

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет східних мов

Кафедра східної культури і літератури

КУРСОВИЙ ПРОЄКТ
ЕЛЕКТИВНИЙ КУРС КИТАЙСЬКОЇ МОВИ
ДЛЯ ГРАФІЧНИХ ДІЗАЙНЕРІВ: КОНЦЕПЦІЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ

Виконавець: Петрик Валерія Володимирівна
студентка 4 курсу спеціальності "Китайська філологія"
групи МЛКб-2-21

Науковий керівник: Удовиченко Лариса Миколаївна,
Доктор педагогічних наук, професор

Київ-2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи професійно-орієнтованого елективного курсу китайської мови для графічних дизайнерів.....	
1.1. Роль китайської мови у глобальному дизайні.....	6
1.2. Професійно орієнтована китайська мова для графічних дизайнерів.....	7
1.3. Лінгводидактичні засади навчання професійно орієнтованої китайської мови.....	8
Висновки до розділу 1	9
РОЗДІЛ 2. Зміст і структура авторського курсу китайської мови для графічних дизайнерів.....	27
2.1. Модулі курсу: вивчення термінології	11
2.2. Підходи до інтеграції китайської мови у робочий процес дизайнера.....	12
2.3. Структура та методи навчання	13
Висновки до розділу 2	32
РОЗДІЛ 3. Практична частина курсу: навчальні матеріали та вправи	34
1.4. Розробка вправ для освоєння термінології графічного дизайну	34
1.5. Навчальні ситуації для розвитку комунікативної компетентності графічних дизайнерів	37
Висновки до розділу 3	40
ВИСНОВКИ	42
ДОДАТКИ.....	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	

ВСТУП

У сучасному глобалізованому світі, позначеному динамічними змінами та посиленням міжкультурних зв'язків, роль Китаю як економічного та культурного гравця невпинно зростає (朱德刚, 2016; Lai, 2017). Це зумовлює потребу в ефективній комунікації та співпраці українських фахівців з китайськими партнерами, особливо у креативних індустріях, таких як графічний дизайн (McNeill, 2013; Li, 2019). Проте, стандартні програми вивчення китайської мови рідко враховують специфічні потреби дизайнерів (Тищенко, 2020). Їм бракує не лише вузькоспеціалізованої лексики, а й глибинного розуміння лінгвокультурних аспектів, що є критично важливими для візуальної комунікації: символіки кольорів та образів, принципів китайської типографіки, естетичних уподобань аудиторії. Успішна візуальна комунікація, особливо на висококонкурентному китайському цифровому ринку, вимагає глибокого розуміння місцевих культурних кодів та візуальних наративів (Chen, Müller, 2023). Ігнорування цих аспектів призводить до непорозумінь, створення неефективного або навіть образливого дизайну, що шкодить репутації та бізнес-цілям (Chen & Zhao, 2019; Gao, 2019). Таким чином, виникає очевидна потреба у розробці спеціалізованого навчального курсу, що органічно поєднує вивчення китайської мови з поглибленим аналізом її візуальної культури та практичними потребами графічних дизайнерів.

Ця курсова робота має на меті забезпечити графічних дизайнерів (як студентів, так і фахівців) необхідними мовними та країнознавчо-міжкультурними компетентностями для успішної професійної діяльності у контексті взаємодії з Китаєм (Мельник, 2024).

Курс ставить перед собою наступні завдання:

- Формування загальних та спеціальних компетентностей (згідно опису ОПП 035.069.02 Мова і література (китайська) першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого рішенням Вченої ради КУБГ від 25.06.2020 р., протокол № 6);

- Розвиток країнознавчо-міжкультурної компетентності (поглиблене знайомство з китайською візуальною культурою, розвиток здатності ефективно спілкуватися з китайськими клієнтами та колегами, враховуючи культурні особливості (Chen, Müller, 2023; Martinez, 2021);
- Стимулювання творчого потенціалу (використання знань про китайську мову та культуру як джерела натхнення для створення оригінальних та культурно релевантних дизайн-проектів).

Отже, курс покликаний інтегрувати мовні знання у професійний контекст дизайнера, підвищуючи його адаптивність та конкурентоспроможність у професійному середовищі. Курс має гнучку, розраховану на один модуль структуру, передбачає практикоорієнтоване навчання та інтерактивну діяльність (Коваленко, 2022).

Актуальність розробки такого курсу обумовлена зростаючими вимогами до професіоналів, які працюють на міжнародному ринку, де знання китайської мови є важливим конкурентним перевагою. Крім того, культура Китаю має свої унікальні особливості, які важливо враховувати в процесі навчання, оскільки стиль, кольори та символіка є важливими елементами дизайну в китайському контексті.

Таким чином, цей курс сприятиме не лише розвитку мовних навичок, а й культурного розуміння, що є необхідним для успішної кар'єри графічного дизайнера в міжнародному середовищі.

Мета дослідження - розробка авторського курсу китайської мови для графічних дизайнерів, який враховуватиме особливості професійної діяльності і сприятиме кращому розумінню китайської мови в контексті дизайну.

Об'єкт дослідження - процес навчання китайської мови для графічних дизайнерів в умовах сучасних вимог професії.

Предмет дослідження – зміст та методи навчання професійної китайської мови графічних дизайнерів.

Для досягнення поставленої мети необхідно було виконати такі завдання:

Для досягнення поставленої мети необхідно було виконати такі завдання:

1. Проаналізувати теоретичні основи навчання китайської мови для графічних дизайнерів.
2. Розробити зміст і структура авторського курсу китайської мови для графічних дизайнерів.
3. Укласти корпус спеціальної термінології з графічного дизайну китайською мовою.
4. Розробити навчальні матеріали для навчання китайської мови дизайнерів.

