів, а в рамках освітньої програми з магістерської підготовки — поглибленою дослідницькою складовою, що передуює безпосередній творчій розробці. Увесь процес представляємо відповідно до етапів роботи над проєктом (Теорія і практика, 2019, с.41-42).

Етап 1. Постановка мети і завдань.

Запит на розробку айдентики для м. Кролевець надійшов від стейкхолдера університету та, зокрема, освітньо-професійної програми 022 «Дизайн» рівня «Магістр», представниці кролевецької міської спільноти активістів, викладачки Кролевецької гімназії №5 Світлани Марченко.

Проблема, з якою звернулася С. Марченко, полягала у конфлікті між бажанням спільноти позиціонувати територію Кролевецьчини як привабливий для локального туризму осередок та відсутністю туристичного бренду кролевецького краю, який зміг представити та виокремити маленьке містечко та сусідні землі серед інших відомих міст та регіонів України.

Відомо, що в сучасному світі створення туристичного бренду та його інтеграції у середовище є однією з ключових тем в обговоренні добробуту громади та можливостей залучення до її розвитку різних соціальних груп. На момент звернення до кафедри

(вересень 2017 р.) в Україні на основі розробленої Концепції розвитку туристичної галузі, розвиток маркетингових підходів до надання туристичних послуг починав набувати активності. Зазначимо, що станом на 2025 р. туристичний брендинг в Україні набув гідного розвитку. Розроблено і, головне, затверджено місцевою адміністрацією, багато проєктів, які використовуються і справді збільшують потенціал місцевих громад — Рівненщина, Рівне, Черкащина, Чернівці, Івано-Франківськ, Київ, Київщина та ін. Зрозуміло, що через повномасштабне вторгнення РФ туристична галузь заморожена, але наявність бренду підсилює комунікацію адміністрацій громад у комунікаціях з потенційними партнерами для допомоги, відновлення, розвитку, а також у поданні на грантові програми.

Отже, завдання проєкту для вирішення проблеми, з якою звернувся до кафедри графічного дизайну стейкхолдер, полягала у розробці бренду Кролевецьчини (місто і прилегла територія).

Етап 2. Планування робіт.

Було вирішено розробляти проєкт в рамках магістерського кваліфікаційної роботи здобувачки Юлії Масюченко «Імплікація мотивів традиційної культури України у проєктах українського дизайну початку XXI ст.». Тож етапи роботи було синхронізовано з етапами ведення дослідження, основні з яких: теоретичне дослідження теми (жовтень 2017 — лютий 2018), виїзна експедиція для знайомства з особливостями регіону (березень 2018), розробка проєктної частини (квітень — травень 2018), моніторинг (травень 2018), доопрацювання проєкту (літо — осінь), презентація проєкту в рамках апробації результатів магістерського дослідження в публікаціях та на захисті кваліфікаційної роботи (вересень — січень 2019).

Очікувані результати — візуальна система бренду (знак, шрифт, колірна гама, патерни, комплекс актуальної для використання продукції як носіїв бренду) з теоретичним обґрунтуванням розробленої концепції. Критеріями досягнення визначено загальне схвалення активною спільнотою м. Кролевець проєктної пропозиції.

Етап 3. Робота над проєктом.

Дослідження. Теоретичне дослідження полягало у вивченні кількох тематичних підтем: принципів проєктування туристичних

брендів; методів переосмислення традиційної культури в сучасному дизайні; особливостей території, яка підлягала брендуванню.

Передумовами проєктування брендингу території є визначення її місцевих особливостей і традицій, адже сутність бренду складають не тільки впізнавані компанії та продукти, а й культура з усіма її складовими: мова, література, музика, спорт, архітектура тощо. Це потребує від дизайнера комплексного підходу та вивчення різних аспектів території міста або регіону.

Було з'ясовано, що м. Кролевець і регіон Кролевеччини — це територія, що передусім відома традиційними кролевецькими рушниками, створеними в оригінальній техніці переборного ткацтва. Оздоблені вони, як правило, геометричними фігурами або геометризованим рослинним орнаментом, витканими червоною ниткою на білому полотні. Тож для ефективної розробки айдентики необхідною стала виїзна експедиція до м. Кролевця та, зокрема, відвідування Музею кролевецького переборного ткацтва. Під час подорожі магістрантки та керівниці проєкту, за сприяння представників кролевецької спільноти активістів було проведено розширену екскурсію місцевими етнографічними примітними місцями, завдяки чому було пізнано багато корисної інформації про історію міста, унікальність кролевецького тканого рушника та, головне, отримано емоційні враження від місцевого колориту. Це надало підґрунтя для створення візуального образу системи ідентифікації Кролевеччини.

