

Міністерство культури та інформаційної політики України
Державне агентство України з питань мистецтв та мистецької освіти
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Східний регіональний науково-мистецький центр НАМ України

**ДИЗАЙН ХХІ СТОЛІТТЯ.
УКРАЇНСЬКА МОДЕЛЬ ДИЗАЙНУ:
ВАСИЛЬ ЄРМІЛОВ**

Міжнародна наукова конференція

**DESIGN OF THE XX CENTURY.
UKRAINIAN DESIGN MODEL:
VASYL YERMILOV**

International scientific and practical conference

28 березня 2024 року

Харків - 2024

Міжнародна наукова конференція «Дизайн ХХІ століття. Українська модель дизайну: Василь Єрмілов» // Збірник наукових матеріалів. 28 березня 2024 року, ХДАДМ. – Харків, 2024. – 112 с. (укр., англ. мов.).

У збірнику представлено наукові матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «ДИЗАЙН ХХІ СТОЛІТТЯ. УКРАЇНСЬКА МОДЕЛЬ ДИЗАЙНУ: ВАСИЛЬ ЄРМІЛОВ», яка відбулася 28 березня 2024 року в Харківській державній академії дизайну і мистецтв. Тематика конференції: історія, персоналії та творчі (дизайнерські) школи; художні, художньо-проектні традиції в широкій ретроспективі; дизайн-освіта (дизайнерська дидактика, теорія і методика професійної освіти); загальні проблеми дизайнознавства.

Збірник розрахований на здобувачів ступенів вищої освіти, здобувачів ступенів доктора філософії (кандидата наук), доктора мистецтв та доктора наук (габілітованого доктора), науковців, викладачів закладів вищої освіти у галузі дизайну і мистецтва.

Редакційна колегія:

Олександр СОБОЛЄВ, кандидат мистецтвознавства (доктор філософії), професор, член-кореспондент НАМ України, Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).

Владислав КУТАТЕЛАДЗЕ, кандидат мистецтвознавства (доктор філософії), доцент, Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).

Людмила СОКОЛЮК, доктор мистецтвознавства (габілітований доктор), професор, Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).

Оксана ЛАГОДА, доктор мистецтвознавства (габілітований доктор), доцент, Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).

Сергій ЄРМАКОВ, доктор педагогічних наук (габілітований доктор), професор, Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).

Тетяна ЄРМАКОВА, доктор педагогічних наук (габілітований доктор), професор, Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).

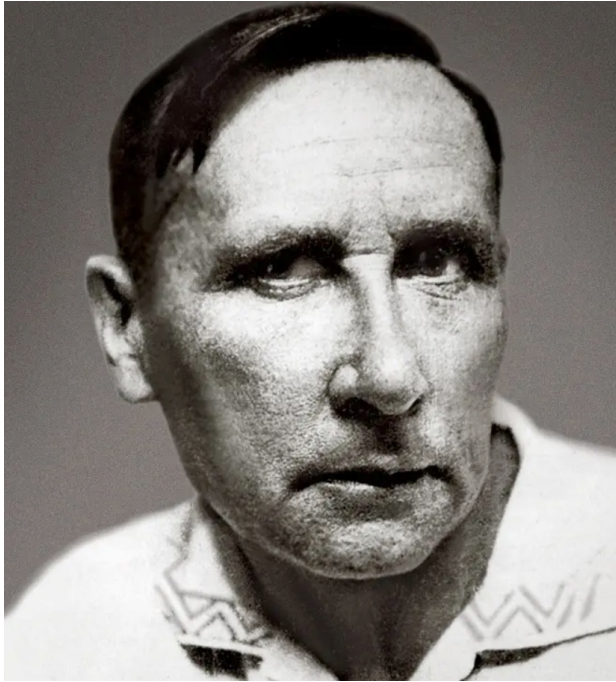
Євген КОТЛЯР, кандидат мистецтвознавства (доктор філософії), професор, Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).

Ірина БОНДАРЕНКО, кандидат архітектури (доктор філософії), професор, Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).

Олена ВАСІНА, кандидат мистецтвознавства (доктор філософії), доцент, Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).

Тетяна ІВАНЕНКО, кандидат мистецтвознавства (доктор філософії), доцент, Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).

Геннадій ШТАН, кандидат мистецтвознавства (доктор філософії), Харківська державна академія дизайну і мистецтв (Харків, Україна).



ВАСИЛЬ ЄРМІЛОВ

З М І С Т

АПАНАСЕНКО С. Українські письменники-нонконформісти в портретах митців клубу творчої молоді в Києві	6
БОЙЧУК О. Проектні контури харківського авангарду	8
Ван ЖУНЬЧЖІ. Вплив традиційних китайських мистецтв на сучасний дизайн упаковки	10
ВЕРЕМЄЄНКО М. Інклюзивний дизайн як складова графічного дизайну	12
ВОЙТЕНКО О. Альфонс Муха як графічний дизайнер	14
ГАНОЦЬКА О. Інноваційні підходи до дизайну упаковки: огляд останніх експериментів	16
ГУБАНОВ В. Плакатні роботи В.І. Касіяна у період 1941-1945 років	17
ДАВИДЕНКО Д. Трансформація принципів швейцарського стилю у сучасному графічному дизайні	19
ДАНИЛЕНКО Є. Візантійська естетика в художніх роботах В. Єрмілова	20
ДЕМЕНКО А. Альтернативні графеми шрифту «Рутенія»: амбіції нового алфавіту	23
ЖИНКІНА А. Від модерну до конструктивізму: обкладинки Василя Кричевського для роману «Майстер корабля»	25
ЖУК А. Валентин Ткаченко та його український шрифт «Мак»	27
ЗАГРЕБЕЛЬНА О. Алан Флетчер та його концептуальний дизайн	29
ЗЕМЛЯНКА В. Олександр Грехов: внесок у графічний дизайн	31
ІВАЩЕНКО М. Арттерапія як засіб полегшення самопочуття та соціальної інтеграції для мігруючих осіб, що переживають депривацію	32
ІГНАТЬЄВА Н. Спадкоємець харківського авангарду: Євген Світличний – живопис, графіка, дизайн	34
КАМІНСЬКИЙ Я. Графічний дизайн Nike та його візуальна сила	36
КАПУСТІН П. Роль діджитал арту в сучасному дизайні	38
КОВАЛЕНКО С. Валерій Заліщук як представник харківської школи живопису	39
КОНДРАТЮК Т. Пол Пітер Піч: візуальний активізм та ідейні контексти	42
КОРОВНІЧЕНКО А. Олексій Чекаль – майстер шрифтового дизайну	44
КОСОЛАПОВА Д. Міцуо Кацуї. Прорив в японському дизайні	46
КРАВЧЕНКО М. «Mrs Eaves» Зузани Лико: новаторство у світі шрифтів	48
КРИВИЧ О. Спадщина Пола Ренда: вплив на світ дизайну	50
КУХАРЄВА К. Кассандр: шрифти та їхня роль у плакатах митця	52
ЛАГУТЕНКО О. Творчий шлях Василя Єрмілова у взаємодії з мистецькими течіями та напрямками і третини ХХ століття	54
ЛИСЕНКО О. Графічний дизайн США в контексті сексуальної революції 1950-х р.	56

ЛЮБЧЕНКО О. Особливості дизайну сучасної кіноафіші	58
МАЛІК Т. Хустка, історія виникнення, сучасний стан та тенденції розвитку	60
НЕСТЕРЕНКО А. Стильові особливості стінопису в церкві св. Параскеви в с. Олександрівка хустського району на Закарпатті	62
НЕСТЄРОВА Є. Особливості завдань з натурних фігуративних постановок для студентів старших курсів ХХІІІ в 1950–1970-х рр.	63
ПАНДИРЄВА Є. Причини активного впровадження рукотворного графічного напису у другій половині ХХ ст. – ХХІ ст. у візуальному середовищі міста.	65
ПАРХОМЕНКО Я. Вплив А. Страхова на український графічний дизайн.	67
ПЕТРІНІЧ Н. Storytelling як один із методів комунікації	69
ПИРОЖЕНКО К. Ніл Хасевич. Художній фронт УПА	71
ПОГОРЕЛЬЧУК Д. Актуальні тенденції дизайну нейроком'ютерних інтерфейсів	72
ПОПОВА Т. Історичний огляд тенісної моди для жінок (кінець ХІХ – ХХ ст.).	74
РИЛЬЦОВА А. Особливості творчості Жюля Шере.	76
РОМАНЕНКО А. Анастасія Жеребецька: проєктна діяльність	78
СЕНЧЕНКО Є. Український бренд дизайнерського одягу Andre Tan	80
СКІРКО В. Арт-терапія як ефективний засіб подолання нудьги та тривоги в роботі дизайнера	82
СОКОЛЮК Л. Універсалізм Василя Єрмілова та сучасні проблеми мистецького навчання	84
СОКОЛЮК О. Іван Святенко – видатний український мистець без біографії	86
СТЕШЕНКО С. Георгій Нарбут: внесок у шрифтовий дизайн (шрифт «Калина»).	88
ТИТАРЕНКО Н. Твори Василя Єрмілова в колекції харківського художнього музею	89
ТКАЧЕНКО Р. Формування і діяльність художньої спілки у Кропивницькому	91
ТРИГУБ Д. Логотип в автомобільній промисловості та ребрендинг Rolls-Royce	93
ТЯНЬ ЦЗЯЛУН. Скульптурний портрет в творчості китайського митця Хун Тао	94
ХУДЯКОВА А. Український стінопис доби шістдесятників	95
ЦАРЕНКО Л. Стефан Загмайстер: вплив на сучасний графічний дизайн.	97
ЧЕХ Н. Витоки суб'єктивної фотографії в СРСР в останній третині ХХ століття	99
ЧУРКІНА Д. Польська школа плакату. Броніслав Зелек	102
ШЕВЧЕНКО Д. Графічна мова книжкової графіки Роберта Лісовського	104
ШУЛЬГА А. Стилізована графіка Анатолія Петрицького з точки зору сучасного графічного дизайну	106
ЮДІН В. Досвід участі у проєкті «Ліплення на дотик» (в рамках інклюзивної комунікації)	108
ЯРОШЕНКО Н. Плакатна творчість Павла Ковжуна	110