Методи дослідження: у дослідження використовувалися теоретичні та практичні методи: аналіз літератури - для вивчення існуючих підходів до навчання китайської мови для дизайнерів; порівняльний метод - для порівняння різних методик навчання китайської мови, що використовуються в освітніх програмах для спеціалістів; метод проектування - для розробки авторського курсу китайської мови;

Практичне значення: розроблений авторський курс китайської мови має значне практичне значення в контексті глобалізації професійної діяльності. Курс дозволить оволодіти необхідною мовною термінологією та навичками для роботи з китайськими замовниками та на китайському ринку. Це також допоможе підвищити кваліфікацію дизайнерів, сприятиме покращенню комунікації та розширенню їхніх можливостей на міжнародному рівні. У результаті успішного впровадження такого курсу, графічні дизайнери зможуть ефективно інтегрувати китайську мову у свою професійну діяльність, що підвищить їх конкурентоспроможність.

РОЗДІЛ 1

РОЛЬ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ДИЗАЙНІ

1.1 Роль китайської мови у глобальному дизайні

Китай є однією з найбільших економік світу, і його вплив на міжнародний ринок неухильно зростає. Сьогодні Китай займає лідируючі позиції в таких сферах, як технології, виробництво, культура та, звичайно ж, дизайн. Усе більше дизайнерських студій по всьому світу стикаються з необхідністю адаптувати свою роботу до вимог китайського ринку. У цьому контексті китайська мова відіграє важливу роль не лише в процесі комунікації з китайськими клієнтами, а й в контексті вивчення і розуміння специфіки китайського дизайну.

Одним із основних аспектів китайської мови є її зв'язок із культурними традиціями, що відображаються в дизайні. Китайська мова, з її тональною структурою та багатою ієрогліфічною системою, несвідомо формує особливості сприйняття візуальних елементів. Наприклад, у китайському дизайні велика увага приділяється символізму кольорів, форм і композицій, що тісно переплітається з мовними особливостями. Знання китайської мови дозволяє графічним дизайнерам краще зрозуміти ці культурні й естетичні принципи, що дає змогу створювати більш відповідні та гармонійні проекти для китайської аудиторії (Лі, 2015).

У глобальному контексті китайська мова є не лише засобом спілкування, але й важливим інструментом для розуміння місцевих трендів і вимог ринку. Китайськомовні дизайнери часто виступають лідерами в інноваційних підходах до візуальної комунікації, а їхні роботи мають значний вплив на світові тенденції в графічному дизайні (McNeill, 2013). Крім того, з огляду на економічну міць Китаю, розуміння китайської мови дозволяє фахівцям з дизайну зростати у глобальній професійній спільноті, залучаючи китайських клієнтів та розширюючи можливості для співпраці з міжнародними брендами.

1.2. Специфіка китайської мови для професіоналів у сфері дизайну

Китайська мова для професіоналів у сфері дизайну має свою унікальну специфіку, яка вимагає особливого підходу до навчання та застосування. Вивчення китайської мови для графічних дизайнерів не обмежується лише засвоєнням загальних мовних структур, а зосереджене на освоєнні термінології та виразів, які використовуються саме в дизайнерській практиці.

Однією з головних особливостей китайської мови є її багатство у використанні символів, які можуть мати декілька значень залежно від контексту. Це має особливе значення у дизайні, де кожен елемент, кольори, шрифти та композиції мають значення і часто вимагають уважного підходу до інтерпретації. Наприклад, колір червоний у китайському контексті часто асоціюється з удачею та святковістю, тоді як у західному дизайні його можна вважати агресивним або емоційно насиченим. Тому важливо враховувати культурні нюанси при застосуванні термінів і символів, які несуть певне навантаження в китайській культурі (Лі, 2015).

Іншою особливістю є те, що китайська мова має тональну структуру, що означає, що зміна тону змінює значення слова. Це також може стати важливим у графічному дизайні, особливо в контексті логотипів, слоганів і брендівих символів, де звучання та сприйняття слова можуть впливати на емоційний відгук у китайській аудиторії. Для графічного дизайнера важливо розуміти не тільки лексичне значення слів, а й їх емоційне забарвлення, яке формується через тональні особливості китайської мови (McNeill, 2013).

Крім того, китайська мова вимагає вміння працювати з ієрогліфами — символами, які не тільки передають інформацію, а й мають естетичне значення. Ієрогліфи використовуються для створення візуальних ефектів, що надає дизайну унікальну красу та глибину. Це означає, що дизайнери повинні бути обізнаними з тими символами, які найкраще підходять для відображення культурних традицій і естетичних норм Китаю (Тищенко, 2020).

Вивчення китайської мови для графічних дизайнерів також включає вивчення професійної термінології, яка використовується для опису дизайну, типографії, кольорових схем, композиції тощо. Спеціалізовані терміни часто не мають точних відповідників у інших мовах, тому важливо знати, як вони формуються і які асоціації викликають у китайському контексті.

Загалом, специфіка китайської мови для професіоналів у сфері дизайну полягає в тому, що вона вимагає не лише знань граматики та лексики, а й розуміння культурних, естетичних та символічних аспектів, що є необхідними для створення гармонійних і відповідних продуктів на китайському ринку.

