кафедри «Графічний дизайн» ХДАДМ, член-кореспондент НАМУ, член Національної спілки художників України, і О. Чекаль, арт-директор дизайн-студії «Panic Design» (на той час – викладач кафедри «Графіка» ХДАДМ), віддали належне засновникам кириличного алфавіту – святим Кирилу і Мефодію. Кілька років фестиваль проводився на високому рівні, з залученням відомих дизайнерів шрифту, які виступали з творчими семінарами, майстер-класами. Окрім виставки шрифту і каліграфії, відбувались презентації творчих і наукових видань. В цілому – прекрасна можливість для професійного спілкування в неформальній творчій обстановці. На жаль, останні кілька років цей фестиваль не проводився, і тут вже дивує реакція шрифтової спільноти – точніше, її відсутність…

У травні 2015 році силами викладачів і студентів кафедри графічного дизайну ХДАДМ було вперше проведено студентський конкурс шрифтових робіт за такими номінаціями, як каліграфія, акцидентний шрифт, типографіка, шрифтовий плакат, леттерінг та шрифтова інсталяція. Участь прийняли студенти творчих ВУЗів Києва, Харкова, Черкас, Херсона, Санкт-Петербургу (Росія). Це дало змогу побачити сильніші сторони учасників, зробити висновки по слабкішім, порівняти методики різних шкіл.

Проведення в майбутньому такого заходу, як фестиваль шрифту і каліграфії, має велике значення для розвитку шрифтової культури України. Бачиться такий формат «Свята шрифту і каліграфії», де увага буде приділятися інтеграції та взаємодії кирилиці й латиниці, а також алфавітів інших народів. Об'єднанню студентів і професіоналів шрифтової справи може слугувати спільна виставка-конкурс робіт за різними номінаціями. Безумовно, аби інтегрувати студентів ХДАДМ у професійне середовище, необхідно залучати практиків з інших міст, інших країн, а також – шукати партнерів, які зацікавлені в популяризації шрифтової справи нашої країни.

Івасенко Марія Валентинівна, *к.т.н., доцент,*
Проданчук Ірина Вікторівна, *к.т.н., доцент*
кафедра ергономіки і проектування одягу, директори студентського будинку моди, Київський національний університет технологій та дизайну

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ З ДИЗАЙНУ

Проблема низької мотивації серед студентів в різних освітніх галузях в Україні сьогодні зустрічаються дедалі частіше. Аналізуючи проблему, необхідно визначити саме поняття «мотивації», яке полягає у спонуканні до дії, динамічному процесі фізіологічного та психологічного плану, що керує поведінкою людини, визначає її організованість, активність і стійкість; здатність людини діяльно задовольняти свої потреби. Мотивація необхідна для ефективного виконання прийнятих рішень і запланованих завдань. Мотивація — це те, що знаходиться в людини «всередині». Якщо людина мотивована, її задоволення від роботи може призвести до якісного результату.

Рівень мотивації до навчання на першому етапі обумовлюється причинами вступу абітурієнта до того чи іншого навчального закладу/спеціальності. При ґрунтовному обранні професійної спрямованості абітурієнта, яка базується на його особистісних якостях, інтересах та очікуваннях щодо майбутньої професії – рівень мотивації переважно має позитивні показники. З практики до 30% майбутніх студентів свій вибір обумовлюють лише можливістю пройти на бюджет, або необхідністю отримати «хоч якусь вищу освіту». Ця проблема сягає непопулярних спеціальностей та майже всіх державних ВНЗ.

Мотивація може знизитись і в процесі навчання, коли попередні очікування не виправдовуються: низький рівень надання знань, складні предмети, зміна особистих зацікавлень, отримання реальної картини про професію. Спрагу до опанування професією інколи вбиває формальна система оцінювання: викладач знаходиться у відповідних оціночно-часових рамках, які інколи не визначають творчої і особистісної складової студента. В результаті: формальне прийняття – формальна робота. До закінчення навчання у студентів з попереднім високим творчим потенціалом інколи вимальовуються рамочно-формальне уявлення про свою роботу взагалі! І це накладає відбиток на відношенні до професії в цілому: неякісне виконання – незадоволення клієнта – розчарування в професії.

