

Раздел III
ПРАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ
СПЕЦИАЛИСТА

Part III. FORMATION OF SPECIALISTS' PROFESSIONAL COMPETENCES

ПРОГРАММА «КОЛОРИСТИКА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ
В СРЕДОВОМ ДИЗАЙНЕ» КАК ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ТВОРЧЕСКОМ ВУЗЕ

THE PROGRAM “COLORISTICS OF OUTDOOR ADVERTISEMENT
IN ENVIRONMENTAL DESIGN” AS AN OUTLOOK FOR FURTHER TRAINING
AT ART INSTITUTION

УДК 378.1: 659.19

DOI: 10.15372/PEMW20160113

В. А. Ворожейкина

Vorozheykina, V.A.

*Новосибирский государственный университет
архитектуры, дизайна и искусств, Новосибирск,
Российская Федерация, e-mail: saalha@mail.ru*

*Novosibirsk State Academy of Architecture and Arts,
Russian Federation, e-mail: saalha@mail.ru*

Аннотация. В настоящее время в образовательной сфере, в частности на факультетах дополнительного профессионального образования, происходит ряд изменений, имеющих отношение к подготовке специалистов. Это связано с новыми требованиями в рамках образовательного стандарта, а также с новым подходом к подаче лекционного материала и выполнению практических работ. В связи с присвоением Новосибирской государственной архитектурно-художественной академии статуса университета вопросы повышения уровня образования приобретают особую актуальность. Автор использует методы научного познания, такие как прогнозирование,

Abstract. The author outlines specific changes in specialists training that occur in education, particularly at the Faculty of Further Training. The reason deals with new requirements provided by educational standards and new approach to lecturing and conducting seminars. As Novosibirsk State Academy of Architecture and Art has become the university, there is a topical issue related to increasing and enhancing of educational level at the institution. The author applies such methods of scientific knowledge as forecasting, analysis and data comparison. The theoretical-methodological approach implies modern research that deals with national and foreign education in the sphere of design, architecture and art. The author uses

анализ и сравнение данных. В основе теоретико-методологического подхода лежат современные исследования, которые затрагивают тему отечественного и зарубежного образования в контексте дизайна, искусства и архитектуры. Принят во внимание опыт преподавателей Новосибирской государственной архитектурно-художественной академии в области подготовки лекционного материала, авторских учебников и научных публикаций. В рамках данного подхода автор учитывает регламент размещения рекламы в городе Новосибирске, представленный в законодательных актах. Цель исследования заключается в повышении уровня образования на факультете дополнительного профессионального образования, а также в развитии дистанционного обучения путем создания электронных учебников, видеоматериалов и инфографики. Представленные решения помогут улучшить процесс усвоения информации слушателями, а также внедрить в образовательный процесс серию электронных пособий для дистанционного обучения.

Ключевые слова: дизайнер, электронный учебник, дополнительное профессиональное образование, средовой дизайн, колористика, наружная реклама.

Для цитаты: Ворожейкина В. А. Программа «Колористика наружной рекламы в средовом дизайне» как потенциал для дополнительного профессионального образования в творческом вузе // Профессиональное образование в современном мире. 2016. Т. 6. № 1. С. 85–89. DOI: 10.15372/PEMW20160113.

experience of teachers affiliated with Novosibirsk State Academy of Architecture and Art in terms of preparation of lecture material, teacher aids and scientific papers. In this approach the author takes into account the rules and regulations of outdoor advertisement in Novosibirsk. The research is concerned with improvement of education at the Faculty of Further Training and development of distance learning by means of electronic textbooks, video materials and infographic. The paper makes conclusions that improve the process of information assimilation by students, and introduce electronic textbooks for distance learning in educational process.

Key words: designer, electronic book, further training, environmental design, coloristic, outdoor advertisement.

