

ванные в установленном порядке изобразительные, словесные, объемные, звуковые обозначения или их комбинации, которые используются владельцем товарного знака для идентификации своих товаров.

Одним из способов активизации восприятия фирменной символики является форма и цветовые отношения логотипа и знака. Весь графический дизайн, все процессы создания образов вне зависимости от целей и средств, строятся на манипуляциях с формой. "Форма" является материалом: фигуры, линии, текстуры, слова и картинки. Для идентификации объектов наш мозг использует их формы; форма – это смысловое сообщение. Формы приобретают новый смысл, когда они: участвуют в пространственных взаимодействиях; соучаствуют или противопоставляются по характеристикам массы или текстуры; когда они создают новые взаимоотношения благодаря таким характеристикам, как вращение, единичность или повторяемость, выравнивание, группирование или разъединение друг от друга. Каждое состояние показывает зрителю знакомую форму с другой стороны, добавляет какой-то новый смысл. Формы являются мощным способом общения.

Графический дизайнер "впитывает" вербальные концепции и облекает их в форму, а получившуюся форму организует в осязаемый физический объект, который можно рассмотреть и потрогать.

Существуют две основные категории форм, каждой из которых присущи специфические формальные и коммуникативные характеристики, оказывающие немедленный эффект на смысловое сообщение: геометрические формы и органические формы.

Взаимоотношения формы и пространства, или фона и фигуры, можно охарактеризовать как взаимозависимые и дополняющие друг друга. Противостояние фигуры и фона создает визуальную активность и иллюзию трехмерности, которые воспринимаются зрителем. Именно поэтому организация взаимоотношений фигуры и фона является одним из важнейших визуальных аспектов – ведь это взаимоотношение влияет на все аспекты дизайна, начиная от общего эмоционального отклика и заканчивая информационной иерархией.

Цвет, оказывает на нас психологическое влияние. Дизайнер может задействовать определенные качества формы, чтобы вызвать у посетителей соответствующие эмоции, но цвет – это электромагнитная волна, которая проходит через зрительный анализатор – глаз по зрительному нерву в головной мозг, вызывая в организме человека психофизическую реакцию. Цвет может возбуждать или успокаивать, рождать различные ассоциации. Психология восприятия цвета – отдельный раздел в науке о цвете.

Заключение. Фирменный стиль – это совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают единство по всем изделиям фирмы и мероприятиям; улучшают запоминаемость и восприятие покупателями, партнерами, независимыми наблюдателями не только товаров фирмы, но и всей ее деятельности; а также позволяют противопоставлять свои товары и деятельность товарам и деятельности конкурентов. Цвет в фирменном стиле играет важную роль, способствуя реализации коммуникативной функции. Благодаря цвету рекламное сообщение оказывает более сильное эмоциональное воздействие на зрителя. Одним из способов активизации восприятия фирменной символики является форма, так как с помощью формы или комбинации форм можно достичь оригинального решения в разработке фирменного знака, используя определенные приемы.

Литература:

1. Волкова В.В. Дизайн рекламы. – М, Высшая школа, 1979.
2. Гете-Учение о цветах. Лихтенштадт В.Гете. – Петербург, 1990.
3. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. – СПб.: Питер, 2002. (Серия «Мастера психологии»).
4. Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров/ Под ред. Л.А. Волковой. СПб.: Питер, 2001.
5. Эффективная реклама. – СПб.: БХВ-Петербург, 2001.
6. www.rosdesign.com
7. www.s-b-s.su
8. www.mainmarketing.ru
9. www.livejournal.com

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ ПО ЛЕПКЕ ДЛЯ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Пронина Т.Н.,

магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Сысоева И.А., канд. техн. наук, доцент

На сегодняшний день одной из актуальных задач системы образования является развитие творческих способностей учащихся. Занятия скульптурной пластикой обретают особую актуальность благодаря уникальным возможностям обучения детей творить новое, многообразное, бесценное, неповторимое. Пластичность материалов, оптимальная трудность процесса лепки, особенности процесса творческой деятельности при создании керамических изделий – все это предполагает формирование творческой личности детей.

