

**ДЗ «ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА»**



**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ТОРГІВЛІ, ОБСЛУГОВУЮЧИХ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ТУРИЗМУ**

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ



**«ФОРМУЛА ТВОРЧОСТІ: ТЕОРІЯ І МЕТОДИКА МИСТЕЦЬКОЇ
ОСВІТИ»**

Збірник матеріалів
VI Всеукраїнської науково-практичної конференції

27 квітня 2022 р.

За загальною редакцією
кандидата педагогічних наук, доцента,
завідувача кафедри дизайну
І.В. Продан

**Полтава
2022 рік**



УДК 7.012(08)

Ф 79

Редакційна колегія:

Продан І.В. – кандидат педагогічних наук, доцент (голова)

Борисов В.В. – доктор педагогічних наук, професор.

Затверджено на засіданні кафедри дизайну (протокол № 9 від 11.02.2022).

Формула творчості: теорія і методика мистецької освіти : зб. мат. VI Всеукр. наук.-практ. конф., м. Полтава, 27 квітня 2022 р. / ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка»; гол. ред. І.В. Продан ; упоряд. Г.С. Богучарська ; техн. ред. В.М. Кардашов. – Полтава : ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2022. 158 с.

Збірник містить матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Формула творчості: теорія і методика мистецької освіти», яка відбувалась 27 квітня 2022 року за ініціативи кафедри дизайну ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка». У конференції взяли участь науковці, викладачі та здобувачі вищої освіти зі всіх куточків України.

Видання розраховано на широке коло науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, а також усіх, хто цікавиться дизайном та досліджує проблематику теорії і методики мистецької освіти.

Відповідальність за зміст, достовірність, оригінальність поданих матеріалів несуть автори, опублікованих у збірнику доповідей.

© Автори тез, 2022

© ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2022



потенціал. Лінія і колір – це візуальна метафора. Якщо це здоровецький вибух «ББАБАМ!», то ми бачимо і відповідну гаму кольорів, що дає відчуття потужного вибуху [2].

Усвідомлюючи, що економічні тенденції глобалізації і технологічні досягнення у сфері комунікацій докорінно змінили визначення того, що можна вважати коміксом, він адаптується до сучасного світу і продовжує розвиватися.

Література:

1. Данкан Р., Сміт М., Левіц П. Сила коміксів. Історія, форма й культура. Київ : ArtHuss, 2020. 512 с.
2. Корешков О. Колодроїд. Київ : ArtHuss, 2019. 32 с.
3. Groensteen T. Comics and Narration Hardcover. University Press of Mississippi, 2013. 192 pp.
4. Sadoul G. Histoire Du Cinéma Paperback. J'ai Lu, 1962. 625 pp.
5. Vessels J. E. Drawing France: French Comics and the Republic Paperback. University Press of Mississippi, 2012. 305 pp.

Борисова Світлана Володимирівна

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дизайну
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
(м. Полтава, Україна)

СОЦІАЛЬНА ПРИРОДА ПОШТОВОЇ КАРТКИ ЯК ОБРАЗОТВОРЧОГО ВИДАННЯ

Поштова картка, що визначається як «аркушеве образотворче видання визначеного формату, один бік якого є репродукцією, малюнком чи фотографією, а інший може бути використаний для письма або містить текст, що пояснює зображення» [1] є об'єктом дизайну, що трансформувалася впродовж останніх 150 років своєї історії розвитку. Проте сучасному суспільству властиве розуміння поштової картки не як просто аркушевого видання, а як образотворчої картки з



зображенням і місцем для повідомлення, що може бути надіслано в конверті або без нього засобами поштового зв'язку або передано особисто.

З точки зору часу користування продуктом поштова картка є досить нетривалим явищем, недовговічною, проте може застосовуватися для реалізації певних завдань, як, наприклад, підтримки зв'язків між людьми, мати перманентну естетичну цінність (прикрашання побуту), забезпечувати інтерактивність у взаємному обміні елементами, документальну значущість як генератор доказів події і навіть формувати наступні відносини. L. Haldrup і J. Larsen зазначають, що в якості матеріальних артефактів листівки відіграють «вирішальну роль у створенні та збереженні людських спогадів» [2, с. 280].

Поштова картка як засіб передачі інформації характеризується специфічним поєднанням приватного і публічного [3, с. 262]. Адже, з одного боку, поштова картка є приватною через наявність на ній особистого контенту. З другого, – поштова картка є соціальною (одна за синонімічних назв поштової картки – відкритка, тобто відкрита для інших). Соціальна природа поштової картки впливає як на змістову складову, так і на стилістику фраз, що застосовуються при проектуванні листівки дизайнерами (формулювання стандартних надписів на картці) та при написанні особистого повідомлення відправником.

Дослідники, що переймається вивченням поштової картки, відзначають потужний інформаційний потенціал листівок, пов'язану з ним подієву емоційну пам'ять і цікавий матеріал для досліджень особливостей мовленнєвої комунікації [4]. Багато теоретичних дискусій точиться навколо поштової картки як засобу комунікації.

Під час аналізу поштової картки як засобу комунікації найчастіше дослідженню піддаються такі компоненти листівки: графічні зображення (фотографії, ілюстрації, карикатури); зміст у вигляді друкованого тексту, що супроводжує зображення для локалізації та опису зображення картки; зміст послання, що написано відправником на картці; адреса як свідчення відстані між



особистостями, що спілкуються засобом поштової картки [5, с. 456].

