**Прищенко Світлана Валеріївна. Естетичні параметри колористичного формотворення в рекламній графіці України. : Дис... канд. наук: 05.01.03 - 2008.**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Прищенко.С.В.**Естетичні параметри колористичного формотворення в рекламній графіці України. – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата технічних наук за спеціальністю 05.01.03 “Технічна естетика” – Київський національний університет будівництва і архітектури, Київ, 2007 р.Дисертація присвячена дослідженню проблем колірної гармонії у сучасній рекламній графіці України.Розкрито закономірності побудови колірних гармонійних сполучень у світовому й українському образотворчому та декоративно-прикладному мистецтві, запропоновано відповідні засоби колористичного моделювання у рекламному дизайні засобами комп'ютерної графіки. Досліджено закономірності емоційно-естетичного сприйняття кольору, продемонстровано залежність враження відчуття гармонійності від співвідношення відтінків за теплохолодністю та запропоновано нові принципи створення гармонійних сполучень, враховуючи контраст теплохолодності кольорів. Вперше виявлено та розроблено змістовні аспекти теорії та практики кольору в комп’ютерній графіці, уточнено та розширено понятійний апарат. Розроблено й апробовано комплексно-системну авторську методику з кольорознавства у навчальному процесі вищої школи на факультетах дизайну та рекламного мистецтва. Вперше застосовано кваліметричний метод для кількісної оцінки естетичної якості рекламної поліграфічної продукції. Обґрунтовано тенденції практичного використання синергетичних можливостей кольору в художньому проектуванні реклами.Прикладне значення роботи полягає в реалізації запропонованих методів колірного проектування для розв'язання сучасних проблем поліграфічного виробничого процесу та удосконалення викладання фахових дисциплін у системі сучасної дизайн-освіти. |

 |
|

|  |
| --- |
| Проведена аналітично-узагальнююча робота та практичні результати впровадження дозволяють зробити такі висновки про значущість дисертаційного дослідження естетики кольору в рекламі:1. Виконано комплексне узагальнення поглядів різних історико-культурологічних і наукових періодів на естетичну значущість кольору.
2. З’ясовано, що колір – це об’єкт з багатьох складових (фізичних, психофізіологічних, асоціативних, культурологічних, інформативних), тому не існує строгих канонів, усталених законів гармонійного кольороутворення.
3. Проаналізовано стан сучасної рекламної галузі і поліграфічного виробництва та виявлено відсутність комплексного підходу до вивчення кольору, як найважливішого художнього засобу візуальних комунікацій у суспільстві.
4. Конкретизовано понятійний апарат і термінологію в комп`ютерному кольороутворенні, виявлено та розроблено змістовні аспекти теорії та практики кольору у комп`ютерній графіці, які втілено в електронному додатку до векторного редактора CorelDraw 12 на допомогу при моделюванні гармонійних колірних сполучень для рекламної поліграфії.
5. Розроблено і апробовано комплексно-системну авторську методику з кольорознавства у навчальному процесі вищої школи України для спеціальності “Дизайн” (спеціалізація "Графічний дизайн і реклама") та експериментальну авторську програму з кольорознавства ("Колірна композиція у рекламній графіці") для спеціальностей "Маркетинг" і "Менеджмент" з відповідною методикою викладання та засобами навчально-методичного забезпечення.
6. Застосовано кваліметричні методи кількісної оцінки естетичних параметрів кольорографіки друкованої реклами та запропоновано для використання формулу розрахунку естетичного рівня об`єкта рекламної поліграфічної продукції.
7. Проведено експериментальні дослідження асоціативно-емоційних аспектів сприйняття формальних колірних композицій, в результаті яких підтверджено авторську гіпотезу про залежність враження відчуття гармонійності від співвідношення відтінків за тепло-холодністю, світлістю, насиченістю тощо, та запропоновано нові принципи створення гармонійних сполучень, враховуючи контраст теплохолодності кольорів.
8. Враховано наявність багатовікових колористичних традицій української культури, бездоганну гармонію кольору у природі та обґрунтовано доцільність поєднання їх з новітніми умовами дизайн-проектування засобами комп'ютерних технологій та синтезу у сучасній рекламній графіці України з метою естетизації міського предметно-просторового середовища.
9. Для забезпечення навчального процесу ВНЗ художнього профілю апробовано, підготовлено до друку та внесено у план видавництва ДАККіМ на 2008 р. навчальний посібник “Кольорознавство” з грифом Міністерства освіти і науки України.
10. З метою підвищення професійного рівня дизайнерів з питань колористики створено освітній сайт “Академія кольору”, де представлено теорію та практику кольору. Передбачено наукову новизну та особистий внесок автора додати до змісту сайту і навчального по-сібника після захисту дисертації.
 |

 |