

Кулешиова Ольга Дмитриевна

магистрант, аспирант, педагог

Ткалич Светлана Константиновна

д-р пед. наук, профессор, академик РАЕ

Институт искусств

ФГБОУ ВО «Московский педагогический

государственный университет»

г. Москва

ВИЗУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ ЭКСПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ОСНОВЕ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Аннотация: работа с компьютерной графикой является одним из самых популярных направлений использования персонального компьютера. Однако авторы видят проблему в профессиональной подготовке дизайнеров-графиков. Зону риска исследователи заметили в отсутствии тренингов по использованию природных и культурных ландшафтов России в художественном оформлении корпуса для многообразных технических устройств. Маркетинговая стратегия конкуренции на рынке экспортной продукции с национально-культурным компонентом требует специальных тренингов на этапе подготовки учебного проекта.

Ключевые слова: фрактальная графика, профессиональная подготовка дизайнеров, предпроектный тренинг, национально-культурный компонент, экспортная продукция.

Сегодня наше внимание притягивает масштабное коммуникационное пространство, создающее информационное поле, поддерживающее образовательный процесс. Данный фактор требует подхода, который специалисты называют сбалансированным. В статье мы попытаемся рассмотреть истоки негативной тенденции, которую рассматриваем как проблему профессиональной подготовки дизайнеров.

Во-первых, интернет-глобализация и любительская конкуренция дают возможность беспрепятственно позиционировать все ценности культурных ландшафтов, наработанные веками жителями локальных территорий России.

Во-вторых, студенты свободно используют сетевые ресурсы для художественных достоинств своих проектов, не задумываясь, что существует приоритет национально-культурной идентичности источника, его информационная эстетика, то есть достоверность.

В-третьих, в программах обучения фигурируют понятия «интерпретация декоративно-прикладного искусства в объектах дизайна», стилизация, но нет инструментария для переноса компонентов наследия на поверхность изделия – технического устройства дизайн-продукции.

В целом, можно выделить проблемный блок, требующий пересмотра и дополнительной методики обучения дизайнеров-графиков.

В нашем исследовании реализован *авторский метод визуальной градации фрактальной графики*, важный в проектных разработках экспортной/отечественной дизайнерской продукции, предлагаемой в виде технических устройств современной коммуникации: мобильных приложений, гаджетов и пр.

Маркетинг требует художественного оформления продукции. Таким образом, корпус любого технического устройства также является предметом авторского поиска художественно-графической композиции для корпуса данного технического устройства.

Компьютерная графика быстро обогатила наши возможности, подарила фантастические миры, окружила нас искусственными пейзажами, заставляя забыть действительность. Но также она позволила глубже проникнуть в тайны природы. Если раньше учёные были вынуждены упрощать уравнения или вообще отказываться от них, то теперь их можно демонстрировать на экране дисплея. Живописная выразительность и точность изображения окружающего нас мира – вот в чем суть искусства. Компьютеры позволили создавать трёхмерные изображения фантастических пейзажей и других картин с высокой точностью.

При этом маркетинговые стратегии стимулируют появление новых идей, новых ассоциаций и технических предложений.

Опыт работы со студентами показывает, что в процессе выполнения *титула портфолио* в качестве источника фрактальной графики используется фоном любой элемент, притягивающий взгляд: традиционный геометрический, сложный орнаментальный, флоральный эффект, природный ландшафт. Но очень часто выбор фрактала для художественной основы фона для титула случаен, так как не проводится аналитическое сопоставление содержания портфолио и титульного фрактального изображения.

Студентам, прежде чем выполнять любое задание на платформе компьютерных технологий, необходимо ощутить себя в роли исследователей «семиотического не хаоса, но космоса», и в роли создателя семантико-семиотической композиции сложной графической фактуры, используя специфику рукотворной уникальной графики, где взаимодействуют фон и сюжет единой смысловой композиции. Студент-дизайнер, прошедший специальную программу тренинга, будет более внимателен к подбору сюжетов для своего учебного мультимедийного продукта. В этом помогают:

- 1) практико-ориентированные *тренинги* в графической интерпретации;
- 2) практико-ориентированные *тренинги* по трансформации идеи дизайнера в реальный объект.

Виртуальная индустрия воспринимается определенной частью населения, особенно молодежью, как игровое поле невидимых игроков. Но это иллюзия, феномен ложного представления о роли и значении информационного пространства. Только в условиях специальной программы тренингов у студента-дизайнера формируется понимание роли каждого графического элемента в общем смысловом концепте учебного мультимедийного продукта.

К сожалению, в образовательных организациях *тренинговые комплексы* не рассматриваются в качестве самостоятельного дидактического блока, они растворяются в учебном процессе. Чаще всего их воспринимают как «игровой тренинг-ситуацию, игро-технику формирования команды». Забота педагогов о

взаимодействии и коммуникативном общении студентов в группе понятна и необходима. Но пришло время использовать тренинги как *интерактивный методический комплекс* для развития мышления, воображения, формирования и укрепления метода «*самоконтроль целеполагания*».

Тренинговый комплекс для развития воображения дизайнеров и оперативного выполнения технического задания в графическом исполнении помогает осмыслить значение каждого графического элемента: взаимодействие фактуры фона и фактуры сюжета, семантику знаковых изображений.

Обобщение результатов проведенного комплексного и сравнительного анализа, включающего в себя активное внимание населения разных возрастов к данному виду компьютерной графики, позволило выявить зону риска в профессиональной подготовке дизайнеров-графиков.

Мы определили выявленную зону риска как отсутствие корреляции практико-ориентированных тренингов конкретной проектной задаче.

Освоение данного метода *визуальной градации фрактальной графики* открывает студентам доступ к интерпретации природных и культурных локальных ареалов наследия в регионах России.

Поясним: используя на корпусе супер-технических устройств, упаковке сувенирных изделий дизайнераской продукции графических фракталов, которые представляют собой стилизованные национально-культурные коды России, дизайнеры будут выполнять миссию по созданию визуальных маркеров и брендов экспортной продукции из регионов нашей многонациональной страны.

Примечание: методика разработана в магистерской диссертации: «Медиадидактика: вариативность фрактальной графики в моделировании сценарного комплекса» (2015 год). Научный руководитель: С.К. Ткалич, доктор педагогических наук, академик РАЕ.

Список литературы

1. Горбунов И.В. Упаковка как отражение преподавания национальной специфики российской школы дизайнеров-бакалавров / И.В. Горбунов,

С.К. Ткалич // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – №11–2. – С. 323–325.

2. Кулешова О.Д. Обоснование одного из блоков компьютерной графики.

Фрактальная графика // Международный студенческий научный Форум РАЕ.

2015. Педагогические науки [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

www.scienceforum.ru/2015

3. Кулешова О.Д. Аксиоморфологический подход к разработке обучающего модуля «Фрактальная графика» // Дистанционное и виртуальное обучение. – 2016. – №6 (108). – С. 22–25.