1.3 Огляд існуючих методик навчання китайської мови для спеціалістів

Методика – це система принципів, методів і прийомів навчання, які використовуються для досягнення певної мети в процесі навчання. У випадку китайської мови методика може включати різні підходи до вивчення мови, зокрема комунікативний, граматичний чи інші.

Метод – це конкретний спосіб здійснення навчального процесу, що застосовується для реалізації певної методики. Наприклад, метод навчання через активну комунікацію або через проектну діяльність.

Підхід – це більш загальний термін, який включає в себе конкретні методи та техніки, які визначають, як саме буде організований процес навчання. Підхід залежить від мети курсу, вікової категорії студентів, специфіки предмета тощо.

Методи навчання іноземної мови включають комунікативний метод, метод проектного навчання, метод навчання за допомогою спеціалізованої лексики та інші. Зокрема, для професіоналів, таких як графічні дизайнери, важливо використовувати методику, яка зосереджується на вивченні термінології, специфічної для цієї галузі.

Одна з найбільш поширених методик — це комунікативний підхід, який орієнтований на розвиток мовних навичок через активну практику. Цей метод зазвичай передбачає постійну взаємодію з носіями мови, виконання практичних

завдань та використання китайської мови в реальних ситуаціях. У контексті графічного дизайну комунікативний підхід може включати завдання, пов'язані з реальними ситуаціями, як-от обговорення проєктів з китайськими клієнтами або розробка презентацій для китайської аудиторії (Лі, 2015).

Іншим важливим методом є метод спеціалізованої термінології, який орієнтований на вивчення специфічної професійної лексики, що необхідна для роботи в певній галузі. У випадку з графічним дизайном цей метод включає вивчення термінів, що стосуються кольорів, композиції, типографії та візуальних ефектів. Такий метод дозволяє студентам засвоїти професійну лексику та зрозуміти контекст її використання.

Метод проектного навчання є ще однією важливою методикою. Вона полягає в тому, що учні працюють над реальними проєктами, пов'язаними з їхньою професією. Наприклад, для графічних дизайнерів це може бути розробка дизайну для китайської компанії або створення реклами, що враховує культурні особливості китайської аудиторії.

Усі ці методики мають спільну мету — забезпечити ефективне навчання китайської мови для спеціалістів, у тому числі для графічних дизайнерів, із урахуванням специфіки їхньої діяльності. Однак для успішного навчання важливо, щоб курс поєднував кілька підходів, що дозволить охопити різні аспекти мови та забезпечить повноцінне освоєння матеріалу.

Висновки до розділу 1

У першому розділі курсової роботи було розглянуто важливі теоретичні аспекти, які підкреслюють необхідність вивчення китайської мови для графічних дизайнерів, що працюють на китайському ринку.

Теоретичний аналіз проблеми дозволив нам зробити такі висновки:

Китайська мова є не лише засобом комунікації, а й ключовим елементом, що дозволяє дизайнерам створювати продукцію, яка відповідає специфічним вимогам китайської аудиторії. Вивчення мови відкриває нові можливості для

успішної кар'єри, оскільки китайський ринок стає важливим центром для глобальної економіки та дизайну.

Особлива увага була приділена специфіці китайської мови в контексті професії графічного дизайнера. У цьому контексті мова виступає не тільки як засіб для спілкування, а й як інструмент для створення адаптованих візуальних рішень. Знання китайської термінології в галузі дизайну, типографії, кольору та композиції є важливим для того, щоб працювати з китайськими клієнтами і створювати продукти, які відповідають культурним вимогам.

Важливим аспектом є також культурна адаптація, оскільки китайська культура значно відрізняється від західної, і для успішної роботи на китайському ринку дизайнер повинен враховувати різноманітні символи, кольори та елементи, що мають специфічне значення для китайської аудиторії. Вивчення китайської мови та культури дозволяє не лише забезпечити відповідність дизайнерських рішень культурним вимогам, але й сприяє створенню продуктів, що будуть ефективно сприйняті китайським споживачем.

Таким чином, теоретична частина курсу закладає основи для подальшого розвитку практичних навичок, необхідних графічним дизайнерам, які прагнуть працювати з китайським ринком. Вивчення китайської мови дає можливість не лише розширити професійні горизонти, але й ефективно адаптувати свої дизайнерські рішення до вимог сучасного глобального ринку.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА СТРУКТУРИ АВТОРСЬКОГО КУРСУ

2.1 Модулі курсу: вивчення термінології

Одним із основних компонентів авторського курсу китайської мови для графічних дизайнерів є вивчення спеціалізованої термінології, що охоплює ключові аспекти їх професійної діяльності.

Курс передбачає створення кількох модулів, кожен з яких буде спрямований на вивчення конкретних аспектів термінології китайської мови, що використовуються в графічному дизайні. Це дозволить не лише освоїти базову лексику, а й зосередитись на тих термінах, які є найбільш актуальними та специфічними для цієї сфери.

Змістовий модуль 1: Вступ: Мова, Культура, Дизайн. Ключові поняття графічного дизайну в китайському контексті. Взаємовплив мови та візуальної культури Китаю (Мельник, 2024). Практикум: Базова лексика (вітання, кольори, прості об'єкти), робота з інтерактивними ресурсами (Коваленко, 2022).

Змістовий модуль 2: Ієрогліф як візуальний код. Структура та естетика китайських ієрогліфів. Основи каліграфії. Ієрогліфи в брендингу та логотипах: аналіз кейсів. Типографіка: вибір шрифтів, композиційні рішення для китайського тексту. Практикум: створення простих композицій з ієрогліфами (Zinchenko, & others, 2021).