Проектування. За основу брендування Кролевеччини було взято символіку кролевецького рушника, про яку докладно написано у відповідних дослідженнях (Пурига, 2018). Аналіз семантичної складової кролевецьких рушників надав підстави для основного асоціативного складу фірмового знаку. Базовими символами стала «центральна свічка» як символ незгасної енергії та ромб — «душа в окрасі». Саме ці символи найчастіше з'являються на рушниках та є провідною тематикою у кролевецькому переборному ткацтві. Типова форма знаку-символу була спрощена від зайвих деталей. Також серед складових знаку — геометризована піктограма геолокації та схематизована літера «К».



Рис. 93—98.
Світлини з виїзної експедиції
до м. Кролевця і відвідування
місцевого музею.
24 березня 2018.

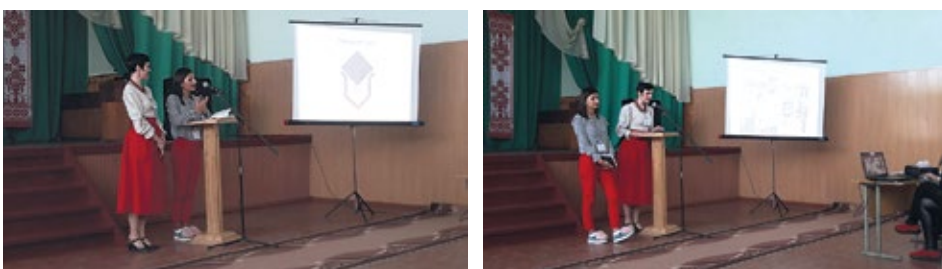


Рис. 99—102.
Світлини з виїзної презентації у м. Крелевець проєкту айдентики.

Колірна гама айдентики відповідає колориту рушників. Оскільки у ткацтві рушників використовували переважно нитки темно-червоного кольору на білому полотні, основними кольорами для брендування було обрано темно-червоний (дизайн-код С-13, М-100, Y-100, К-25 або #883D33) та білий. Третім кольором, який виконує функцію проміжкового заповнення, нейтралізує контраст та асоціюється з відтінком старовинного полотна, став темно-бежевий (дизайн-код С-11, М-10, Y-36, К-0 або #e3d9ad). Присутність холодного зеленого обумовлена кольором листя яблуні, яка є ще одним унікальним знаком-індексом цього міста. Для вербального доповнення бренду застосовано слоган: «Крелевеччина — край

унікальної спадщини». Вагомою складовою айдентики є спеціально розроблений шрифт, до створення якого залучили здобувача кафедри Дмитра Гринька.

Туристичний бренд містить різні елементи іміджевої продукції. Оскільки головне завдання проєкту — зробити місто відомим об'єктом туризму, розробка іміджевої продукції призначена для поширення інформації про Крелевеччину у зовнішньому середовищі (інші міста України). Основні меседжі комунікації — інформація про просування крелевецького тканого рушника як претендента в список нематеріальної спадщини людства ЮНЕСКО. У продукції іншого призначення використано стилізовані графічні елементи рушників та фотографії місцевості в оригінальних комбінаціях.

Етап 4. Оціночно-рефлексивний моніторинг.

Проєкт туристичного бренду Крелевеччини був презентований під час проведення Просвітницького семінару в рамках молодіжного громадського проєкту «27 вишиванок до 27-ї річниці незалежності України» у м. Крелевець 14 травня 2018 р. Юлія Масюченко, керівниця магістерського дослідження Наталя Удріс-Бородавко презентували розробку перед представниками обласної адміністрації Сумської області, міською адміністрацією, місцевою спільнотою активістів та освітян, а також представниками київської організації зі збереження культурної спадщини. Проєкт у цілому отримав схвальні відгуки та рекомендації до офіційного впровадження у використання.