УКРАЇНСЬКІ ПИСЬМЕННИКИ- НОНКОНФОРМІСТИ В ПОРТРЕТАХ МИТЦІВ КЛУБУ ТВОРЧОЇ МОЛОДІ В КИЄВІ

Софія АПАНАСЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

На початку 1960 р. за ініціативою ЦК ЛКСМУ в Києві було створено мистецьке об'єднання Клуб творчої молоді «Сучасник», до якого увійшли представники нової генерації літераторів, мистців, музикантів, акторів, режисерів кіно й театру. Вочевидь, тодішня партійна номенклатура у вищих органах державної влади в українській столиці й увияти не могла, з яким нонконформістським рухом, пов'язаним з новим етапом українського національного відродження, вона невдовзі зіткнеться. А в середовищі молоді когорти КТМ лише зростає інтерес до свободи творчості, до нових форм образотворчості й художньої виразності, до школи «українського монументалізму» Михайла Бойчука», до цвіту української літератури 1920-х рр. та багатьох інших тем, заборонених радянським режимом. На літературних вечорах КТМ виступали зі своїми нонконформістськими творами члени КТМ Іван Дхюба, Євген Сверстюк, Іван Драч, Ліна Костенко, Василь Симоненко, Іван Світличний та ін. Вже у березні 1962 р. художники цього Клубу Алла Горська, Віктор Зарецький і Людмила Семикіна порушили питання про незадовільний стан української культури і української мови в УРСР, а самі перейшли на спілкування рідною мовою, що у той час ідеологічними органами розцінювалось як «український буржуазний націоналізм», ворожий «радянській людині». Насторожувала владу і створена при КТМ восени 1962 року комісія по перевірці чуток про масові поховання жертв сталінських репресій у Биківнянському лісі на околиці Києва. Члени комісії — Л. Танюк, А. Горська і В. Симоненко, приїхали до Биківні та на власні очі побачили, як діти грали в футбол людськими черепами. Своїм вчинком ці митці остаточно переступили межі дозволеного, а їхня культурницька діяльність набирала форми громадської непокори, на що швидко і жорстко відреагував режим. З осені 1962 року розпочався тиск на активістів КТМ: заборона вистав, експозицій, літературних вечорів, стеження з боку КДБ, погрози, профілактичні бесіди, і навіть застосування фізичної сили.

Утім, вони залишались незламними. Безумовно, чималий вплив на зміни в їхньому менталітеті мала і сама духовна обстановка в Україні з її затребуваністю в новому етапі національно-визвольного руху, нова хвиля якого припала на 1960-і рр., і співпраця з випускником майстерні М. Бойчука в Київському художньому інституті Григорієм Синицею, і спілкування з політв'язнем, письменником Борисом Антоненком-

Давидовичем, репресованим 1935 р., котрий лише в 1957 р. повернувся в Україну, до Києва.

Портрет незламного у своїх переконаннях, вірного ідеалам українського розстріляного відродження Б. Антоненка-Давидовича з його докорінним знанням мови свого народу, сарказмом і гострим розумом досить вдало відтворив у 1968 р. В.Зарецький (іл. 1), вдаючись до нових виразальних засобів, що нагадували про авангард 1920-х рр. (геометризація рис обличчя, волосся, геометричні фігури й лінії на тлі), що надає образу загостреності звучання, символічного підтексту.



Іл. 1. В. Зарецький. Портрет письменника Б. Антоненка-Давидовича. 1968. Картон, олія 70x80



Іл. 2. А. Горська. Соняшник. Портрет Євгена Сверстюка. 1963. Папір, мішана техніка. 72 × 68 см. НХМУ



Іл. 3. О. Заливаха. Портрет Василя Стуса. 1970-і рр.

Лідером серед молодих поетів, генератором ідей був критик-нонконформіст Іван Світличний, який вперше встановив контакти з українською діаспорою на Заході. В 1963 році художниця Алла Горська створює його портрет на теплому червоно-охристому тлі, віддаючи перевагу округлим лініям. В 1965 р. після обшуку в помешканні І. Світличного та його арешту вона малює інший портрет поета на темному тлі з мінімальним використанням кольору (чорний, білий і вохра), зосередивши увагу на обличчі витонченого інтелігента, що перебуває в напружених роздумах. Особливу увагу притягує виконаний А. Горською портрет українського художнього критика, поета, філософа з когорти членів КТБ — Євгена Сверстюка, який активно виступав проти дискредитації української культури, заарештованого і засудженого тим не менш значно пізніше (1972) за поширення літератури «самвидаву», тобто вже після фізичного знищення органами КДБ самої А. Горської.

На цьому поясному портреті (1963, іл. 2) Сверстюк зображений з квіткою соняшника в руці на тлі з написами «Літературна Україна», «Шевченко», «Українська пісня», що влучно характеризують спрямованість діяльності Сверстюка як літератора, а квітка соняшника сприймається як символ Сонця, світла, України.

Цікавим є й портрет талановитого поета, члена КТБ — Василя Симоненка роботи Алли Горської (іл. 4). Сильної загостреності створеному образу надає зигзагоподібна композиція зображеного в профіль літератора-нонконформіста. Авторка знову, як і в попередніх портретах, про які йшлося вище, обирає мінімум кольорів — чорний, білий, вохра, досягаючи відповідної виразності та символічного звучання. Широкими білими лініями на чорному тлі окреслене нахилене обличчя і шия поета, а червоною вохрою — його надломлене тіло і ягідки червоної калини як ще один із



Іл. 4. А. Горська. Портрет В. Симоненка. 1963. Папір, гуаш. 47×111. Музей шістдесятників, Київ

символів України. Василь Симоненко пішов з життя у 1963 р. у віці 28 років, тяжко побитий до того в міліції, бо вже перебував на замітці КДБ, захворівши на рак нирок. На дев'ятий день після його смерті друзі в Медичному інституті в Києві влаштували вечір його пам'яті, а А. Горська виставила на сцені цей портрет.

Взаємини Василя Стуса з родиною Зарецького-Горської були теплими. З Василем Стусом вони познайомились у 1963 р. Непомітно Василь Стус ставав лідером цих зустрічей. На Віктора Зарецького він незмінно справляв захоплююче враження. Серед графічних портретів митця є кілька зображень цього видатного українського поета-нонконформіста. З ним вони познайомили члена КТМ Осипа Заливаха, коли той повернувся із заслання з мордовських таборів в 1970 р. Згодом О.Заливаха створив портрет Василя Стуса, звертаючись до символіки (іл. 3) і проілюстрував поетичні твори поета.

Інформація про автора

АПАНАСЕНКО Софія Василівна, аспірантка кафедри теорії і історії мистецтв ХДАДМ

Науковий керівник СОКОЛЮК Людмила Данилівна, доктор мистецтвознавства, професор, професор кафедри ТІМ ХДАДМ, член-кор. НАМУ

ПРОЕКТНІ КОНТУРИ ХАРКІВСЬКОГО АВАНГАРДУ

Олександр БОЙЧУК

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Історія здатна рефлексувати актуальні проблеми сьогодення крізь призму часу. Тому в пошуках новітніх моделей творчості та виразних образів ми часто звертаємося до сторінок минулого.

Паростки українського дизайну, як нового виду творчої діяльності, з'явилися в бурхливих хвилях авангарду 1910-20 років на тлі епохальних соціально-економічних зрушень. Пов'язані з ними процеси індустріалізації та урбанізації призвели до руйнування багаторічних уявлень людства про ідеали краси і гармонію предметного світу. На зміну вишуканим класичним творам прийшли схематично спрощені композиції і лапідарні форми, що наближали суспільство до сприйняття типового модульного будівництва та уніфікованої промислової продукції. Саме такі принципи позначилися в творчості молодих харківських художників театру, майстрів графіки і декоративного живопису Вадима Меллера, Марії Синякової, Олександра Хвостенко-Хвостова, Василя Єрмілова, Бориса Косарева, Адольфа Страхова. Усвідомивши незворотність процесів урбанізації і відчувши подих нового типу культури – *проектно-художньої* – вони почали опрацьовувати параметри її структури і шукати нові засоби виразності.