Змістовий модуль 3: Професійна лексика дизайнера. Термінологія: дизайн-процес (брифінг, концепція, макет, ревізії), інструменти (ПЗ), матеріали. Лексика для опису візуальних елементів (композиція, колір, форма, стиль). Специфіка термінології UI/UX для китайського цифрового ринку (Chen, Müller, 2023). Практикум: Складання глосарію, обговорення.

Змістовий модуль 4: Комунікація та презентація в міжкультурному середовищі. Особливості ділового спілкування та етикету в Китаї. Стратегії ефективної комунікації з китайськими клієнтами/партнерами (Martinez, 2021). Мовні конструкції для презентації дизайн-концепцій та аргументації рішень.

Зворотній зв'язок. Практикум: Симуляція переговорів, підготовка дизайн-концепту що враховує мовні та культурні особливості Китаю (наприклад, елемент айдентики, постер, інтерфейс) та презентація проекту китайською.

2.2. Підходи до інтеграції китайської мови у робочий процес дизайнера

Інтеграція китайської мови у робочий процес графічного дизайнера є важливим аспектом для тих фахівців, які працюють з китайськими клієнтами або на китайському ринку. Оскільки графічний дизайн є мовою візуальної комунікації, ефективне використання китайської мови дозволяє дизайнерам створювати не лише якісні, але й культурно адаптовані проекти. Саме тому нами було виділені такі основні підходи:

1. Використання китайської мови для комунікації з клієнтами. Одним із перших кроків до інтеграції китайської мови є навчання дизайнерів навичкам ефективної комунікації з китайськими клієнтами. Це включає вивчення

основних виразів та термінів для проведення переговорів, обговорення проектів, а також презентування дизайнерських рішень. Важливо, щоб дизайнери могли ясно і точно передавати свої ідеї китайським замовникам, а також розуміти культурні та емоційні нюанси, що пов'язані з китайським сприйняттям візуальних елементів. Наприклад, у Китаї існує унікальний підхід до використання кольорів, форм та композиції, і знання цих особливостей дозволяє адаптувати дизайн до місцевих вимог (Лі, 2015).

2. Використання китайської мови у процесі розробки дизайну для китайського ринку. Інтеграція китайської мови також включає в себе використання мови безпосередньо у роботі над проектами. Це може бути пов'язано з розробкою брендваної продукції, рекламних матеріалів, веб-сайтів або інших дизайнерських рішень, орієнтованих на китайських користувачів.

3. Інтеграція китайських інструментів та ресурсів у робочий процес. Для дизайнерів, які працюють із китайським ринком, важливим є також освоєння китайських інструментів для створення та обробки графіки. Наприклад,

популярні китайські платформи для дизайну, такі як Canva, Fotor або інші місцеві інструменти, мають свої особливості, зокрема щодо типографії, шрифтів і стилістичних вимог. Знання китайської мови дає можливість використовувати ці ресурси для створення ефективних проєктів, а також для співпраці з китайськими компаніями, що займаються розробкою та виробництвом дизайнерських матеріалів.

2.3 Структура навчання

Для успішного навчання китайської мови графічним дизайнерам необхідно створити структуровану та адаптовану програму, яка враховує особливості цієї професії та специфіку китайського ринку. Курс китайської мови для графічних дизайнерів може бути розподілений на кілька етапів, кожен з яких зосереджений на певному рівні знань і навичок:

1. Початковий етап: на цьому етапі студенти вивчають основи китайської мови, включаючи фонетику, основи граматики, базовий лексичний запас. Важливо навчити студентів основним правилам побудови речень, читанню та письму, а також допомогти їм адаптуватися до особливостей китайської мовної системи, таких як тональна вимова та використання ієрогліфів.
2. Середній етап: студенти починають вивчати професійну термінологію та фразеологію китайської мови, пов'язану з графічним дизайном, типографією, кольоровими схемами, шрифтами, веб-дизайном тощо. На цьому етапі також проводяться практичні заняття з використання мови для розробки проєктів та презентацій.
3. Просунутий етап: на цьому етапі курсу акцент ставиться на глибоке освоєння специфічних термінів і виразів, що використовуються у рекламі, брендингу, маркетингу, а також при взаємодії з китайськими клієнтами. Студенти вивчають контексти використання термінів у реальних дизайнерських ситуаціях, а також вдосконалюють навички ведення переговорів і представлення своїх ідей китайським замовникам.

Висновки до розділу 2

У розділі 2 було розглянуто основні методичні підходи до викладання китайської мови для графічних дизайнерів, зокрема адаптацію традиційних методик до специфічних потреб цієї професії. Визначено, що навчання китайській мові для дизайнерів має особливості, оскільки важливим є не тільки оволодіння мовними навичками, а й здатність використовувати китайську мову для вирішення конкретних професійних завдань. Опанування мови для графічних дизайнерів повинно включати не лише навчання термінології, а й розвиток комунікативних навичок, необхідних для роботи з китайськими клієнтами.

Особлива увага була приділена комунікативному підходу до навчання, який передбачає активне використання китайської мови в реальних дизайнерських ситуаціях. Це дозволяє студентам краще засвоювати мову через практичні завдання, зокрема за допомогою проектного навчання, яке дає можливість створювати дизайнерські проекти, орієнтуючись на вимоги китайського ринку.

Методи, що базуються на спеціалізованій лексиці, також відіграють ключову роль у навчанні, оскільки студенти повинні засвоїти терміни, які використовуються в графічному дизайні, типографії, кольорових схемах та композиції, адаптуючи ці знання до китайського контексту. Важливим аспектом є також локалізація термінів і практичне застосування знань через інтерпретацію та адаптацію дизайнерських рішень для китайської аудиторії.