Після проведеного моніторингу та деяких корегувань проєкт неофіційно використовувався ініціативними групами активістів міста.

Етап 5. Презентація проєкту.

Оприлюднення проєкту відбувалося участю в II Міжнародній науково-практичній конференції-фестивалі «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації» (м. Київ, 25–26 жовтня 2018 р.) з публікацією тез доповідей (Удріс-Бородавко&Масюченко, 2018); під час захисту магістерської кваліфікаційної роботи Юлії Масюченко 22.01.2019; використанням проєкту в неофіційній комунікації мешканців Крелевеччини, а також презентацією проєкту в книзі «Графічний дизайн з українським обличчям» (2023 р.).



Рис. 103.
Висвітлення проекту на конференції-фестивалі «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації».



Рис. 104.
Захист магістерської кваліфікаційної роботи Ю. Масюченко

Рис. 105.
Представлення проекту у книзі «Графічний дизайн з українським обличчям».



3.6 Індивідуальна проектно-дослідницька траєкторія освіти

Проект книги «Графічний дизайн з українським обличчям».

Цей підрозділ розкриває проектний підхід до навчання професії «графічний дизайнер», а також формування широкого спектру фахових і професійних компетентностей Анастасії Ткачук, чия індивідуальна освітня траєкторія складається з проходження освітніх програм першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів спеціальності В2 Дизайн на кафедрі графічного дизайну КНУКіМ. У комплексі цей навчальний кейс представляє кількарічний проект з проявленою тяглістю освітніх програм кафедри графічного дизайну та всіма етапами проектної педагогічної технології. Як і попередній приклад, весь процес представляємо відповідно до етапів роботи над проектом.

Етап 1. Постановка мети і завдань.

Цей проект був ініційований науковою керівницею, яка в рамках затвердженої наукової теми кафедри та індивідуальних досліджень сформулювала проблему та запропонувала метод до її вирішення. Проблема полягала в тому, що українська спільнота графічних дизайнерів, особливо молодішої генерації, прагне створювати проекти з проявленою ідентичністю. Втім важко знайти конкретні методичні рекомендації, як це робити, як «переосмислювати» традиційну візуальність згідно з новими трендами, з чого саме почати свій особистий розвиток в цьому. Тому було вирішено написати книгу, в якій були б викладені актуальні прогресивні приклади українського графічного дизайну та методичні напрацювання, ілюстровані роботами здобувачів. Іншими словами, науковий керівник виступив у ролі замовника, який при цьому не домінує над дизайнером, а співпрацює з ним на принципі взаємного доповнення ідей.

Виходячи із виявленої проблеми, завданням проєкту було створення та поширення серед дизайнерів і всіх зацікавлених стейкхолдерів книги, яка б полегшила процес розробки об'єктів візуальних комунікацій з методологічного ракурсу, тим самим були б внесені зміни в інформаційне поле, що сприяло б розвитку національних форм українського графічного дизайну. Дизайн книги, відповідно, мусив не лише донести текстовий та ілюстративний контент, але й бути прикладом проєктування з проявленою ідентичністю через звернення до традиційної української культури.

Етап 2. Планування робіт.

Після визначення теми проєкту були сплановані основні етапи роботи над дизайном книги, а також прогностично передбачена подальша діяльність щодо її поширення серед громадськості.

Етапи роботи над дизайном книги синхронізувалися з графіком ведення бакалаврської роботи. Оскільки текст книги був не до кінця сформований, можна сказати, що дизайн (форма) розвивався паралельно з її змістом (текстом та ілюстративним наповненням).

З урахуванням специфіки ситуації були визначені очікувані результати — загальна концепція проєкту, яка може бути представлена навіть без остаточно сформованого змісту — обґрунтований тип верстки, шмуктитули, додаткові типографічні елементи, колірна гама, робочі варіанти обкладинки.

Основне завдання дизайну — відтворення у верстці книги української ідентичності, вивчення чого і стало предметом перед-проєктного дослідження. Усі етапи роботи над проєктом, а саме вивчення теоретичних питань, аналіз аналогів, сутність дизайн-концепції та презентація отриманих результатів про проведення висвітлювалися в тексті пояснювальної записки бакалаврської кваліфікаційної роботи.