Суттєва відмінність проектно-художньої культури від традиційної художньої полягала в широкому, системно-аналітичному погляді на процеси життєдіяльності, в більш мобільному реагуванні на запити суспільства. Першою реакцією харків'ян на радикальне переосмислення філософії мистецтва стала відмова від реалістичного відображення дійсності і перехід до схематично спрощених та абстрактних зображень людини і об'єктів природи. На кшталт "ready-made" з'явилися інсталяції та рельєфні композиції з предметів побуту, колажі зі шматками металу, скла, фанери, деталями механізмів. Шляхом таких експериментальних робіт відбувалося поступове заміщення «високого» мистецтва (класичного живопису, скульптури) мистецтвом «предметної реальності», збагаченого замислом стилізованих абстрактних форм. За допомогою цих творів формувалися візуальні засади і чинники сприйняття *проектності* як важливої категорії творчості. У мистецькому середовищі цей термін тоді ще не застосовувався, бо у професійний обіг він увійшов значно пізніше. Але погляд на «проектування як природну ознаку свідомості, поширену на всі види людської діяльності і як на особливий тип творчого мислення», вже мав місце [1].

Соціально-економічні умови початку 1920-х років, на жаль, не давали можливості представникам харківського авангарду виходити за межі нескладних

художніх проєктів. На відміну від індустріально розвинутих Німеччини, Великої Британії, Франції, місцеве виробництво не зверталось до послуг художників. Запитів на проектування промислових виробів майже не було. Ситуація усугублялась громадянською війною, розрухою, а невдовзі і шаленим ідеологічним тиском на всі сфери творчості, які підпорядковувалися тотальному «агітаційному мистецтву». Тому перелік художньо-проектних розробок складався з театральних декорацій, об'єктів наглядної агітації, друкованих видань, окремих упаковок. Але навіть і ці прості продукти дизайнерської творчості мали зовні відображати пафос революційних подій та будівництво соціалізму. В таких непростих умовах прихильники модернізму тим не менш знаходили виразні образні рішення. Ось як про це написав відомий український мистецтвознавець Дмитро Горбачов: «Авангардисти, подібно чарівникам і жрецьким відчули причетність до космічної енергетики. Новітні форми з живопису і скульптури упродовж 1910-20 років перейшли в дизайн книжкових обкладинок, титулів, ілюстрацій та верстку книжкової композиції... Для авангардиста обкладинка або ілюстрація – це площина, поділена графічними елементами задля досягнення декоративного та емоційного ефекту» [2]. Саме за такими принципами вибудовував свій авторський стиль художник-конструктор Василь Єрмілов, багатогранний талант якого розкрився як в графічному дизайні, так і в святкових оформленнях міста, в проектуванні інтер'єрів, кіосків, рекламно-агітаційних трибун, в монументальних розписах та ескізах масштабних пам'ятників революційним подіям.

Поряд з художніми творами і дизайном типографічної продукції, які залишались найбільш доступними для проявів творчої фантазії, цікаві проектні знахідки відобразилися і в інших сферах творчості. Вадим Меллер і Борис Косарев активно експериментували в галузі сценографії, розробляючи кінетичні мобільні конструкції і «турбулентні композиції» для театральних декорацій. Знайшовши виразну мову чітких графічних ритмів суттєво оновив вигляд агітаційного і рекламного плакату Адольф Страхов, удостоєний в 1925 році золотої медалі Всесвітньої виставки в Парижі. Згодом яскраву модерністську тканину Харкова звеличили монументальні скульптури Івана Кавалерідзе і Матвея Манізера, конструктивістські будівлі архітекторів Якова Штейберга, Олександра Молокіна, Аркадія Мордвінова, Ноя Подгорного, та інших.

Художні твори, як і їх автори завжди проходять випробування часом. Факти свідчать, що Харківський авангард не загубився в лабіринтах історії і залишив свій помітний слід в проектно-художній культурі. Пінакотеку світового мистецтва ХХ століття він збагатив низкою виразних творів з теплим українським колоритом. Особливо вагомим став внесок Василя Єрмілова та його колег-авангардистів в становлення національної школи дизайну України. Завдяки їм

прояснилась сутність філософії модернізму і естетики раціонального формоутворення, увійшли в практику перші засоби проектного моделювання, посилилось значення аналітично-образного мислення в творчості.

Література:

1. Бойчук О., Голобородько В., Опалев М., Сбітнєва Н. Українсько-англійський термінологічний словник з дизайну і ергономіки. // ХДАДМ, 2021 р., - 239 с.

2. Зі спогадів Дмитра Горбачова «Мої зустрічі з генієм дизайну». Режим доступу <https://www.artukraine.com.ua>, 2014.

Інформація про автора

БОЙЧУК Олександр Васильович, канд. мистецтвознавства, професор, заслужений діяч мистецтв України, кафедра дизайну ХДАДМ.

ВПЛИВ ТРАДИЦІЙНИХ КИТАЙСЬКИХ МИСТЕЦТВ НА СУЧАСНИЙ ДИЗАЙН УПАКОВКИ

Ван ЖУНЬЧЖІ

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Дизайн, по своїй сутності, виступає як креативний процес, спрямований на створення нових ідей та концепцій. Він спонукає до осмислення та відтворення нових зразків проектування через кілька шляхів. За висловом Шона Адамса: «Дизайн на будь-яких носіях застосовує комбінацію елементів – шрифтів, зображень, форм, кольорів, щоб донести повідомлення, але це повідомлення також породжує думки та емоції, які не так легко сформулювати». [Адамс:4].

У китайському дизайні упаковки вишуканість та емоційність відіграють ключову роль, оскільки вони відображають багату культурну спадщину та традиції країни. Існує декілька аспектів, які визначають вишуканість та емоційність у китайському дизайні пакувань. Один з них – використання традиційних мотивів, які надають упаковці глибокого культурного значення. Китайський дизайн упаковки часто надихається природними мотивами: пейзажі, рослинні композиції, це допомагає відтворити атмосферу спокою і гармонії, що відображає традиційне китайське уявлення про красу та естетику. Також маємо звернути увагу на використання традиційних матеріалів, наприклад таких, як різноманітні види паперу та тканини, бамбук, шовк, кераміка, лак. Це, безумовно, створює почуття зв'язку із старовинними ремісничими традиціями Китаю, і може надати продукту автентичності та відчуття преміальності. Вишуканість виявляється у дбайливому виконанні деталей упаковки, оскільки іноді застосовується *hand made*: вишиті або вирізьблені декоративні елементи, а також використання золота та срібла для підсилення враження розкоші. Кольори та символіка мають велике значення в китайській культурі, наприклад червоний колір символізує щастя і удачу, золотий – багатство та процвітання тощо.

Китайське традиційне мистецтво має вагомий вплив на сучасне бачення в графічному дизайні, зокрема в дизайні упаковки. Наприклад, каліграфія є важливою частиною китайської культурної спадщини. Її краса та елегантність впливають на вибір шрифтів та композиційних рішень у дизайні упаковки, каліграфічні написи надають упаковці вишуканості та символічного значення. Дизайнери експериментують з різними стилями каліграфії, щоб створити унікальні та виразні образи. Як зазначає у своїй статті Чжоу Чен: «Каліграфія є «ліричним мистецтвом, «рисунком серця». Твір без почуттів, як людина, що не має душі, як неживий предмет, який не має думок. Справжнє відтворення каліграфії – в її емоційній сутності, по-

чутті каліграфа, який надає твору життя, яке повинно торкнутися серця, зворушити людину до глибини душі (пер. укр.)»[2:60].

Крім того, китайські символи часто використовуються в дизайні упаковки для вираження певних ідей, цінностей або історій: символи щастя, довголіття або гармонії може створити позитивний вплив на аудиторію споживачів. Елементи традиційного китайського мистецтва, такі, як візерунки художнього розпису, традиційні орнаментальні композиції, зображення драконів, феніксів квітів та птахів часто використовуються в дизайні упаковки для створення унікального і привабливого вигляду. Одна з ключових концепцій у китайському мистецтві – це гармонія і баланс, ці принципи можуть бути відображені в дизайні упаковки через розташування елементів, використання простору та кольорів, створюючи збалансований та гармонійний образ. Також китайський дизайн упаковки може бути відомий своїм мінімалістичним підходом та елегантністю, що передає глибоке культурне значення та сприйняття простоти.

В цілому, китайське традиційне мистецтво надає унікальний та вишуканий характер дизайну упаковки, який може привертати увагу та створювати незабутні враження у споживачів. Як зазначав у своїй роботі Джу Ян (Gu Yan) : «Із зростанням різних промислів у китайській культурній традиції дизайн розглядався як символ епохи». [7] Хоча китайська культура має давню історію, сучасні дизайнери сміливо впроваджують новітні елементи та інноваційні підходи у дизайн упаковки, щоб відтворити баланс між традицією та сучасністю.

У китайському графічному дизайні, зокрема в дизайні упаковки використовуються різноманітні методи, які відображають вплив сучасних технологій та культурних тенденцій. На деяких з них можемо зупинитися, окресливши їх характерні особливості.

По-перше, утилітарність, оскільки добре спроектований зразок має бути доцільним, раціональністю рішення та зручністю в експлуатації заохочують до осмислення його реалізації та створення нових зразків з максимальною користю.

По-друге, естетичність, зрозуміло, що естетика привертає увагу та викликає емоції, що спонукає людей до осмислення зразків дизайну та вивчення нових аспектів форми, кольорово-тональних рішень, текстури та композиції.

По-третє, інноваційність, дизайн надихає на вдосконалення існуючих рішень та нових пропозицій, він стимулює творчий розум до пошуку нестандартних шляхів вирішення проблем і втілення новаторських ідей. Наприклад, у дослідженні Жань Венлін (Zhang Wenlian) щодо певних інновацій у дизайні упаковки китайського чаю йдеться про те, що «...інновація дизайну в компанії HEUTEA в основному полягає у спрощенні елементів упаковки, молодіжному візуальному образі та відмові від однотипності упаковки подібних товарів, що є великим викликом, з яким чайна

індустрія стикнеться в майбутньому на довгостроковій перспективі. [4]

По-четверте, інтерактивність, оскільки дизайн може створювати можливості для взаємодії та співпраці, що спонукає до обміну ідеями та вивчення нових підходів у процесі спільного творчого вирішення завдань.