For citation: Vorozheykina V.A. The programme “Coloristics of outdoor advertisement in environmental design» as an outlook for further training at art institution. Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire = Professional education in the modern world, 2016, vol. 6, no. 1. pp. 85–89 (in Russ, abstr. in Engl.). DOI: 10.15372/PEMW20160113.

Введение. В настоящее время большое количество наружной рекламы наряду с архитектурой и ландшафтом определяет формирование городской среды, а также в значительной степени оказывает психофизиологическое влияние на человека.

Насыщенность городской среды наружной рекламой требует одновременного решения нескольких вопросов: формирование правильного колористического решения рекламы и гармоничное сочетание с определенной городской средой; соответствие размещения рекламы требованиям законодательства. В этой связи решение вопросов цветового исполнения и размещения рекламы приобретает особую социальную значимость. В том числе широкое использование рекламы в формировании рынка товаров и услуг определяет потребность отечественного рынка в профессионалах, которые занимаются дизайном городской среды. Поэтому учебные заведения, ориентированные на дизайн, искусство и архитектуру, предлагают курс лекций посвященных данной тематике.

Вместе с этим высшее образование в области дизайна имеет узкую направленность и чаще всего материал ориентирован на получение общих знаний, которые не всегда учитывают современные требования. Поэтому необходимо усовершенствовать подготовку специалистов и ознакомить их с законами цветового решения и размещения рекламной продукции. Кроме этого, как пишет доктор искусствоведения В.Л. Глазгычев: «Высокий спрос на высшее образование, вызванный убежденностью молодых людей и их родителей в карьерной ценности диплома, привел к резкому расширению коммерческого приема в вузы, а вместе с этим – и к существенному снижению требований к качеству учебного процесса» [1].

Факультет дополнительного профессионального образования (далее – ФДПО) по сравнению с другими видами образования имеет свои преимущества, поскольку к его выбору человек подходит более осознанно. Уровень восприятия материала у обучающихся на ФДПО выше, потому что они, как правило, уже имеют профессиональное образование, практический и жизненный опыт, ориентированы на получение тех знаний, которые, с их точки зрения, будут востребованы в практической деятельности. Таким образом, уровень восприятия информации на ФДПО выше, чем у студентов.

Для повышения уровня усвоения материала во время посещения занятий, а также для возможностей самостоятельного изучения используются различные электронные ресурсы, например, электронный учебник, видеоматериалы, инфографика и т.п. В.В. Садовов пишет: «В настоящее время термин «электронное обучение» является более широко применяемым, чем «дистанционное обучение». Объясняется это тем, что под электронным обучением мы имеем в виду самые разные формы образования с помощью компьютерных технологий и различных современных средств связи и телекоммуникаций. Причем использоваться они могут в том числе и в стенах университета, не подразумевая обязательное освоение учебного материала на большом удалении и в полном отрыве от традиционного учебного процесса» [2].

Актуальность изучения колористики в наружной рекламе обусловлена тем, что в настоящий момент услуги дизайнеров и архитекторов пользуются большим спросом, потому что наружная реклама играет большую роль при формировании городской среды, влияет на психофизиологические аспекты восприятия человеком. Учебные заведения, ориентированные на дизайн, искусство и архитектуру, предлагают курс лекций, посвященных данной тематике.

Социальная значимость темы подтверждается тем, что на отечественном рынке возрастает потребность в профессионалах, которые занимаются средовым дизайном, поэтому необходимо усовершенствовать подготовку специалистов и ознакомить их с законами о размещении рекламной продукции. Как правило, высшее образование в области дизайна имеет узкую направленность и чаще всего материал ориентирован на получение общих знаний.

Постановка задачи. На основе сравнения выявить характерные черты в структуре преподавания, усовершенствовать существующую программу, ускорить процесс подачи материала, сделать информацию хорошо запоминающейся. Предложено несколько способов достижения цели:

- анализ уже существующих и новейших способов подачи учебного материала слушателям для выявления наиболее эффективных;
- порядок подачи информации по дисциплине «Колористика в наружной рекламе в средовом дизайне»;
- правовое обоснование – регламент размещения рекламы – в процессе преподавания дисциплины «Колористика в наружной рекламе в средовом дизайне».