Мовленнєва комунікація засобом поштової картки – це особливий процес, що забезпечує учасникам комунікації дистанційне спілкування [6, с. 282]. Поштова картка несе в собі елемент приємної емоції від її несподіваного отримання. До сьогодні в багатьох країнах є популярним отримання справжнього, фізичного, відправлення у вигляді поштової картки, листівки в якості привітання, або нагадування з відпочинку, або знаку увагу з власноруч написаним повідомленням.

Для задоволення прагнень у письмовій комунікації та отриманні нової інформації з різних куточків світу реалізуються різноманітні проєкти з обміну поштовими картками. Найвідомішим на сьогодні є започаткований в 2004 році міжнародний проєкт Postcrossing. Основною метою проєкту є поєднання світу через реальні поштові відправлення поштівок. Про популярність проєкту свідчать факти: на початок 2022 року в проєкті взяло участь більше, ніж 806 тисяч людей з 206 країн світу, було відправлено більше, ніж 65,5 мільйонів поштових карток, а одночасно в світі подорожує близько 416 тисяч листівок [7]. Це дає підстави стверджувати, що поштова картка, є культурним явищем, що забезпечує комунікацію між людьми, і хоч не є настільки поширеним у порівнянні з попереднім століттям, проте не варто відносити до категорії явищ, що зникають.

Ми маємо підстави для констатації факту, що функції поштової картки на сучасний нам момент зазнали суттєвих змін. Поштова картка, не втрачаючи функції передачі інформації, значно звузила кількість написаної власноруч актуальної інформації. Наявність більш швидких засобів передачі інформації (через телефон, інтернет) змістила акцент в функціях поштової картки більше на презентаційну функцію, на візуально-емоційну складову. Від дизайнерів поштових карток це вимагає забезпечення утворення відчуття листівки як святкового атрибуту, приємного нагадування про особистість, що презентує картку і встановлює або підтримує суспільні зв'язки. Адже дизайн поштової картки не тільки приваблює людей, але й впливає (змістово й емоційно) на



повідомлення, що передається за її допомогою.

Література:

1. Листівка. *Енциклопедія Сучасної України* : в 20 т. / голова редкол.: І. М. Дзюба та ін. Київ : Ін-т енцикл. дослідж. НАН України, 2016. Т. 17. С. 247. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=55009 (дата звернення: 06.02.2022).
2. Haldrup L., Larsen J. Material cultures of tourism. *Leisure Studies*. 2006. № 25 (3). pp. 275–289. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/02614360600661179>.
3. Herczyńska S. «Dziękujemy, że Polska istnieje». Dzieci piszą do powstańców warszawskich. *Teksty drugie*. 2020. № 4, pp. 258–272. DOI: <https://doi.org/10.18318/td.2020.4.14>.
4. Hausendorf H. Das Ferienwetter auf der Ansichtskarte Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuspragmatik. *Linguistische Kulturanalyse*. May 2019. pp. 293–322. DOI: <http://dx.doi.org/10.1515/9783110585896-013>.
5. Cohen, E. Postcards. *Encyclopedia of Tourism* / J. Jafari (Ed.). London : Routledge, 2000. 715 p. URL: [http://www.microlinkcolleges.net/elib/files/undergraduate/Tourism & Hotel Management/Encyclopedia of Tourism Routledge World Reference .pdf](http://www.microlinkcolleges.net/elib/files/undergraduate/Tourism%20&%20Hotel%20Management/Encyclopedia%20of%20Tourism%20Routledge%20World%20Reference.pdf) (дата звернення: 06.02.2022).
6. Baimuratova U. Postcrossing Project: Postcards As A New Form Of Speech Communication. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. April 2020. pp. 281–293. DOI: <http://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2020.04.02.31>.
7. Postcrossing. URL: <https://www.postcrossing.com/> (дата звернення: 06.02.2022).



ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА ТА ДИЗАЙНУ

Борисов Гліб Вячеславович

магістрант 1 курсу кафедри дизайну

Луганського національного університет імені Тараса Шевченка

(м. Полтава, Україна)

«Колдройд» – комікс-адаптація як феномен українського графічного дизайну» 3

Борисова Світлана Володимирівна

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дизайну

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

(м. Полтава, Україна)

«Соціальна природа поштової картки як образотворчого видання» 5

Борисов Вячеслав Вікторович

доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри дизайну

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

(м. Полтава, Україна)

«Парадигма дизайну як метод розв'язання проблеми» 9

Гетьман Оксана Павлівна

викладач кафедри дизайну, аспірант

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

(м. Полтава, Україна)

«Вплив колористики в освіті візажиста на формування гармонійного образу» 12

Граничник Марія Михайлівна

здобувачка вищої освіти 4 курсу

художньо-графічного відділення факультету мистецтв

Криворізького державного педагогічного університету

(м. Кривий Ріг, Україна)



**ДЗ «ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА»**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ТОРГІВЛІ, ОБСЛУГОВУЮЧИХ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ТУРИЗМУ**

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

Головний редактор І.В. Продан

Упорядник Г.С. Богучарська

Наукове видання

**«ФОРМУЛА ТВОРЧОСТІ : ТЕОРІЯ І МЕТОДИКА МИСТЕЦЬКОЇ
ОСВІТИ»**

VI Всеукраїнська науково-практична конференція

27 квітня 2022 р.

Збірник матеріалів

Технічний редактор

В.М. Кардашов