Засоби масової інформації ще на рівні професійного орієнтування майбутніх студентів все активніше формують уявлення про «легке і красиве життя», пропагуючи переважно професії у сфері шоу-бізнесу. Це засилля «яскравих картинок» призводить до деформації уявлення про реальний світ, а також до зниження зацікавленості до інженерно-робітничих професій. Досвід попиту роботодавців з кожним роком все активніше підтверджує зниження рівня і кількості фахівців робітничих спеціальностей, зокрема швачок. І знову можна говорити про мотивацію, але вже заробітною платою: престижність майбутньої професії оцінюється переважно матеріальними показниками. Враховуючи високі потреби сучасної молоді при бажанні робити найменші зусилля, мотивація заробітною платою в сфері дизайну і пошиття одягу на первинному етапі є найменшою.

Реалії ринку праці в сфері індустрії моди в Україні вказують на те, що за останні роки кількість робочих місць знизилась зі 120 тис. до 72 тис. Але разом з тим відбувається переорієнтація ринку та постійна поява нових професій, які переважно є фрілансерськими. Так одночасно можна поєднувати роботу стиліста, іміджмейкера, художника по костюмах та дизайнера. Тому орієнтація на офіційні дані ринку праці є необ'єктивною.

Навчальні заклади Європи і США у сфері індустрії моди є більш прогресивними ніж в Україні, що пояснюється сталими традиціями та розвинутою індустрією в цілому. Питання мотивації в подібних навчальних закладах не встає, з огляду на переважно контрактні форми навчання і жорсткий відбір при вступі. Найголовнішим мотивом для майбутніх фахівців є можливість отримання роботи у ведучих брендах і компаніях професійної сфери. Наприклад, в Британії щорічно проводиться Graduate Fashion Week випускників

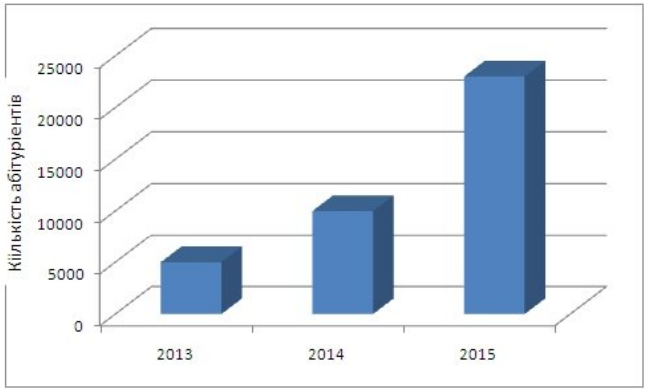

Рис.1 Динаміка вступу українських абітурієнтів до навчальних закладів Польщі

всіх навчальних закладів країни, глядачами якого є представники ведучих брендів у сфері індустрії моди. Так з подіуму можна потрапити працювати до *LOUIS VUITTON чи* Burberry.

Події останніх років в Україні провокують все більше абітурієнтів 1-х і 5-х курсів вступати на навчання до країн Євросоюзу. Особливо в цьому напрямі можна відмітити Польщу та Чехію. Польща, враховуючи відтік власних студентів до інших країн Європи, виконує максимально лояльні кроки для країн Східної Європи, в тому числі й України, знижуючи оплату до рівня українських цін. Так, за останні 3 роки кількість абітурієнтів в Польщу з України збільшилась з 5000 до 23000, і ці цифри мають тенденцію до зростання (рис.1.).

Отже, мотивація у освітній сфері є багатофакторним показником, який залежить від престижу професії на ринку праці даної країни, рівня викладання у вищі, особистісної професійної спрямованості студента. Надання освітніх послуг сьогодні є також доволі конкурентним ринком, де йде боротьба за кожного студента. А невдоволеність і незацікавленість клієнта-студента сьогодні є потужним демотиватором для розвитку клієнтсько-студентської бази у майбутньому. Це проблема не тільки одного навчального закладу, це проблема професійної галузі в цілому.

Ісмайлова М.С.

аспірант кафедри графічного дизайну,
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ТИПОГРАФІКА ФУТУРИЗМУ У ДИЗАЙНІ ПОЛІГРАФІЧНОЇ РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ РАННЬОГО МОДЕРНІЗМУ.

Поняття *типографіка* трактується як мистецтво знаходження шрифту та складових поліграфічного набору на визначеному форматі [2]. Для дизайнера-графіка, який займається створенням друкованої продукції, літери та знаки є складовою художньо-графічної мови.