Етап 3. Робота над проєктом. Початкова стадія концептуалізації ідей.

Разом із керівником на основі методів проєктування, запропонованих у книзі з переосмислення візуальної системи української традиційної культури, А. Ткачук було розроблено візуальний базис проєкту.

Етап 4. Оціночно-рефлексивний моніторинг.

Захист бакалаврської роботи можна розглядати як етап першого оприлюднення проєктної концепції. Виступ здобувачки перед комісією демонстрував її особисте осмислення та узагальнення проведеної роботи, а обговорення отриманих результатів атестаційною комісією, науковим керівником і присутніми на захисті стало своєрідним публічним тестуванням перед цільовою групою. У результаті були сформовані рекомендації, згідно з якими проєкт отримав вектор удосконалення, розширення, доопрацювання.

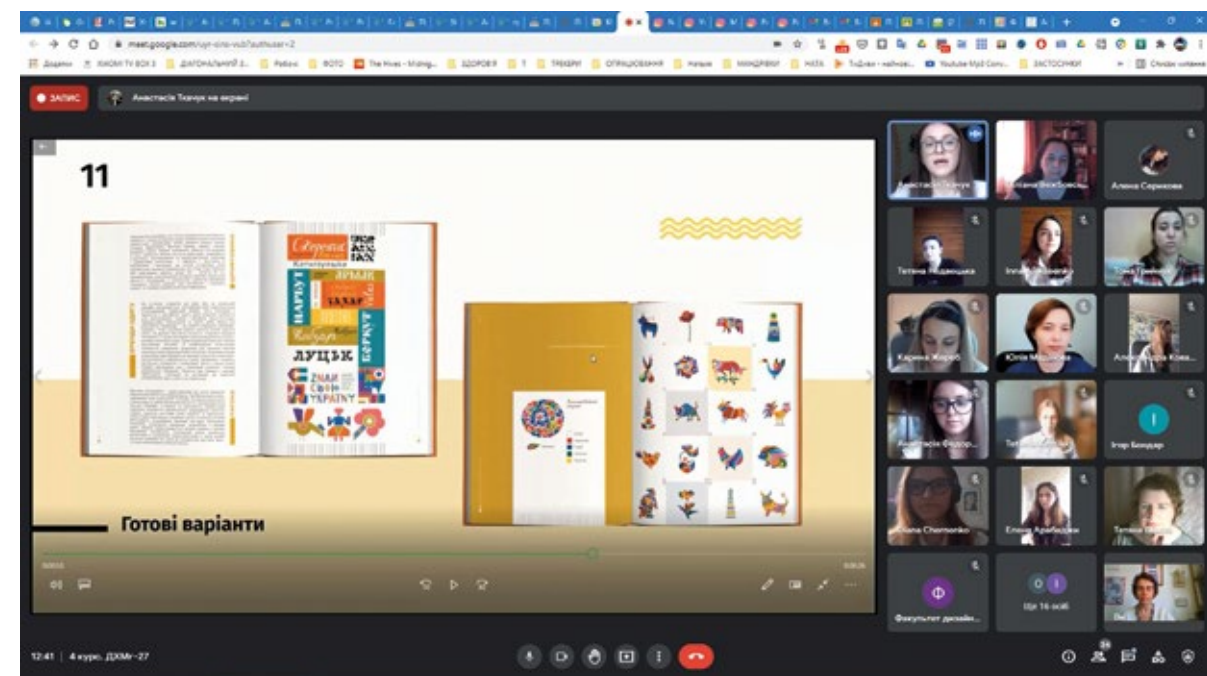


Рис. 106.
Скрін відеозапису захисту бакалаврської
кваліфікаційної роботи Анастасії Ткачук.
17 червня 2021.

Етап 3.1. Завершення проєкту.

Робота над проєктом продовжилася майже після однорічної перерви, що було пов'язано з доопрацюванням текстового і візуального контенту книги. Тож із літа 2022 р. циклічно повторився

3-й етап. На ньому Анастасія відпрацьовувала свої професійні навички, які полягали у повноцінній остаточній верстці книги, доопрацюванні художньо-образного рішення всієї книги та її окремих частин, технічній підготовці ілюстративного контенту книги. Цей етап збігся зі вступом на освітню програму «Дизайн» другого магістерського рівня. Завершення проєкту велося в умовах постійної комунікації з науковою керівницею (клієнткою) щодо художньо-проектних пропозицій, частина ідей якої лежать в основі дизайну.