Методология и методика исследования. Применяются следующие методы научного познания: анализ, обобщение, сравнение данных, прогнозирование.

Работа основана на использовании законодательных актов, учебных пособий, методических пособий, научных публикаций в области преподавательской деятельности и исследовательских работ по направлению «Колористика и реклама».

Так, с исторической точки зрения рассматривались труды, затрагивающие тематику цвета И.В. Гете, И. Ньютона, И. Иттена.

По рекламной деятельности наиболее интересны работы О. Феофанова, М. Тангейта, Б.Л. Борисова.

В области педагогики были просмотрены методические пособия и учебники Е.И. Шулевой, С.И. Брызгаловой, Н.А. Краля, Б.Т. Лихачева, В.Н. Смирнова, Т.В. Гудковой, О.Л. Кашеутовой.

Результаты. Проведенный анализ источников информации показал, что в различных сферах образования на разных этапах исторического развития применялись разные подходы к преподавательской дисциплине в области средового дизайна.

Наиболее значимый вклад в науку о цвете внес Иоханнес Иттен, один из преподавателей учебного заведения «Баухаус», основанного в Германии в 1919 году. Он сумел переосмыслить старую систему подготовки художников, разработал учебный курс по теории цвета, ввел новые понятия для определения цвета и формы.

В различных сферах образования применяются разные подходы к преподаванию дисциплин. Так, в своем учебном пособии по колористике В. Ю. Медведев отмечает «...необходимость рассмотрения и объяснения цветовых явлений с позиций различных областей научного знания: физики (ее раздела – оптики), математики, химии, психофизиологии зрения, психологии, эстетики, теории композиции и др.» [3]. С точки зрения искусствоведческих и архитектурных специальностей данный материал имеет меньшую ценность, так как представляется излишне научным и сухим – без рассмотрения примеров в окружающей среде города, в полиграфии и рекламе.

В настоящее время в системе подготовки специалистов используются самые современные достижения науки и техники. В практическом пособии «Наружная, внутренняя, транзитная реклама» [4] рассматриваются инновационные способы подачи рекламы в городской среде. Например, видео-стена и светодиодная реклама. Так, в ночное время проекция рекламы может отображаться на торцах домов, не имеющих окон. Это актуально для городов Сибири, где световой день достаточно короткий. Кроме того, данный вид рекламы может послужить дополнительным источником освещения.

Для дополнения блока колористики была изучена специализированная литература. В учебнике «Основы рекламы» рассматриваются социально-психологические аспекты наружной рекламы, маркетинговые коммуникации, история рекламы [5]. Однако в учебнике отсутствует иллюстративный материал, не проводится анализ цветовых характеристик рекламы.

В настоящее время в Новосибирском государственном университете архитектуры, дизайна и искусства в рамках курса «Колористика наружной рекламы в средовом дизайне» применяется методическое пособие «Цветоведение и колористика», составленное В. Н. Смирновым, Т. В. Гудковой и О. Л. Кошеутовой. Доцент кафедры дизайна Л. К. Козырева читает авторский курс лекций, сопровождая его иллюстративной информацией, презентациями на тему колористики и рекламных технологий. Материалы, на основе которых составлена учебная программа, дают представление о классической теории цвета по И. В. Гете, И. Ньютону, а также И. Иттону.

Автор внес некоторые изменения в порядок подачи материала. В начале курса слушателям предлагается освоить азы колористики, это занимает порядка 12 академических часов. Середина курса посвящена знакомству с понятием рекламы, это занимает 15 академических часов. В третьей части рассказывается о цвете рекламы в среде, на это отводится 18 академических часов. Оставшиеся 6 часов выделяются на практические задания. Важной частью учебной программы является лекционный материал, который касается регламента размещения рекламы [6].