По-п'яте, експериментальність, дизайн як доволі гнучкий вид художньо-проектної діяльності постійно розвивається і його еволюція стимулює до пошуку нових методів та технік, отже, відкритість до експериментів та прийняття ризиків дозволяє відкривати нові горизонти в дизайні та розробці нових зразків проектування упаковки.

Таким чином, оскільки інновація є рушійною силою у розвитку сучасного мистецтва та дизайну, і ми зараз перебуваємо в епісі стрімкого розвитку інформаційного суспільства, інновація є задачею та обов'язком сучасних митців. Необхідно розуміти, що засновую-

чись на культурних традиціях, ми маємо знайти нові перспективи, відкрити нову сферу для розвитку дизайну упаковки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамс Шон Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти. Пер. з англ. Максим Тимченко. Київ: ArtHuss, 2022. 256 с.
2. Чжоу Чен Современная китайская каллиграфия. Инновационный путь развития. Вісник ХДАДМ. 2013. №2. С.58-60.
3. Gu Yan. Packaging design methodology of the republic of China [J]. Modern decoration (theory), 2016(07):106.
4. Zhang Wenlian. Chinese tea culture and modern tea packaging design [D]. Soochow University, 2007.

Інформація про автора

*Ван ЖУНЬЧЖІ, аспірант ОНП Дизайн
Харківська державна академія дизайну і мистецтв*

*Науковий керівник: ГАНОЦЬКА Ольга Василівна,
к.м. доцент кафедри графічного дизайну ХДАДМ*

ІНКЛЮЗИВНИЙ ДИЗАЙН

ЯК СКЛАДОВА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Мілена ВЕРЕМЄЄНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Інклюзивний дизайн (з англ. *Inclusion* – включення, вбудовування) позначає послугу, продукт чи їхню систему, головною метою якої є надання можливості або іншого способу для споживача тієї чи іншої групи бути включеним у процес і суспільство загалом. Інклюзія у світі складна й важкодоступна тема для розуміння, і причиною нестачі обізнаності в даній галузі є відсутність знання ситуації щодо доступності інклюзивного дизайну. Цей термін досить поверхово сприймається людьми, асоціюючись лише з «дизайном, доступним всім».

Дизайн для всіх (з англ. *Design for all*) виник у результаті інновацій, які мали на увазі інший підхід і рішення на відкрите питання про інклюзивність. Надання всім людям можливості для участі у всіх аспектах життя було ключовою метою цього напрямку. Коли мова заходить про інклюзивний дизайн він також має багато схожостей з дизайном для всіх, але з застереженням, що включає словосполучення «допустимо можливий».

Інклюзивний дизайн, а точніше формування підходу, який був покладений в основі нинішнього інклюзивного дизайну – безбар'єрний дизайн (з англ. *Barrier-free design*) набрав широкої популярності у 1950-х роках у США у зв'язку з появою великої кількості інвалідів після війни. Виходячи з цього, управління у справах ветеранів запустило процес зміни національних стандартів, проєктуючи «безбар'єрні» будівлі, що передбачали розширення проходів, забезпечення доступності підняття на верхні поверхи тощо. Основна мета полягала у можливості надання освіти, працевлаштування та зручності. «Це вказує на те, що доступність – це не лише сфера втручання держави. Натомість доступність це область з широким спектром зацікавлених сторін, наприклад, особа з обмеженими можливостями, проєктувальник, особа, яка керує процесом закупівлі, та державні нормативні акти», – писали німецькі дослідники Г. Персона, А. Хенріка та інші співавтори [1, с. 3].

Серед положень Конвенції ООН про права людей з інвалідністю щодо визначення положення інклюзивного дизайну зазначено наступне: «Розробка основних продуктів та/або послуг, які доступні і можуть використовуватися якомога більшою кількістю людей у глобальному масштабі, у широкій розмаїтості ситуацій та допустимо можливою мірою без необхідності спеціальної адаптації чи удосконалення» [2]. Використання уточнення «допустимо можливий» передбачає ігнорування людей з обмеженими можливос-

тями у разі, якщо питання їх доступності та комфорту буде важкодосяжним та дорогим. За своєю суттю інклюзивний дизайн не має фіксований набір критеріїв, а скоріше відображає філософію, метою якої є більш умовне і не завжди практичне створення продуктів або середовищ.

Незважаючи на це дизайнери різних країн намагаються випускати продукцію, адаптовану для людей з обмеженими можливостями. Є люди, які сліпі від народження, для них була створена книга, яка спиралася не на зорову пам'ять, а на тактильні взаємодії та їх асоціації з існуючими об'єктами. Для людей з дальтонізмом була створена крейда, яка допомагає дітям з дефіцитом колірною зору розрізняти кольори. Для людей, у яких обмежена рухова можливість, була адаптована упаковка, наприклад кавового напою Boost, для більш зручного утримування в руці та відкривання кришки.

Інклюзивний дизайн регулюється стандартами якості та правами людей з обмеженими можливостями, які далеко не завжди працюють у повсякденному житті. Однак, якщо подивитися на розвиток інклюзивного дизайну з перспективою на майбутнє, то можна повною мірою оцінити економічну цінність, що вноситься в державу та підприємства. «Переваги, які можуть отримати бізнес-організації, включають ширше охоплення ринку та зростання доходів; задоволеність та лояльність клієнтів; інновації у продуктах та послугах; конкурентні переваги, такі як виконання соціальної відповідальності компанії та покращення іміджу бренду; зниження ризиків, таких як судові позови про права інвалідів та дорогі відновлювальні роботи», – відзначають Х. Зу, Т. Грубер та Х. Донг у статті «Value and Values in inclusive design» (укр. «Значимість та цінності інклюзивного дизайну») [3, с. 7].

Висновок. На даний момент існує вагомий розрив між теорією інклюзивного дизайну та здійсненням його на практиці. Виходячи з реалій сьогодення, коли на території України відбуваються воєнні дії, велика кількість людей отримують поранення, каліцтва, які обмежують їхні можливості, тому найближчим часом розвиток інклюзивного дизайну стане найбільш пріоритетним і затребуваним в українському суспільстві. Очевидно, що необхідність розширення доступності, досягнення цілей за допомогою інтерактивних методів для кожного очевидна й незаперечна, тільки способи для цього дуже різні. Це створює стимул задля досягнення загальної підтримки з боку держави, усвідомленого формування цілей та принципів, що буде сприяти розвитку інклюзивного дизайну, згуртуванню суспільства та побудові шляхів для майбутніх інновацій. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на поширення тенденцій інклюзивного дизайну та засад доступності в Україні, спираючись на досвід європейських країн.

Література:

1. Ahman H., Gulliksen J., Persson H., Yngling A. A. Universal design, inclusive design, design for all: different concepts –

one goal? On the concept of accessibility – historical, methodological and philosophical aspects. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag, 2014. 23 p.

2. Convention OON on the rights of persons with disabilities. URL: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-Persons-with-disabilities.html> 2006. Accessed 26 April 2014 (дата звернення 23.11.2023).
3. Haiou Z., Hua D., Thorsten G. Value and Values in Inclusive Design. UK, Loughborough: Loughborough University, 2020. 15 p.

Інформація про автора

*ВЕРЕМЄНКО Мілена Русланівна, студентка 3 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.,
декан факультету Дизайн ХДАДМ Надія СБІТНСВА*

АЛЬФОНС МУХА ЯК ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙНЕР

Ольга ВОЙТЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Стиль модерн, також відомий як «ар-нуво», «сецесіон» та «ліберті», виник у XIX ст. та став ніби «ковтком свіжого повітря» після наслідків індустріальної революції та масового копіювання робіт у стилях класицизму, ренесансу, бароко та рококо, якими заповнювалися усі домівки. На думку Уоррена Гофрена, ар-нуво тривав дуже недовго, «... але попри його недовговічність це була найоригінальніша маніфестація креативного духу людини. І навіть якщо хтось не захоплюватиметься нею, він шануватиме її зухвалість та відважність» [1, с. 4]. Саме такими рисами відзначилася творчість чеського митця Альфонса Мухи, твори якого стали визначними для напряму та створили основу його духу, – не можна згадати стиль як ар-нуво, не зазначивши ім'я Альфонса Мухи.

Уродженець Іванчице, Моравія, що в Австро-Угорщині, А. Муха так чи інакше залишав свій слід всюди, де опинявся: у Відні, Микулові, Південному Тиролі та Парижі. Історія митця – поєднання таланту, постійного бажання розвиватися та щасливого збігу обставин. Але чи зміг би лише один збіг обставин зробити митця популярним без наявності у нього навичок та унікальних відзнак його творів? Скоріше щасливий випадок був каталізатором для його кар'єрного зростання. І цим каталізатором стала співпраця, під час якої найяскравіше розкрився стиль художника, з вже на той час відомою акторкою Сарою Бернар. Вона підписала контракт з Альфонсом, коли побачила виконаний ним плакат до вистави «Гісмонда». Завдяки цьому плакату ми можемо відзначити основні характеристики стилю Мухи, які будуть простежуватися протягом всієї його творчості: дбайливе ставлення до лінії, використання нюансної палітри кольорів, стилізації, рукописних шрифтів – все це надавало образам жінок відчуття нереальності та мрійливості, а також створювало декоративність та орнаментальність загальної композиції. Роботи, на яких митець зображував акторку, стали неймовірним поштовхом для просування кар'єри митця та популяризації його імені. Але він не обмежувався створенням робіт виключно для неї. Як зазначив Нюгебауер у своїй праці «Муха. Ілюстроване життя»: «Стиль Мухи надалі був повсюди: на плакатах, етикетках, пакуваннях, листівках, меню та запрошеннях» [2, с. 31]. Всі вищепераховані продукти належать до галузі графічного дизайну. Тоді постає питання: а чи можемо ми вважати Альфонса Муху графічним дизайнером?