Етап 4.1. Технологічний моніторинг.

Етап технологічного моніторингу відбувся під час додрукової підготовки книги в лютому — березні 2023 р. Перед переходом до етапу 5, тобто реалізації проєкту в матеріалі, було налагоджено партнерство зі стейкхолдерами освітньої програми — українським видавництвом ArtHuss та друкарнею Huss. При цьому магістрантка реалізовувала концепцію власної безперервної освіти і, зокрема, самоосвіти (збір інформації, її аналіз та обробка для конкретних завдань) — дистанційно навчалася в майстра додрукової підготовки файлів (пруфів) під конкретне обладнання друкарні Huss, проводила перемовини щодо тестування кольоропроб для обкладинки. Іншими словами, якщо від час захисту відбувався здебільшого рефлексивний моніторинг, а з боку стейкхолдерів (членів комісії) здійснювалося оцінювання ідейно-концептуальної частини дизайну, то на цьому етапі моніторинг стосувався придатності макета до тиражування.

Етап 5. Реалізація проєкту в матеріалі.

На етапі друку тиражу книги «Графічний дизайн з українським обличчям» роль автора і дизайнера полягає в загальному контрольному спостереженні за процесом з метою остаточної фіксації відповідності задумам. У контексті навчального і проектного процесу вельми важливим стало відвідування друкарні під час налаштування технологічного процесу і запуску книги в друк. Разом із науковою керівницею та здобувачами бакалаврату Анастасія Ткачук підтвердила наочно попередні знання про особливості друку на спеціалізованому обладнанні, виведення форм, механізми налаштування точності співпадіння відбитків. Це вельми важливий досвід матеріалізації проєкту та перетворення одиничного макету у масове виробництво.



Рис. 107—110.
Вивчення специфіки друку в друкарні Huss у супроводі директора видавництва ArtHuss Костянтина Кожемяки. 13 квітня 2023.

Етап 6. Презентація проєкту. Процес рекламування книги як самостійний підпроєкт.

Реалізація цього етапу розпочалася заздалегідь, з вересня 2022 р. і лягла в основу магістерського дослідження «Системний підхід до просування української книги на вітчизняному та європейському ринку». Ведення цієї кваліфікаційної роботи стало іншим цілісним підпроєктом роботи на книгою, який так само складався з етапів.

Планування робіт на цьому етапі стало можливим завдяки теоретичному вивченню теми — специфіки книговидавничої справи в Україні та за кордоном, особливостях позиціонування та ведення рекламних кампаній видавництв і безпосередньо книг, проведення опитувань щодо запиту на рекламну інформацію про книги з боку потенційних читачів. Цими етапами стали формулювання цілей та визначення унікальної торговельної пропозиції, аналіз цільової аудиторії, дослідження конкурентного середовища, розробка стратегії і матеріалів рекламної кампанії, моніторинг зворотного зв'язку (рис. Планшет). Ці визначені стадії склали структуру роботи над проєктом з рекламування книги.

Важливими висновками теоретичного дослідження стали такі: 1) система заходів із просування книги як інтелектуально-го продукту повинна узгоджуватися і навіть підпорядковуватися маркетинговим стратегіям, опрацьованим у видавництві, де виходить друком книга; 2) дизайн рекламних матеріалів повинен відповідати загальним стильовим підходам видавництва, але мати свою індивідуальність у презентації саме цієї книги; 3) візуальною основою рекламної комунікації книги є її обкладинка — саме вона лягає в основу подальшого дизайну рекламних креативів (Удріс-Бородавко&Ткачук, 2023, с. 252). Ці результати суттєво вплинули на подальше планування роботи, зокрема тісну дослідницьку співпрацю з видавництвом ArtHuss.