Загалом, методичні підходи до викладання китайської мови для графічних дизайнерів повинні бути орієнтовані на інтеграцію мови з професійною діяльністю. Використання сучасних методів навчання, таких як онлайн-платформи та інтерактивні вправи, дозволяє зробити навчання більш ефективним і цікавим, що сприяє кращому засвоєнню матеріалу та розвитку необхідних навичок для успішної роботи на китайському ринку.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА КУРСУ: НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ ТА ВПРАВИ

3.1 Розробка навчальних вправ для освоєння термінології графічного дизайну

Мною були розроблені різні навчальні вправи, що допоможуть студентам ефективно освоїти термінологію китайської мови, що використовується в графічному дизайні.

1. Вправа "Переклад дизайнерських термінів"

Мета: освоєння основних термінів, що використовуються в графічному дизайні.

Опис: Студентам надається список термінів графічного дизайну (наприклад, "шрифт", "композиція", "колір", "макет", "типографія") китайською мовою. Їм необхідно перекласти ці терміни на рідну мову та створити для кожного з них речення, що описує його значення в контексті дизайну.

Приклад завдання

Шрифт — 字体 (zìtǐ)

- Перекласти на рідну мову: "Шрифт, що ми вибрали для цього проекту, є класичним і добре поєднується з логотипом."
- Переклад на китайську:
"我们为这个项目选择的字体是经典的, 并且与标志很好地搭配。" (Wǒmen wèi zhègè xiàngmù xuǎnzé de zìtǐ shì jīngdiǎn de, bìngqiě yǔ biāozhì hěn hǎo de dāpèi.)

Типографія — 排版 (páibǎn)

- Перекласти на рідну мову: "Типографія на цьому веб-сайті повинна бути максимально чистою та легкою для читання."

- Переклад на китайську: "这个网站的排版应该尽可能简洁易读。" (Zhège wǎngzhàn de páibǎn yīnggāi jǐn kěnéng jiǎnjié yìdú.)

2. Вправа "Складання графічних описів китайською мовою"

Мета: навчання опису дизайнерських рішень китайською мовою.

Опис: Студентам надається графічний проєкт (плакат, логотип, веб-дизайн), і вони повинні скласти короткий опис проєкту китайською мовою, використовуючи відповідні терміни.

Приклад завдання:

Студенти мають описати логотип, використовуючи терміни:

- Логотип — 标志 (biāozhì)
- Колір — 颜色 (yánsè)
- Композиція — 组成 (zǔchéng)
- Шрифт — 字体 (zìtǐ)

Приклад опису: "Цей логотип для компанії використовує яскраві кольори червоний та золотий, що символізують удачу та процвітання в китайській культурі. Композиція включає збалансоване розташування символу та тексту, що легко сприймається. Шрифт має класичний вигляд, що відповідає іміджу компанії."

"这个公司标志使用了鲜艳的红色和金色，象征着在中国文化中好运和繁荣。组成包括平衡的符号和文字布局，易于理解。字体具有经典外观，符合公司形象。"

(Zhège gōngsī biāozhì shǐyòngle xiānyàn de hóngsè hé jīnsè, xiàngzhēng zhe zài Zhōngguó wénhuà zhōng hǎo yùn hé fánróng. Zǔchéng bāokuò pínghéng de fúhào hé wénzì bùjú, yì yú lǐjiě. Zìtǐ jùyǒu jīngdiǎn wàiguān, fúhé gōngsī xíngxiàng.)

3. Вправа "Локалізація термінів для китайського ринку"

Мета: вивчення культурних відмінностей у дизайні та адаптація термінів до китайської аудиторії.

Опис: Студенти повинні адаптувати західний дизайнерський проект для китайського ринку, враховуючи культурні та естетичні особливості. Адаптація проекту включає зміни кольорів, шрифтів, композиційних елементів, логотипів і навіть культурних символів, щоб відповідати очікуванням і смакам китайських споживачів.

Приклад завдання:

- Оригінал: Рекламний банер для бренду одягу із зеленим фоном, білими літерами та англійським логотипом.
- Завдання: Студенти повинні змінити фон на червоний, замінити англійський текст на китайські символи (назва бренду китайською мовою), додати елементи удачі (наприклад, золоті монети або червоний конверт) і переконатися, що шрифт підходить для китайського ринку.

Пояснення змін: Після виконання адаптації студенти повинні написати коротке пояснення своїх рішень, враховуючи культурні та естетичні особливості китайської аудиторії:

- Чому вони обрали певні кольори?
- Яким чином вони адаптували шрифт, щоб він відповідав китайському ринку?
- Як змінилися графічні елементи дизайну для кращої відповідності китайським традиціям?

4. Вправа "Інтерпретація дизайнерських символів"

Мета: вивчення значень символів та їх використання в китайському дизайні.

Опис: Студенти отримують серію дизайнерських елементів або символів (як на західних, так і на китайських дизайнах), і їх завдання полягає в тому, щоб пояснити значення цих символів як з точки зору дизайну, так і з культурної точки зору в контексті китайського ринку.

Приклад завдання:

Символ "Фенікс" — 凤凰 (fènghuáng). Студенти повинні проаналізувати символ фенікса в китайській культурі. Фенікс є символом відродження, гармонії та жіночої енергії. Часто використовується в дизайні для передачі ідеї вічного життя або безсмертя. **Запитання для студентів:** Як фенікс може бути використаний у дизайні бренду, що орієнтується на жіночу аудиторію або на продукти, пов'язані з красою та елегантністю?