Аналіз робіт митця показує, що він використовував засоби, характерні для сучасного графічного дизайну: обмежена й обґрунтована колірна палітра, використання шрифтів як частини точно продуманої

композиції, продумана ієрархія елементів та передача інформації завдяки образам, уміння створити унікальні символи та знаки. Одним з характерних елементів його стилю є підбір кольорів за принципом нюансу. На прикладі дизайну для серії пакувань шоколаду помітно, як вміло художник застосував поєднання теплих природних кольорів (коричневого та вохристого) не тільки для створення настрою, а й задля ідентифікації продукту, поєднуючи окремі елементи в цільну серію та надаючи особливих рис. Тобто митець буквально створював айдентику, додаючи фірмові кольори, шрифти та образи. Крім того, він вмів створювати настрій, що допомагало у просуванні певних послуг чи товарів. Так, на рекламному плакаті засобу для прання білизни художник зобразив «жіночу постать, алегоричну і таким чином відсторонену від всього “земного” <...>. Помітно вражена, вона прискіпливо споглядає на білі простирала у дерев'яному тазі, який стоїть перед нею» [3, с. 55]. Така гра сенсів – якогось нереального образу жінки та звичайних «земних» справ – неодмінно приваблює та змушує глядача задуматися, запам'ятати цю рекламу, а отже робить її ефективною з погляду маркетингу.

Найважливішим завданням графічного дизайну є передача інформації за допомогою візуальних засобів та їх ієрархії у композиції, що митець наочно демонструє у дизайні плаката для фестивалю «Сокіл». Альфонс Муха розділяє загальну композицію на певні блоки, а також сегментує текст, що націлено на полегшення сприйняття інформації. Варто також відмітити не випадковість використання засобів у дизайні плаката. В образи закладені символи просування національних ідей чехів як прояв опору германізації. Подібний хід можна спостерігати й у нашій сучасності під час створення різноманітних складових графічного дизайну, коли, напр., побудова навіть простого геометричного логотипа може обумовлюватися певними сенсами, історією, метою чи принципами бренду, компанії або людини.

Висновок. Не можна згадати стиль ар-нуво, не зазначивши імені Альфонса Мухи. І хоча не можна ототожнювати сучасну форму графічного дизайну з його формою під час доби модерну, при виготовленні дизайнерської продукції – марок, листівок, плакатів, пакувань – Муха застосував композиційні засоби та прийоми, які використовуються і зараз. Його розробки на фоні сучасних, спрощених та наближених до знаків об'єктів, могли б вважатися взірцем якісного й ефективного дизайну, завдяки вдалому й обґрунтованому використанню кольору, лінії, ставленням до деталізації. У наш час – час повсюдної діджиталізації та моди на запозичення напрацювань минулого, рішення, подібні до вище згаданих, могли б органічно вписатися у візуальний простір. Альфонс Муха є прикладом того, як разом із пізнанням стилем, розумінням впливу на людей через зображення та інформацію, зі звичайного художника він перетворився на справжнього майстра,

якого можна вважати не тільки митцем, а й графічним дизайнером.

Література:

1. Warren G. Art nouveau. (Original ed. published as: All colour book of art nouveau. 1974.) 1988. С. 75. URL: <https://archive.org/details/artnouveau0000warr/page/72/mode/2up> (дата звернення: 13.02.2024).
2. Neugebauer R.V. Mucha an illustrated life. Vitalis. 2013. 82 p. URL : <https://archive.org/details/muchaillustrated0000neug/page/80/mode/2up> (дата звернення: 13.02.2024).

3. Ulmer R. Alfons Mucha. Köln, London: Taschen. 1994. 95 p. URL : <https://archive.org/details/alfonsmucha0000ulme/page/60/mode/2up> (дата звернення: 13.02.2024).

Інформація про автора

*ВОЙТЕНКО Ольга Олексіївна, студентка 3 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБИТНЄВА Надія Федорівна.*

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ДИЗАЙНУ

УПАКОВКИ: ОГЛЯД ОСТАННІХ ЕКСПЕРИМЕНТІВ

Ольга ГАНОЦЬКА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Сучасні технології та можливості креативної думки дають дуже широке поле для експериментів, та способів розширення функціоналу пакування та впливу на аудиторію. Наразі спостерігаємо глибокий вплив сучасних технологій, таких як доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR) та інтернет речей (IoT) на сучасний дизайн упаковки, надаючи додаткові можливості для залучення споживача та створення унікального досвіду. Інтеграція цих передових технологій також відкрила нові можливості для брендів у спілкуванні зі своєю цільовою аудиторією та спричинила покращення користувацького досвіду. Бренди, які використовують такі технології, створюють більш глибоку та змістовну взаємодію зі споживачами, підвищуючи лояльність до бренду та диференціацію на висококонкурентному ринку. AR дозволяє розширювати фізичну упаковку за допомогою віртуальних елементів, таких як інтерактивні демонстрації продукту або розкриття додаткової інформації. VR дозволяє споживачам поглиблено взаємодіяти з продуктом та його упаковкою у віртуальному просторі, створюючи неповторний іммерсивний досвід. IoT впливає на дизайн упаковки, дозволяючи створювати «розумну» упаковку, яка може співпрацювати зі смарт-пристроями, надсилаючи корисну інформацію про продукт або статистику споживання.

Що стосується екологічної складової упаковки, важливість сталого розвитку все тільки зростає. Тенденції свідчать про перехід до екологічно чистих матеріалів, мінімалістичного дизайну та зосередження на зменшенні впливу на довкілля. Це збігається зі споживчими вподобаннями щодо екологічно свідомих продуктів, що вказує на життєво важливу сферу для майбутнього розвитку дизайну упаковки.

Надсучасна технологія штучного інтелекту також дуже вплинула на процес розробки дизайну упаковки. Тепер бренди можуть приймати обґрунтовані рішення на основі даних про поведінку споживачів, що дозволяє розробляти більш цілеспрямовані та ефективні пакувальні стратегії. Очікується, що цей підхід, заснований на даних, стане ще більш важливим у майбутній еволюції дизайну упаковки.

Все більше люди починають цінувати ручний труд та кастомні продукти. Відтак, виявлено зростаючий попит на персоналізовану та кастомізовану упаковку. Передові технології дозволяють брендам пристосовувати упаковку до індивідуальних уподобань, створюючи відчуття ексклюзивності та покращуючи загальний споживчий досвід. Як зазначає у своєму інтерв'ю для Combined Technologies inc. дизайнер упа-

ковки Метт Барнес (Matt Barnes): «Хоча дизайнерам упаковки завжди потрібно будувати структури для захисту продукту, все більше акценту приділяється включенню унікальних відчуттів під час розпакування коробки. Завжди більше компаній хочуть створити враження у своїх покупців, ніби вони відкривають персоналізований подарунок» [2]. Ця тенденція, ймовірно, набуватиме подальшого розвитку, оскільки споживачі шукають унікальні та персоналізовані продукти. Сучасний дизайн упаковки поступово адаптується до потреб споживачів та може мати за основу елементи трансформації та індивідуалізації.

За останніми аналітичними дослідженнями компанії ESKO: «Тиск щодо створення правильної упаковки зараз більший, ніж будь-коли. Сьогодні це високотехнологічний, інтерактивний, експресивний та екологічно значущий досвід. Тому компанії повинні застосовувати багатогранні стратегії, необхідні для інтеграції своїх продуктів у всі аспекти життя своїх клієнтів. Одне можна сказати напевно: єдина константа – це зміни. Оскільки попит на електронну комерцію продовжує зростати, а тиск на стійкість зростає, споживачі встановлюють правила для майбутнього галузі. Автоматизація вирівнює умови гри та дозволить галузі йти в ногу з наявними та новими тенденціями» [1].

Незважаючи на всі позитивні трансформації, спричинені сучасними технологіями, були виявлені такі виклики, як фінансові наслідки, технологічна доступність та потенційні проблеми з конфіденційністю. Вирішення цих проблем матиме важливе значення для широкого впровадження та успішного застосування передових технологій у дизайні упаковки в майбутньому. Гнучкість у впровадженні нових технологій, пріоритетність сталих практик і постійна увага до споживчих уподобань через тривалі маркетингові дослідження надаватиме певні поштовхи у безперервному та динамічному розвитку дизайну упаковки в сучасну епоху.