Цель работы – выявить методические особенности занятий по лепке с детьми младшего школьного возраста.

Материал и методы. Материалом исследования послужил процесс обучения лепке для детей младшего школьного возраста на базе «Центра творчества детей и молодежи Солигорского района». Используемые методы: сравнительный, описательный и метод анализа.

Результаты и их обсуждение. Лепку можно классифицировать по видам материалов: глина, тесто, пластилин и другие мягкие материалы. Каждый из них имеет свои особенности и возможности. Исключительным по технологии обработки является такой природный материал как глина. Глина – универсальный материал, который дает возможность воплощать самые интересные и сложные замыслы. Лепка из глины обогащает ребенка в художественном и творческом плане.

Занятия по лепке с детьми младшего школьного возраста проводились в «Центре творчества детей и молодежи Солигорского района». Цель занятий – содействовать реализации творческого потенциала и привлечению к художественной деятельности детей средствами декоративно-прикладного искусства.

В ходе занятий было установлено, что дети 6-7 лет в среднем имеют невысокий уровень развития моторных навыков и возможность аккуратно лепить. Многочисленные психологические исследования ученых показывают, что существует прямая зависимость между этими навыками и уровнем общего психического и интеллектуального развития ребенка [1].

При работе с глиной применялись основные приемы формообразования изделий: раскатывание, скатывание, сплющивание, прищипывание, выдавливание, отпечатывание и отгибание краев. Приемами отделки формы являлись заглаживание, декорирование различными приспособлениями и инструментами.

Особое место на таких занятиях занимает декоративная скульптура и народные промыслы, так как дети 6–10 лет любят яркие и интересные вещи, приближенные по восприятию к игрушке. Для развития зрительно-моторной и зрительной памяти необходимо организовать ребенку лепку по образцу. Например, в точности повторить форму и декор керамического зайчика с его особенностями в данном образце. Также необходимо использовать лепку по представлению (по словесному описанию, по рисунку, по схеме).

В ходе занятий важно научить ребенка использовать различные способы лепки. Так, при конструктивном учим создавать изделие из отдельных частей, при скульптурном они осваивают лепку из цельного куска, а при комбинированном объединяют конструктивный и скульптурный способы.

Детей младшего школьного возраста привлекает предметная лепка по темам: «Мы – гончары», «Овощи и фрукты», «Котик», «Зайчик». Дети создают вазы, панно, лепные орнаменты, изделия по мотивам работ народных мастеров, например, «Народные глиняные игрушки»: свистульки, куклы, погремушки и другое.

Среди форм организации занятий с детьми часто использовались такие как творческие мастерские, конкурсы и выставки. Например, в течение учебного года прошли конкурсы «Калядная зорка», «Здравствуй мир», выставки по итогам работы детей на базе самого центра, тематическая выставка в период новогодних праздников.

Заключение. Проведенные исследования подтверждают, что занятия лепкой развивают пространственное мышление и воображение, способствуют восприятию формы, фактуры, пластики и пропорции. На занятиях лепкой с детьми младшего школьного возраста нужно принимать во внимание их возрастные особенности. При проведении занятий педагогу следует предлагать для изготовления яркие и интересные изделия, приближенные по восприятию к игрушке, а также вовлекать их для участия в различных выставках и конкурсах. Нужно понимать, что каждый ребенок индивидуален, по-разному раскрывает свои творческие способности.

Литература:

1. Волков, И.П. Приобщение школьников к творчеству. – М., Просвещение, 2000.

ГОНЧАРНЫЙ КРУГ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Соколова И.В.,

студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Ковалёк И.А.

Гончарное ремесло самое древнее из ремесел, которое использовало человечество. Изучение мирового искусства начинается с керамики, которая может сохраняться в земле не одну тысячу лет. Недаром в археологических экспедициях наиболее красноречивыми артефактами считаются глиняные черепки. По этим невзрачным осколкам прошлого можно изучать историю целых народов и цивилизаций.

Цель данной работы – изучить исторический аспект происхождения гончарного круга.

Материал и методы. Материалом исследования являются теоретические, иллюстративные материалы, каталоги, музыкальные экспонаты, материалы интернет источников. Используются методы: аналитический, описательный.