Кроме этого, автор разработал электронный учебник по колористике, в котором уделяется внимание этапам и последовательности информации, законам о размещении рекламы, это подтверждает тезис, что достижение высокого уровня компетентности и ответственности профессионального дизайнера – одна из основных задач перспективного образования.

Апробация учебной программы «Колористика наружной рекламы в средовом дизайне» была проведена в 2014–2015 годах на ФДПО в Новосибирской государственной архитектурно-художественной академии.

Выводы. Программа предлагаемого курса рассчитана на то, чтобы систематизировать и упорядочить интуитивное понимание цвета среди слушателей, а также утвердить постулат: «Сочетание различных цветов на интуитивном уровне может быть обосновано с точки зрения физиологии глаза».

Кроме того, применение подачи материала блоками и использование электронного учебника обеспечивает восприятие информации в полном объеме слушателями очной и заочной формы обучения.

Для повышения уровня дополнительного профессионального образования следует учитывать:

- необходимость ознакомления слушателей с актами и законами о наружной рекламе;
- важность привлечения практикующих специалистов в области рекламы и маркетинга;
- потребность в организации экскурсий на производство, где есть возможность ознакомиться с технологией печати наружной рекламы и увидеть процесс получения цвета различными способами печати;

– значимость дистанционного обучения в рамках онлайн-семинаров и самостоятельного изучения электронной версии пособия, которое сопровождается звуковым и видеоматериалом.

Совокупность предложенных изменений наилучшим образом отвечает современным требованиям времени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Аналитический** доклад / коллектив авторов под руководством В.Л. Глазычева. М., 2004. URL: http://www.glazychev.ru/projects/obrdocl/2004_obrdocl.htm (дата обращения: 30.09.2015).
2. **Садовов В.В.** Электронное обучение в дополнительном профессиональном образовании. URL: <http://dist-tutor.info/library/index.php?id=18> (дата обращения: 30.09.2015).
3. **Медведев В.Ю.** Курс лекций. СПб.: ИПЦ СПбГУТД, 2005.
4. **Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г.** Основы рекламы. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013.
5. **Назайкин А.** Наружная, внутренняя, транзитная реклама. М.: «Солон-пресс», 2014.
6. **Федеральный закон «О рекламе».** Новосибирск: Норматика, 2015.

REFERENCES

1. **Glazychev V. L.** *Analiticheskiy doklad* (Analytical report). Moscow, 2004. Available at: http://www.glazychev.ru/projects/obrdocl/2004_obrdocl.htm (accessed September 30, 2015).
2. **Sadovov V. V.** [E-learning in vocational education]. Available at: <http://dist-tutor.info/library/index.php?id=18> (accessed September 30, 2015).
3. **Medvedev V. Iu.** *Kurs lektsiy* [Lectures]. St. Petersburg, SPbSUT Press, 2005.
4. **Pankratov F. G., Bazhenov Iu. K., Shakhurin V. G.** *Osnovy reklamy* [Fundamentals of advertisement]. Moscow, "Dashkov and Co" Publ., 2013.
5. **Nazaykin A.** *Naruzhnaya, vnutrennyaya, tranzitnaya reklama* [Outdoor advertisement, inner and transit advertisement]. Moscow, "Solon-Press", 2014.
6. **Federalnyy zakon "O reklame"** [Federal law "On advertisement"]. Novosibirsk, "Normatika" Press, 2015.

Информация об авторе

Ворожейкина Вера Александровна – аспирант, преподаватель факультета дополнительного профессионального образования, Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств (Новосибирск, 630099, Красный проспект, 38, кафедра дизайна, e-mail: saalha@mail.ru).

Принята редакцией: 12.10.2015

Information about the author

Vera V. Vorozheykina – Postgraduate student, Lecturer at the faculty of further training at Novosibirsk State Academy of Architecture and Arts (Chair of Design, 38 Krasniy Prospect Street, 630099 Novosibirsk, e-mail: saalha@mail.ru).

Received: 12.10.2015