Важливими висновками теоретичного дослідження стали такі: 1) система заходів із просування книги як інтелектуально-го продукту повинна узгоджуватися і навіть підпорядковуватися маркетинговим стратегіям, опрацьованим у видавництві, де виходить друком книга; 2) дизайн рекламних матеріалів повинен відповідати загальним стильовим підходам видавництва, але мати свою індивідуальність у презентації саме цієї книги; 3) візуальною основою рекламної комунікації книги є її обкладинка — саме вона лягає в основу подальшого дизайну рекламних креативів (Удріс-Бородавко&Ткачук, 2023, с. 252). Ці результати суттєво вплинули на подальше планування роботи, зокрема тісну дослідницьку співпрацю з видавництвом ArtHuss.

Етапи визначення УТП та аналізу ЦА здійснено на основі аналізу теоретичних публікацій, досвіду рекламистів, вивчення практики видавництва ArtHuss та інтерв'юванню його директора Костянтина Кожемяки. Результати цих етапів згодом детально представлено в кваліфікаційній роботі та науковій статті (Удріс-Бородавко&Ткачук, 2023, с.254-255). Розробка стратегії і матеріалів рекламної кампанії полягала у розробці цілісної дизайн-системи як сукупності стилістичної та семіотичної систем. Усі особливості роботи також представлені в кваліфікаційній роботі та науковій статті (Удріс-Бородавко&Ткачук, 2023, с.257-260).

Завершення концептуальної розробки дизайн-системи з просування книги збіглося з анонсуванням виходу книги на сайті і в соціальних мережах видавництва та інших тематичних сайтах, а також завершенням друку першого тиражу. Подальші події етапу презентації всього проєкту книги, в тому числі в моніторинг зворотного зв'язку з цільовою групою, здійснювалися у тісному партнерстві з видавництвом та з використанням їхніх аналітичних програмних ресурсів. Всі події та результати представлені на експозиційних планшетах кваліфікаційної роботи.

Важливою складовою презентації проєкту стали публікація статті у науковому журналі категорії Б «Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну» (Удріс-Бородавко&Ткачук, 2023) та захист магістерської кваліфікаційної роботи Анастасії Ткачук у стінах університету, з позитивним відгуком членів комісії та стейхолдерів проєкту (видавництво ArtHuss і друкарні Huss) та рекомендацією вступу до аспірантури.

Рис. 111.
Анастасія Ткачук.
Структурування
реklamної
комунікації для
просування книги.
Експозиційний
планшет
магістерської
кваліфікаційної
роботи.





Ст. 204. Рис. 112—115.
Анастасія Ткачук. Експозиційні планшети кваліфікаційної роботи, на яких представлено дизайн продукції для подій щодо просування книги. 2024.

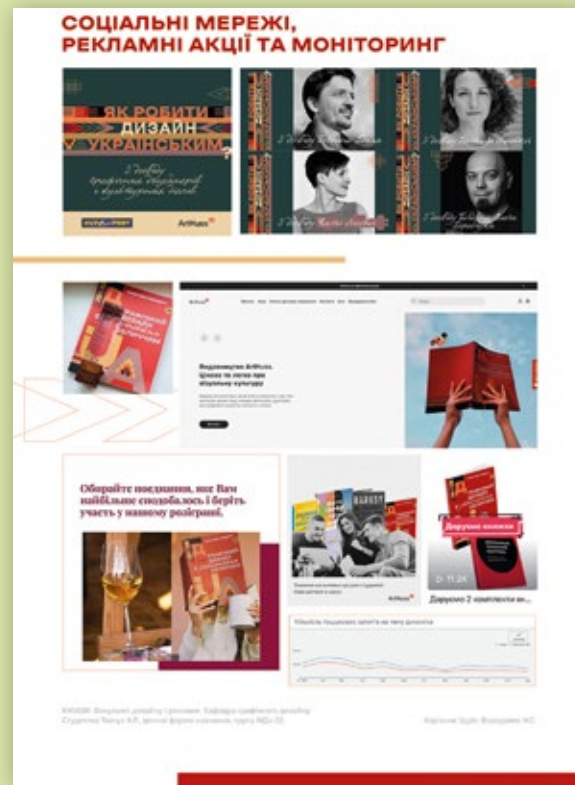


Рис. 116—117.
Удріс-Бородавко, Н., & Ткачук, А. (2023). Системний підхід та українська ідентичність у дизайн-системі маркетингової комунікації книжкового видання. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну, 6(2), 248–265.



Рис. 118. Отримання Анастасією Ткачук диплому магістра. 15 березня 2024.