Приклад опису: "Фенікс — це символ гармонії і жіночої енергії. Використання цього символу у дизайні може допомогти бренду передати меседж вічної краси та відродження, що робить його ідеальним для косметичних або модних брендів."

5. Вправа "Кольорова схема для китайського бренду"

Мета: вивчення кольорових схем і їх використання в китайському дизайні.

Опис: Студенти повинні створити кольорову схему для китайського бренду, який націлений на китайський ринок. Вони повинні вибрати кольори, що відповідають культурним вимогам, і пояснити вибір на основі значення кольорів у китайській культурі.

Приклад завдання:

Студентам надається бренд, який продає здорове харчування в Китаї. Вони повинні вибрати кольори для бренду, враховуючи китайські символи та значення кольорів:

- Зелений — символ здоров'я, природи.
- Жовтий — символ удачі, процвітання.
- Червоний — символ щастя, багатства.

Методика виконання:

Студенти повинні представити свої кольорові схеми та логотипи групі, обґрунтовуючи вибір кольорів з точки зору китайської культури та ринку.

3.2. Приклади комунікативних ситуацій для дизайнерів

У цій частині курсу студенти мають можливість практикувати китайську мову в реальних комунікативних ситуаціях, з якими вони можуть зіткнутися під час роботи в галузі графічного дизайну. Знання мови допомагає не тільки у виконанні дизайнерських завдань, а й в ефективному спілкуванні з китайськими клієнтами, партнерами та колегами.

1. Ситуація "Презентація дизайнерського проекту китайським клієнтам"

Опис завдання: Студенти повинні підготувати коротку презентацію свого дизайнерського проекту китайською мовою для китайського клієнта. Вони повинні описати, чому вони обрали певну кольорову схему, шрифт і композицію, а також пояснити, як ці елементи відповідають культурним і естетичним вимогам китайського ринку.

Приклад ситуації:

Клієнт замовив розробку логотипу для нового бренду одягу. Презентація має включати пояснення щодо вибору шрифтів, кольорів і стилю логотипу.

Комунікативні фрази для презентації:

- "Цей логотип використовує червоний колір, який є символом удачі та процвітання в китайській культурі."

这个标志使用了红色，红色在中国文化中象征着好运和繁荣。

(Zhège biāozhì shǐyòngle hóngsè, hóngsè zài Zhōngguó wénhuà zhōng xiàngzhēng zhe hǎo yùn hé fánróng.)

- "Ми вибрали мінімалістичний шрифт, оскільки він підходить для молодіжної аудиторії та надає бренду сучасного вигляду."

我们选择了简约的字体，因为它适合年轻人群体，并为品牌增添了现代感。

(Wǒmen xuǎnzéle jiǎnyuē de zìtǐ, yīnwèi tā shìhé niánqīngrén qúntǐ, bìng wèi pǐnpái zēngtiānle xiàndài gǎn.)

- "Композиція логотипу є збалансованою і символізує гармонію, що є важливою в китайській культурі."

这个标志的构图是平衡的，象征着和谐，这是中国文化中非常重要的元素。

(Zhègè biāozhì de gòutú shì pínghéng de, xiàngzhēng zhe héxié, zhè shì Zhōngguó wénhuà zhōng fēicháng zhòngyào de yuánsù.)

2. Ситуація "Обговорення змін в дизайні з китайським клієнтом.

Опис завдання: Студенти повинні взяти участь в обговоренні змін, які китайський клієнт хоче внести до поточного дизайну. Це може бути зміна кольорів, шрифтів чи навіть основної концепції проекту.

Приклад ситуації:

Клієнт хоче змінити кольорову схему на більш яскраву і змінити стиль шрифтів, щоб зробити продукт більш привабливим для молодшої аудиторії в Китаї. Студенти повинні обговорити ці зміни і запропонувати свої варіанти, при цьому зберігаючи професіоналізм і застосовуючи відповідну термінологію.

Комунікативні фрази для обговорення:

- "Я розумію, що ви хочете змінити кольори, але якщо ви хочете залишити елемент класичності, можливо, ми могли б додати золотий колір, який символізує удачу і процвітання."

我明白您想要改变颜色，但是如果您希望保留经典元素，也许我们可以添加金色，它象征着好运和繁荣。

(Wǒ míngbái nín xiǎng yào gǎibiàn yánsè, dànshì rúguǒ nín xīwàng bǎoliú jīngdiǎn yuánsù, yěxǔ wǒmen kěyǐ tiānjiā jīnsè, tā xiàngzhēng zhe hǎo yùn hé fánróng.)

- "Що стосується шрифтів, ми можемо вибрати стиль, який є більш сучасним і популярним серед молодіжної аудиторії, наприклад, шрифт 微软雅黑 (Wēi Xī)."

关于字体，我们可以选择一种更现代的风格，比如流行的微软雅黑字体。

(Guānyú zìtǐ, wǒmen kěyǐ xuǎnzé yī zhǒng gèng xiàndài de fēnggé, bǐrú liúxíng de Wēiruǎn Yǎhēi zìtǐ.)

- "Ми можемо адаптувати дизайн так, щоб він відповідав вашому баченню, але також важливо врахувати культурні особливості китайської аудиторії."

我们可以调整设计，以符合您的愿景，但同样重要的是考虑到中国观众的文化特色。

(Wǒmen kěyǐ tiáozhěng shèjì, yǐ fúhé nín de yuànjǐng, dàn tóngyàng zhòngyào de shì kǎolǜ dào Zhōngguó guānzhòng de wénhuà tèsè.)