Отже, трансформаційні тенденції в дизайні упаковки, зумовлені сучасними технологіями, відкривають перед брендами чудові можливості для інновацій, налагодження зв'язку зі споживачами та сприяння створенню більш сталого майбутнього. Усі ці технології відкривають нові можливості для творчого та інноваційного дизайну упаковки, покращуючи споживчий досвід та забезпечуючи більш ефективну комунікацію зі споживачами.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Тенденції упаковки 2023 // Гофроіндустрія 03/200 2023. Режим доступу: <https://gofromagazine.com/tendenczii-upakovki-2023.html>
2. Matt Barnes, The State of Packaging in Today's Market (Interview 1) . Режим доступу: <https://ctipack.com/the-state-of-packaging-in-todays-market-interview-1/>

Інформація про автора

ГАНОЦЬКА Ольга Василівна, к.м. доцент кафедри графічного дизайну ХДАДМ

ПЛАКАТНІ РОБОТИ В.І. КАСІЯНА

У ПЕРІОД 1941-1945 РОКІВ

Владислав ГУБАНОВ

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Сучасний графічний дизайн України переживає нову хвилю плакатних робіт, зважаючи на обставини сьогодення та головну тему війни й озброєних конфліктів. Але виникають питання, які були й будуть актуальні під час створення таких робіт: як краще подати ту чи іншу подію, як залучити та привернути увагу глядача, як не копіювати інші роботи? Корисним способом знайти ефективні методи подачі інформації і комунікації з глядачем буде подивитись на роботи минулого, які були створені в умовах воєнних дій. І найкращим прикладом такої творчості можуть бути плакатні роботи Василя Ілліча Касіяна в період радянсько-німецької війни 1941-1945 років.

Варто зазначити те, що Василь Касіян ще до війни заслужив славу гарного графіка, його вміння передавати реалістичне зображення у графічній формі були його візитівкою. Майже всі плакати, що він створив, відрізнялися графічністю й динамікою ліній, які давали більшу емоційність і сприяли залученню глядача. Також треба взяти до уваги той факт, що через економічну розруху і як наслідок обмежену колірну палітру у вигляді чорної, червоної та жовтої фарби вдалим плакатом можна було назвати лише той, в якому була креативність і майстерність графіки, оскільки майже всі плакати виглядали ідентично. Яскравим прикладом такої майстерності є робота Касіяна, створена в перші дні війни, «За Батьківщину! ... Вперед!», в якій ніби знайомі образи солдатів насичуються динамікою чорних, жовтих та червоних ліній, а залучення текстового блоку в цю динаміку, незважаючи на тенденцію відокремлення зображення і шрифту, ще сильніше підсилює емоційність фрази та оригінальність композиції в цілому.

Ще одним з плакатних експериментів художника, де було залучено національні мотиви, є плакат «На бій слов'яни!», запалений думкою про прагнення народу до захисту своєї землі й національну ідентичність. Велична постать гуцула, що рине в бій із гаслом: «На бій слов'яни!», транслює ідею «легендарного оборонця рідного краю, який жив тут у віках як безсмертний дух народу і тепер явився з вічності, щоби врятувати від ворога свій люд і отчу землю, свою Україну» [1, с. 436].

Більшого захоплення й ретельного дослідження заслуговує серія плакатних робіт В. Касіяна «Гнів Шевченка – зброя перемоги». Ця серія була створена за ідеєю поєднання рядків з віршів відомого кобзаря Шевченка з подіями та явищами, які відбувалися в той період. Зображення було майстерно підібране до

кожного уривку тексту, що давало реалістичне трактування тих слів. А зображення самого Шевченка, який осуджував чи вів у бій, перетворювало Кобзаря на сучасника, який ніби звертався до глядача через свої рядки, що сприяло активному долученню глядачів і підтримці ідеї боротьби та стійкості. Найвидатнішими роботами з цієї серії й такими що мали великий відгук у населення, були плакати: «Свою Україну любіть! Любіть її... во время люте!», «Мені однаково, чи буду я жить в Україні, чи ні» та «І вражою злою кров'ю волю окропите!», що зображували всі жахіття війни й закликали до боротьби. Один із варіантів плаката «І вражою злою кров'ю волю окропите!» мав відгук у сучасності і навіть був інтерпретований під сьогоденні тенденції та події [2].

Варто також відмітити один із специфічних напрямів у плакатній творчості Касіяна – це меморіальні плакати. За період війни в СРСР пройшло багато ювілеїв, зокрема присвячених українським письменникам і письменницям. Цей жанр є специфічним через великий масив тексту, який завжди важко компоувати таким чином, щоб він не виглядав занадто простим. Але Василь Ілліч, не маючи досвіду роботи з типографікою, тим не менш зміг закомпонувати текст таким чином, щоб він мав свою форму та візуальну фактуру і водночас був читабельний. Одними з таких робіт є плакати, присвячені Григорію Сковороді та Костянтину Ушинському, але найбільшу майстерність художник проявив у плакаті, присвяченому Лесі Українці. Складна композиція з тексту, що містив уривок з її вірша, драматичний образ України в самому портреті поетеси та жаклиний пейзаж війни (що демонстрував процес форсування Дніпра в той період), підкорював своїм емоційним забарвленням, що мало відгук у всіх глядачів. І ніби знайомий усім образ Лесі Українки перетворився на складний образ мучениці.

Висновок. Плакатний дизайн у період воєнних дій може бути різноманітним за своєю тематикою, сюжетністю, викладенням інформації і способами взаємодії з глядачем. Василь Ілліч Касіян зміг це продемонструвати у своїх роботах. У плакатах воєнної тематики він зміг довести, що для показу героїв війни не обов'язково зображувати солдатів. Він апелював до традиційних українських символів та образів, які створювали потрібний символічний ефект боротьби за свою землю. За допомогою використання відомих цитат чи уривків віршів він зміг охарактеризувати ті чи інші процеси та події, що відбувалися в той час. Славний образ Тараса Григоровича Шевченка він використовував не як символ поета, а як образ співглядача чи навіть сучасника, який своїми віршами осуджував війну й опосередковано впливав на своїх сучасників та їхню боротьбу. На прикладі меморіальних плакатів Касіяна маємо можливість спостерігати, як він використовував деякі графічні елементи для того щоб збагатити образи. Цей досвід майстра може бути корисний і у наш час для розвитку плакатного дизайну в умовах війни.

Література:

1. Касіян Василь: автопортрет. Літератур.-мист. вид. Київ: Веселка, 2004. 671 с.
2. Гордійчук М. Культ Тараса Шевченка і війна. Онлайнове суспільно-історичне, науково-популярне видання Історична правда. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2022/03/9/161040/> (дата звернення 14.02.2024).

Інформація про автора

*ГУБАНОВ Владислав Олександрович, студент 3 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна.*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ШВЕЙЦАРСЬКОГО СТИЛЮ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Дар'я ДАВИДЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Швейцарський стиль у графічному дизайні, що виник у середині ХХ ст., став символом мінімалізму, ясності та функціональності. Цей стиль по праву вважається королем точності й простоти серед решти графічних стилів і напрямів. На перше місце він ставить функціональність як мету, якій служить дизайн, а ось декоративність відсуває на задній план [2]. На початку ХХ ст. Баугауз – німецька школа мистецтв і дизайну – стала центром для розвитку модернізму та нових ідей у дизайні. Знання, які були сформовані завдяки вченням Баугаузу, допомогли багатьом художникам і дизайнерам зберегти філософію школи та закласти основи «міжнародного» стилю.

Безумовним і беззастережним засновником Швейцарської школи графічного дизайну вважається Ян Чіхольд. Він відіграв значну роль у розвитку модерністського графічного дизайну та типографіки, а його ідеї мали тривалий вплив на цю сферу. Також важливий внесок у розвиток швейцарського дизайну зробили такі впливові постаті як Ернст Келлер, якого також вважали «батьком швейцарського дизайну», Йозеф Мюллер-Брокман, Макс Мідінгер, Едуард Хоффман, Армін Хоффман. Діяльність кожного з них була важливою для формування швейцарського дизайну. Графічні роботи Ернста Келлера вважають раннім зразком Швейцарського стилю, який надав типографіці принципово нового значення. З підлеглої додаткової дисципліни типографіка перетворилася на автономну візуальну програму, що має самостійний художній статус [1, с. 94]. Й. Мюллер-Брокман був рішучим прихильником використання модульної сітки в дизайні та вважав, що систематичний підхід до компоновання з використанням сіток може сприяти досягненню візуальної гармонії та ясності. Його роботи відрізнялись шрифтами без засічок і суворим дотриманням типографських правил.

Протягом останніх 60-ти років швейцарський дизайн відіграв величезну роль у формуванні світу, в якому ми живемо, оскільки графічний дизайн еволюціонував від друку до екрану, а фундаментальні швейцарські принципи дизайну залишилися незмінними [4, с. 32]. Трансформація Швейцарського стилю відбувалася під впливом поєднання технологічних досягнень, змін у культурних і дизайнерських тенденціях, а також потреб, що розвиваються у дизайнерській спільноті. Поява цифрових інструментів і технологій проєктування зіграла значну роль у трансформації Швейцарського стилю. Комп'ютерне програмне забезпечення забезпечує більшу точність у впроваджен-

ні макетів на основі сітки, типографічних елементів і колірних схем, дозволяючи дизайнерам працювати ефективніше та експериментувати з варіаціями, зберігаючи фундаментальні принципи швейцарського дизайну.