Підсумуємо вищенаписане тим, що в результаті успішного проведення проєкту було отримано характерний педагогічний досвід науково-проєктного партнерства між науковим керівником та здобувачкою за принципом міждисциплінарного підходу, практикування моделі виробничих відносин «замовник (клієнт) — дизайнер», отримання знань з технологічного виробництва в друкарні під час друку своєї дизайн-розробки, напрацювання Soft Skills під час проведення досліджень, інтерв'ювання партнерів і стейхолдерів, обговорень і вирішень технологічних питань. Це стало зразковим прикладом проєктної педагогічної технології.

З позиції методологічної викладацької роботи книга стала платформою для втілення різних видів педагогічної практики. По-перше, вона є результатом опрацювання та впровадження методики проєктування об'єктів графічного дизайну з відтворенням української ідентичності в рамках освітньої компоненти «Етнодизайн» для здобувачів бакалаврського рівня, містить синтезований кількарічний досвід роботи зі здобувачами 1–3 курсів. По-друге, робота над її дизайном і просуванням серед цільової аудиторії є прикладом синтезу наукового дослідження і проєктування на основі інтелектуального партнерства керівника і здобувача під час отримання освіти на рівнях бакалавра графічного дизайну і магістра дизайну. По-третє, окрім попиту на неї серед широкої громадськості, викладачів, дизайнерів та науковців, книга застосовується у подальшій педагогічній практиці авторки книги, кандидата соціологічних наук, доцента, завідувачки кафедри графічного дизайну Наталі Удріс-Бородавко для навчання наступних поколінь здобувачів кафедри.

1. Бахмат, Н. (2024). Проєктна культура майбутніх педагогів: ефективність використання електронних ресурсів. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. (21). 417–423. <https://doi.org/10.36550/2415-7988-2024-1-213-417-423>
2. Оршанський, Л. & Котик, І. (2022). Проєктна культура майбутніх дизайнерів як ключовий чинник їхнього професійного становлення. Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету (1). 152–159. <https://doi.org/10.31499/2307-4906.1.2022.256207>
3. Пурига, І. (2018). Кролевецькі рушники: історія, семантика, технологія. Суми : Територія.
4. Теорія і практика проєктного навчання у професійно-технічних навчальних закладах [Монографія]. (2019). Житомир: «Полісся».
5. Удріс-Бородавко, Н. & Масюченко, Ю. (25–26 жовтня 2018). Дизайн айдентики та рекламної продукції м. Кролевець: традиційне в сучасному. Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації : тези доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф. -фестивалю. КНУКіМ, КУК. Київ. С. 280–284.
6. Удріс-Бородавко, Н. & Ткачук, А. (2023). Системний підхід та українська ідентичність у дизайн-системі маркетингової комунікації книжкового видання. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну, 6(2), 248–265. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.6.2.2023.292143>
7. Удріс-Бородавко, Н. (2023). Графічний дизайн з українським обличчям. ArtHuss.
8. Chaliakopoulos, A. (2020). Art as Experience: An In-Depth Guide to John Dewey's Theory of Art. URL: <https://www.thecollector.com/john-dewey-theory-of-art-as-experience/>.
9. Dalsgaard, P. (2014). Pragmatism and design thinking. International Journal of Design, 8(1), 143–155. URL: <https://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/1087/606>

10. Dixon, D.S. (2020). Dewey and Design. A pragmatist Perspective for Design Reseach. Springer Nature Switzeland. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-47471-3>
11. Gaudin, O. (2020). Toward an Environment-based Pedagogy of Creativity: Learning from the Bauhaus and Dewey's Pragmatism, in Warda, Johannes (Hrsg.): Beyond Bauhaus: New Approaches to Architecture and Design Theory. Heidelberg: arthistoricum.net-ART-Books. S. 45–65. <https://doi.org/10.11588/arthistoricum.658.c8891>
12. Goldblatt, P. (2006). How John Dewey's Theories Underpin Art and Art Education, Education and Culture, 22(1). Article URL: <https://docs.lib.purdue.edu/eandc/vol22/iss1/art4>
13. Mau, B. (2015). Design is leadership. URL: <https://designmanifestos.org/wp-content/uploads/2020/07/24hrs2mc-principles.pdf>