3. Ситуація "Обговорення маркетингової стратегії для китайського ринку"

Опис завдання: Студенти повинні обговорити з китайським клієнтом, як графічний дизайн може бути адаптований до маркетингових потреб на китайському ринку. Вони повинні знати, які візуальні елементи привертають увагу китайської аудиторії і які символи та кольори можуть бути використані для створення ефективної маркетингової кампанії.

Приклад ситуації:

Клієнт хоче використати рекламний плакат для просування нового продукту, який буде продаватися через китайські онлайн-платформи. Студенти повинні врахувати китайські уподобання та запропонувати відповідні дизайнерські рішення.

Комунікативні фрази для обговорення:

- "Для китайського ринку важливо використовувати кольори, які асоціюються з удачею, наприклад, червоний і золотий.
对于中国市场，使用与好运相关的颜色非常重要，例如红色和金色。

(Duiyú Zhōngguó shìchǎng, shǐyòng yǔ hǎo yùn xiāngguān de yánsè fēicháng zhòngyào, lǐrú hóngsè hé jīnsè.)

- "Ми можемо також додати символи, які символізують процвітання, такі як півонії, які популярні в китайській культурі."

我们也可以加入象征繁荣的符号，比如在中国文化中很受欢迎的牡丹花。

(Wǒmen yě kěyǐ jiārù xiàngzhēng fánróng de fúhào, bǐrú zài Zhōngguó wénhuà zhōng hěn shòu huānyíng de mǔdān huā.)

- "Для реклами через онлайн-платформи важливо створити чистий і мінімалістичний дизайн, щоб він був зрозумілим і привертав увагу на маленьких екранах."

通过在线平台进行广告时，重要的是要创建一个简洁和极简的设计，以便它在小屏幕上清晰易懂并吸引注意力。

(Tōngguò zàixiàn píngtái jìnxíng guǎnggào shí, zhòngyào de shì yào chuàngjiàn yīgè jiǎnjié hé jíjiǎn de shèjì, yǐbiàn tā zài xiǎo píngmù shàng qīngxī yì dǒng bìng xīyǐn zhùyì lì.)

Висновки до розділу 3

У третьому розділі курсу були детально розглянуті вправи та комунікативні ситуації, які сприяють розвитку мовних та професійних навичок студентів, що прагнуть працювати в галузі графічного дизайну на китайському ринку. Практичні завдання, орієнтовані на реальні робочі ситуації, дають студентам можливість не лише покращити знання китайської мови, а й зрозуміти культурні та естетичні вимоги китайського ринку.

Завдання, такі як "Переклад дизайнерських термінів" і "Складання графічних описів китайською мовою", допомагають студентам освоїти спеціалізовану лексику і навички опису дизайнерських рішень. Завдяки таким вправам студенти можуть формувати чітке розуміння того, як китайські

терміни, пов'язані з дизайном, використовуються в контексті китайської культури та мовної практики. Це підвищує їх здатність адаптувати свої роботи до вимог китайських клієнтів.

Вправа "Локалізація термінів для китайського ринку" виявилася важливим елементом у навчанні адаптації західних дизайнерських концепцій до специфіки китайської аудиторії. Студенти навчилися враховувати культурні та естетичні особливості, зокрема символізм кольорів та шрифтів, що є критично важливим для успішного брендингу в Китаї.

Комунікативні ситуації, такі як "Презентація дизайнерського проекту китайським клієнтам" або "Обговорення змін в дизайні з китайським клієнтом", дозволяють студентам тренувати мовні навички в реальних робочих умовах. Вони навчаються не тільки професійно презентувати свої ідеї китайським клієнтам, а й ефективно застосовувати термінологію в обговореннях змін дизайну, що є важливим для налагодження успішної комунікації.

Таким чином, третій розділ курсу надає студентам необхідні інструменти для розвитку міжкультурної комунікації, дозволяючи їм застосовувати отримані знання в реальних дизайнерських практиках. Цей підхід забезпечує комплексну підготовку до роботи з китайським ринком, підвищуючи ефективність професійної діяльності дизайнерів в умовах глобалізації.

ВИСНОВОК

У процесі роботи над курсовою роботою було розроблено унікальний курс "Китайська мова для графічних дизайнерів", який інтегрує мовні та культурологічні аспекти для підготовки студентів до роботи на китайському ринку. Цей курс є важливим інструментом для розвитку професійної компетентності в галузі графічного дизайну, адже він не лише надає студентам знання китайської мови, а й дозволяє адаптувати дизайнерські рішення до вимог специфічного культурного та економічного середовища Китаю.

Курс успішно поєднує теоретичні та практичні елементи, що дає студентам змогу застосовувати знання на реальних прикладах. Вправи, орієнтовані на переклад термінів, складання графічних описів та локалізацію дизайнерських рішень, а також ситуації з реального життя, такі як презентація дизайнерського проекту китайським клієнтам, дозволяють студентам розвивати міжкультурну комунікацію та професійну мовну практику.

Культурологічний аспект курсу є ключовим, оскільки успішна реалізація дизайну на китайському ринку вимагає не лише мовних навичок, але й глибокого розуміння культурних кодів, символізму кольорів, шрифтів та інших елементів, що є важливими для створення ефективних комунікаційних рішень. Вивчення китайських традицій та естетичних уподобань дозволяє дизайнерам створювати продукти, які будуть добре сприйняті китайськими споживачами та успішно конкурувати на цьому складному ринку.