Яскравим прикладом справжньої трансформації та адаптивності Швейцарського стилю є шрифтова гарнітура Helvetica. На прикладі шрифту Helvetica чітко простежується, як принципи швейцарського дизайну трансформувалися роками, щоб відповідати сучасності, працювати на величезну аудиторію та виконувати важливі функції. Але головна ідея в тому, що швейцарський дизайн йде у ногу з часом і не втрачає свої актуальності за рахунок того, що дуже вдало адаптується у сучасних реаліях. Трансформація передбачає підлаштування принципів швейцарського дизайну до нових платформ і засобів масової інформації, що відповідає мінливим потребам комунікації в епоху цифрових технологій. Акцент Швейцарського стилю на чистих лініях, чіткій типографіці та збалансованих композиціях сприяє створенню позачасової естетики. Сучасні дизайнери продовжують черпати натхнення з цих принципів, створюючи візуально привабливі дизайни без зайвих прикрас. У сучасному світі Швейцарський стиль використовується в графічному дизайні при створенні плакатів, етикеток, друкованої реклами, верстки друкованих видань [3].

Швейцарський стиль зберігає актуальність у сучасному графічному дизайні завдяки незмінним принципам ясності, простоти й функціональності. Його адаптивність до цифрових платформ, вплив на брендинг та інші сфери дизайну свідчать про його постійне значення у формуванні візуальної мови сучасного дизайну. Функціональна природа швейцарського дизайну навряд чи зменшиться в найближчому майбутньому завдяки дизайнерам, які працюють над простою естетикою, що охоплює «міжнародний стиль» у своїй сучасній роботі [4, с. 38]. Поєднання Швейцарського стилю з іншими тенденціями дизайну демонструє бажання розвиватися та адаптуватися, зберігаючи незмінні принципи ясності й функціональності. Переосмислюючи та поєднуючи швейцарський дизайн із різноманітними елементами, дизайнери створюють багату та динамічну візуальну мову, яка говорить про складність сучасного дизайну. Це перехрестя стилів не тільки віддає данину вічній спадщині Швейцарської школи, але й просуває її принципи в нові сфери творчих досліджень.

Висновок. Швейцарський стиль, що почався як нейтральний вираз, продовжує еволюціонувати й надихати нові покоління дизайнерів. Як джерело натхнення для дизайнерів та комунікаторів по всьому світу, він продовжує розвиватися і впроваджується у нові області. Дизайн у виконанні швейцарського стилю стає соціально корисним, універсальним і науковим. Від нейтральності, що лежить в його основі, він перетворився на потужний засіб впливу на глядачів і споживачів.

Література:

1. Васильєва С. Швейцарський стиль: прототипи, виникнення та проблема регламенту. Terra Artis, 2021. № 3. С. 94.
2. Швейцарський стиль: точність і функціональність до найдрібніших деталей. URL: <https://welopebrands.com.ua/ua/blogs/style-swiss/> (дата звернення 12.11.23).
3. Швейцарський стиль у графічному дизайні. URL: <https://p1s11.com/blog/11> (дата звернення 05.11.23).
4. Stocker J. Swiss Graphic Design: The Rise of The International Style. Tom Bishop BA (Hons): Linkln School of Art, Design & Architecture Graphic Design, 2013. 44 с.

Інформація про автора

*ДАВИДЕНКО Дар'я Олександрівна, студентка 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна.*

ВІЗАНТІЙСЬКА ЕСТЕТИКА В ХУДОЖНІХ

РОБОТАХ В. ЄРМІЛОВА

Євген ДАНИЛЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Інтерес до візантійської естетики в мистецтві символізму та модернізму на підконтрольних Російській імперії українських територіях був спричинений активною діяльністю археологів та реставраторів протягом ХІХ століття. Починаючи від 1810-х років було досліджено та відновлено середньовічні стінописи кількох київських храмів, збудованих у візантійський період. У 1884 році куратором оздоблювальних робіт у Володимирському соборі, чия архітектура відсилала до форм найдавніших мурованих християнських споруд Києва і створюванго до роковин Хрещення Руси, було призначено дослідника давньоруського мистецтва Адріана Прахова. До оздоблення собору, опріч російських художників, було запрошено й дванадцятьох учнів школи Миколи Мурашка. У цей період над розписами у трапезній церкві Києво-Печерської лаври з учнями М. Мурашка працював й український художник Іван Іжакевич.

На початку ХХ століття київське середньовічне монументальне мистецтво досліджував Михайло Бойчук — художник, який почав розробляти концепцію образотворчого неовізантизму у 1909–1910 роках у Франції і, ставши викладачем спочатку Української академії мистецтва, згодом реорганізованої в Київський художній інститут (на думку дослідника Мирослава Шкандрія, в умовах УАМ та КХІ було сформовано особливі риси українського авангарду), разом з учнями продовжував експериментувати з візантійською естетикою, хоча й, на думку мистецтвознавиці Людмили Соколюк, наприкінці 1910-х років почав рухатися до народного наїву.

Василь Єрмілов, який розпочинав свій творчий шлях у колі художників «Спілки Семи» у Харкові з колишніх студійців Ладіслава Тракала, котрий продовжив напрямом художньо-промислової школи Марії Раєвської-Іванової у місті, перед тим, як звернутися до візантійської естетики, шукав себе у багатьох авангардних стилях і течіях, зокрема, у супрематизмі, створеному в 1915 році Казимиром Малевичем у спробі переосмислити мистецтво іконопису (на думку мистецтвознавця Жана-Клода Маркаде, Малевич «хотів створити свою релігію, супрематичну»). У своєму абстрактному мистецтві Єрмілов також звертається до майже язичницьких релігійних символів (наприклад, як вважає мистецтвознавиця Валентина Маркаде, до культу Сонця, що перегукується із сприйняттям Бога у ранніх християн) у шкідках до розпису поїзда «Червона Україна» (1921).

До візантійської естетики Єрмілов звертається у 1922 році у роботі над етикеткою для цигарок «Українка». Жіночий портрет на зображенні — поворот обличчя у три чверті, специфічний нахил голови, вузький ніс, маленькі уста, широкі зіниці — нагадує лики святих зі стінописів київських соборів ХІ–ХІІ століть. Мистецтвознавиця Тетяна Павлова вважає, що на портрет для етикетки Єрмілова надихнуло зображення янгола у лівій частині мозаїки ХІІ століття на сюжет Євхаристії у Михайлівському Золотоверхому монастирі в Києві. Обізнаність художника у середньовічному мистецтві Руси не дивує, адже в листах до художника Віктора Платонова, що датовані 1960–1967 роками, Єрмілов серед своїх натхненників називає і Теофана Грека — візантійського майстра, учителя Андрія Рубльова, а також щиро захоплюється давньоруськими іконами.

Із формами візантійського малярства В. Єрмілов експериментує також у шкідках до костюмів для нерелігійованої вистави «Лісова пісня» за драмою-феєрією Лесі Українки, створених у 1929 році, яка стала, за формулюванням Т.Павлової, «лебединою піснею в хронописі авангардних звершень» художника». До візантійської естетики в роботі над літературним спадком Лариси Косач-Квітки у 1920–1921 роках уже звертався Анатоль Петрицький (костюми до вистави «У катакомбах» режисера Олександра Загарова, київський Театр ім. Т.Шевченка), де, як вважає дослідниця Ірина Мелешкіна, «архаїчна єгипетська площинність і статична поза перегукуються з роботами бойчуків, хоча до самого Михайла Бойчука <...> Петрицький ставився критично». Але як і неовізантизм М. Бойчука (у школі дереворитників дружини й учениці М.Бойчука Софії Налепінської-Бойчук до «Лісової пісні» у 1929 році також зверталася ілюстраторка Олена Сахновська), знайшовши розвиток у народному найвному мистецтві, відійшов від релігійних сюжетів і був використаний для втілення сучасних художникові тем, так і естетика В. Єрмілова сягнула до синтезу візантійських форм з народним українським костюмом. Чималий вплив на зображення фігур на Єрмілова у шкідках до «Лісової пісні» мало ранньоренесансне мистецтво — найбільше «Primavera» Сандро Боттічеллі (1482) — і західноєвропейське бароко: постави деяких персонажів нагадують позу фігури на картині Дієго Веласкеса «Езоп» (1640). З листів В. Єрмілова до В.Платонова точно відомо, що Єрмілов був ознайомлений з цим Веласкесовим полотном.

На початку 1930-х років, коли починала набирати оберти сталінська репресивна машина, відбувались арешти і розстріли української творчої інтелігенції, закінчилася доба не тільки неовізантійських пошуків, а й експериментів із формою загалом. В. Єрмілов не дожив до відродження пам'яті про школу М. Бойчука і повернення до її напрацювань в період, за словами Л.Соколюк, «інтенсивного відходу від всевладдя станковізму і відновлення прав монументального живопису

в радянському мистецтві в 1970-ті роки», але спроби художника звернутися до старовини, які у 1920-х роках були частиною нового мистецького дискурсу, по його смерті стали одним із важливих свідчень про зростання інтересу до художніх тенденцій початку ХХ століття, до яких зверталися нові генерації українських митців.

Інформація про автора

ДАНИЛЕНКО Євген Олександрович, студент 3-го курсу кафедри теорії і історії мистецтв ХДАДМ

Науковий керівник ЧЕЧИК Валентина Вікторівна, канд. мистецтвознавства, доцент, зав. кафедри ТІМ ХДАДМ.

АЛЬТЕРНАТИВНІ ГРАФЕМИ ШРИФТУ «РУТЕНІЯ»: АМБІЦІЇ НОВОГО АЛФАВІТУ

Анна ДЕМЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Абетка є одним з ключових засобів людської комунікації. Кожен алфавіт має свою власну ідентичність, яка грає важливу роль у сприйнятті інформації. У реаліях сьогодення висунуто багато пропозицій щодо зміни абетки української мови. Наприклад, перехід на латиницю чи повна модернізація української кирилиці зі замінами графем літер. Використання українських графем має потенціал стати ефективним засобом збереження унікальності та самобутності української мовної культури.