Завдяки впровадженню цієї методики, студенти не лише опановують китайську мову, але й отримують важливі навички адаптації дизайнерських рішень до міжнародного контексту, що значно розширює їх можливості на глобальному ринку праці. Курс допомагає їм ефективно взаємодіяти з китайськими партнерами та клієнтами, забезпечуючи максимальну конкурентоспроможність у сучасному світі, що швидко глобалізується.

Таким чином, розроблений курс є важливим кроком у підготовці фахівців, які можуть ефективно працювати з китайським ринком та адаптувати західні дизайнерські практики до місцевих культурних і економічних особливостей, підвищуючи рівень професіоналізму та креативності в галузі графічного дизайну.

ДОДАТКИ

Словник термінів та висловів:

1. 图形设计 túxíng shèjì - Графічний дизайн;
2. 汉字 hànzì - Ієрогліф;
3. 颜色 yánsè - Колір;
4. 红色 hóngsè - Червоний;
5. 蓝色 lánsè - Синій;
6. 绿色 lǜsè - Зелений;
7. 黄色 huángsè - Жовтий;
8. 黑色 hēisè - Чорний;
9. 白色 báisè - Білий;
10. 形状 xíngzhuàng - Форма;
11. 圆形 yuánxíng - Коло;
12. 方形 fāngxíng - Квадрат ;
13. 三角形 sānjiǎoxíng - Трикутник;
14. 大小 dàxiǎo - Розмір;
15. 长 cháng - Довгий;
16. 短 duǎn - Короткий;
17. 线条 xiàntiáo - Лінія;
18. 图案 tú'àn - Візерунок;
19. 海报 hǎibào - Плакат;
20. 标志 biāozhì - Логотип;
21. 排版 páibǎn - Типографія;
22. 设计元素 shèjì yuánsù - Елемент дизайну;
23. 创意 chuàngyì - Креативність;
24. 色彩象征 sècǎi xiàngzhēng - Колірна символіка;

25. 用户体验 yòng hù tǐ yàn - Користувацький досвід;

26. 设计趋势 shè jì qū shì - Тенденції в дизайні;

Також для більш продуктивного вивчення було підготовано інтерактивні завдання на платформі Quizlet — набори карток із ключовою лексикою, вправами на повторення та запам'ятовування, що дозволяють ефективно закріпити терміни і розширити словниковий запас у зручному форматі - <https://quizlet.com/ua/1045770720/%E7%94%9F%E8%AF%8D-flash-cards/?new>

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 朱德刚. 汉语作为第二语言教学的理论与实践 (Теорія та практика викладання китайської мови як другої). — 北京大学出版社, 2016.
2. 李泽厚. 美学与中国文化 (Естетика і китайська культура). — 商务印书馆, 2015.
3. 陈立杰. 现代汉语词汇与语法研究 (Дослідження лексики та граматики сучасної китайської мови). — 高等教育出版社, 2018.
4. Lai, M. H. C. *Designing with Chinese: Cultural Aspects and Visual Language*. — Princeton University Press, 2017.
5. McNeill, D. R. *Chinese for Graphic Designers: A Visual Introduction*. — Oxford University Press, 2013.
6. *The Art of Chinese Design* by Li Xu. — Thames & Hudson, 2012.
7. Lai, M. H. C. *Designing with Chinese: Cultural Aspects and Visual Language*. — Princeton University Press, 2017.
8. Тищенко Т. В. *Методика викладання іноземних мов: китайська мова як друга іноземна*. — Київ: Наукова думка, 2020.
9. Li, Z. *A History of Chinese Graphic Design*. — Beijing: China Publishing House, 2019.
10. 陈立杰. 中国设计文化研究. (Дослідження китайської культури дизайну). — 北京大学出版社, 2020.
11. Мельник, В. І. (2024). *Візуальні коди сучасної КНР: мова, дизайн та культурна дипломатія*. Київ: Наукова думка.
12. Коваленко, О. П. (2022). Інтерактивні технології у викладанні іноземних мов для спеціальних цілей: досвід та перспективи. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Серія: Педагогічні науки, 15, 45-52.

13. 北京大学出版社. 汉语教程 (Підручник китайської мови). — Пекін, 2010.
14. 北京语言大学出版社. 新实用汉语课本 (Новий практичний підручник китайської мови). — Пекін, 2015.
15. 商务印书馆. 汉字字典 (Словник китайських ієрогліфів). — Пекін, 2012.
16. 王明志. 中国文化概论 (Вступ до китайської культури). — Шанхай, 2018.
17. 李刚. 中国历史 (Історія Китаю). — Пекін, 2016.
18. Zhang, Y. *Chinese Visual Communication*. — Routledge, 2018.
19. Wang, S. *Modern Chinese Graphic Design*. — Tsinghua University Press, 2017.
20. Chen, L., & Zhao, H. *Cultural Symbolism in Chinese Design*. — Shanghai Fine Arts Publishing House, 2019.
21. Liu, J. *Typography in Contemporary China*. — Peking University Press, 2020.
22. Xu, M. *Color Theory in Chinese Art and Design*. — Zhejiang University Press, 2016.
23. Sun, Q. *Intercultural Communication for Designers*. — Fudan University Press, 2018.
24. Gao, T. *Chinese Aesthetics and Modern Design*. — China Renmin University Press, 2019.
25. Li, W. *The Language of Chinese Design*. — Beijing Institute of Technology Press, 2021.
26. Huang, Y. *Graphic Design Trends in China*. — Tsinghua University Press, 2022.