Однією з ключових фігур в українській каліграфії та шрифтовому мистецтві є Василь Чебаник – видатний український художник-графік, головним творінням якого став проєкт «Графіка української мови», – ініціатива з відновлення візуального образу літер української мови, заснована на історичних прикладах писемності: півуставу, уставу, скоропису. Метою проєкту є створення зрозумілого образу української мови, представленого кириличною абеткою, що базується на «рутенській абетці». Презентація проєкту відбулася у 2001 році. Наразі шрифт «Рутенія» є найвідомішим українським шрифтом. Хоча автор позначає, що «Рутенія» – це саме абетка, але, фактично, зараз «Рутенія» стала особистим брендом Василя Чебанника [2].

У 2020 році був представлений фільм «Рутенія. Повернення коду нації». На відміну від схвальних відгуків частини глядачів, багато хто розкритикував фільм за антинауковість [2], а особливо професійні дизайнери, історики, журналісти. Графема, покладені в основу шрифту «Рутенія», присутні в різних історичних джерелах: універсалах, українському скорописі та на працях майстрів XX століття. Василем Чебанником були запропоновані зміни щодо 14 графем української абетки, а саме: «Е», «Ж», «З», «К», «Н», «О», «Р», «У», «Ф», «Ц», «Ч», «Щ», «Ю», «Я», при чому існують як більш декоративні варіації, так і максимально, наскільки це можливо, пристосовані до текстового набору, наприклад, гротеск «Rutenia Arial».

Однією з найвиразніших та видозмінених літер у шрифті є «У». В «абетці» Чебанника вона має v-подібну верхню форму й коло знизу. Літера має деякі відмінності у різних накресленнях, від умовно текстового до каліграфічного акцидентного. Напр., в одному з накреслень «у» має вигляд цільного знаку, схоже на каліграфічне написання одним рухом руки, в інших же варіантах літера складена умовно з двох частин. У цьому випадку головним питанням є те, чи буде зручною для читання така графема у тексті та чи буде інту-

їтивно зрозумілою широкому загалу. У великій «У» за рахунок того, що верхня частина більша за нижню, у графемі розпізнається звична оку «У», але у маленькій літері «у», через зміну пропорцій, розпізнати літеру стає значно важче. Через те, що хвіст не винесений до низу, вона стає занадто «темною» на фоні інших, візуально за масою нагадує англійську «g», але на відміну від латиниці, яка у загальному вигляді є більш компактною, в кирилиці при такому варіанті може з'явитися темний вузол посередині слова.

Графема літери «Щ», або «найпатріотичніша» графема шрифту, своєю формою нагадує тризуб. Ідентичні графема можна побачити на історичних відповідниках. Головна особливість – це перенесення нижнього хвоста з правого основного штриху зі здвигом вліво до середнього штриху. Запропонована графема «щ» вирішує проблему з кернінгом, оскільки хвіст з боку не створює додатковий простір.

Зміною, що пропонує автор для графем літери «О» є крапка всередині. Автор зазначає, що це знак родючості. Але, з точки зору дизайну, постають деякі питання. Чи дійсно ця зміна є наскільки кардинальною і необхідною для модернізації української абетки? Наразі рішення лише додає певної декоративності, каліграфічності, але вони є не найкращі для шрифту, що планується застосовувати у повсякденному використанні. Літера була створена на основі глаголичної літери «О», де вона мала окрім всього по крапці зверху і знизу. Українські дизайнери у XX ст. періодично використовували такий прийом, інколи замінюючи крапки на вертикальні штрихи, приклади можна побачити в роботах Г. Нарбути. Але крім цього, така форма не має жодних відповідників в історичній документації.

Висновок. Василь Чебаник пропонує українцям повністю перейти на Рутенію. Серед деяких українців теж можна помітити подібні настрої. Але часто пересічні громадяни не заглиблюються в усі аспекти таких змін, не розуміють проблему переходу й усіх аспектів цього питання. Проблема шрифту полягає у надмірній акцидентності та дещо архаїчному вигляді, навіть коли накреслення максимально пристосовано до текстового набору. Через надмірність елементів сприймати написаний текст досить важко, не всі графема мають історичне підґрунтя. Присутні елементи інтерпретації ідей автора з глаголицею, або ж суто декоративні елементи. Проблемою з точки зору дизайнерського рішення стає і те, що деякі графема є надто статичними, у той час як інші були змінені до більш динамічного варіанту. Скоріш за все, повний перехід на Рутенію є утопічною ідеєю, бо «Рутенія» є нічим іншим, як шрифт.

Література

1. Панашенко В.В. Палеографія українського скоропису II пол. XVII ст. : (на матеріалах Лівобереж. України). Київ: Наук. думка, 1974. 111 с.
2. Садко Є. Навіщо українцям шрифт Рутенія? Rentafont. 2020. URL: <https://rentafont.com.ua/blog/navishcho-ukraintsiam-shryft-rutenia> (дата звернення 23.11.2023)

3. Чебаник В. Графіка української мови. Шрифт Рутенія, Василь Чебаник. URL: <https://abetkarutenia.com.ua/chebanuk/> (дата звернення: 26.11.2023).

Інформація про автора

*ДЕМЕНКО Анна Олександрівна, студентка 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»
Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна.*

ВІД МОДЕРНУ ДО КОНСТРУКТИВІЗМУ: ОБКЛАДИНКИ ВАСИЛЯ КРИЧЕВСЬКОГО ДЛЯ РОМАНУ «МАЙСТЕР КОРАБЛЯ»

Анна ЖИНКІНА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

20-ті роки XX століття відзначились розквітом дизайну книг та обкладинок журналів [1]. Серед основоположників сучасної української книжкової графіки був і Василь Кричевський – художник, архітектор, графік, викладач, твори якого прикрашають понад 80 видань [2]. Він був одним з перших, хто відмовився від звичайних «розповідальних» обкладинок, які часто виглядали як малярські картинки, або образи, які мали небагато спільного з наповненням книги. «Мода на такі обкладинки, часто претенсійні і жахливо-антимистецькі, та на подібні ілюстрації всередині книжок, була заповонила Європу перед кінцем минулого століття», – зазначав В. Павловський [2, с. 151]. В. Кричевський же обирав більш графічний підхід виконання. Він створював книжкові дизайни як суцільний мистецький витвір, в якому всі елементи видання, від обкладинки до форзаца, гармонійно сполучені між собою. В період з 1926 по 1932 рр. Кричевський найбільш активно працював в галузі книжкової графіки та створив понад 40 обкладинок, в тому числі для перших двох видань роману «Майстер корабля» [2]. Його творчі підходи в цей період охоплювали різноманітні стилі, що залежали від характеру книги, так як цей час визначався не лише його власним розвитком, але й змінами у світі мистецтва та культури, в тому числі активним розвитком українського модерну та конструктивізму [1].

Для контексту історії створення обкладинок слід відзначити, що з 1925 р. увагу Кричевського привертає кіно, він співпрацює з кінофабрикою у Києві та Одесі [2]. Саме на Одеській кінофабриці працював і Юрій Яновський. Свій новаторський роман «Майстер Корабля» він написав на основі цього досвіду, а багато його колег стали прототипами для персонажів, в їх числі й Кричевський – прототип персонажа «професор».

Перша обкладинка «Майстер Корабля» (1928) стала одним із зразків використання модерну в творчості Кричевського. Така характерна ознака модерну, як вигнуті та плавні лінії, була застосована майстром для створення абстрактного зображення – обличчя людини, в яке закомпановано силует корабля з вітрилом, – важливий символ роману. Щодо обличчя є декілька припущень: можливо це є просто зображення моряка, на що натякає капелюх. Але трохи жіночні риси дають можливість припустити, що це посилення на одну з героїнь роману Тайах, а можливо це символі-

лічне зображення т.зв. «майстра корабля» – різьбленої дерев'яної фігурки на носі корабля, що уособлює в романі «веселий народ», який створює нову культуру й державність своєї країни.

Окрім цього, стиль модерн проявився і в тому, як гармонійно дизайнер інтегрував шрифт у зображення. На відміну від інших популярних в книжковій графіці прикладів, в роботі Кричевського шрифт активно взаємодіє з ілюстрацією: в капелюсі зображеної людини закомпановано назву роману «Майстер корабля». Шрифт динамічно стилізований, без засічок, цікаво знайдено, як літера «т» ховається в літері «с». У нижній частині обкладинки написано ім'я автора – Юрій Яновський. Як і з назвою, Кричевський не оминає можливості цікаво стилізувати та урізноманітнити напис: літера «р» вписана в «ю», «ь» в «с», літери «и» та «й» об'єднані однією вертикаллю, круглі літери (ю, о, с) набагато ширше інших, що також створює динаміку та певний ритм. Незважаючи на очевидні риси модерну, обкладинка вже відображає поступовий перехід від цього стилю до конструктивізму: на відміну від модерну, зображення вже зовсім абстрактне, позбавлене малюнків та орнаментів. У той час як у модерні зазвичай використовувалась доволі широка колірна гама, побудована на нюансі, Кричевський обмежується лише блакитним для фону, хоч і притаманного модерну відтінку, та чорним для усіх інших елементів.

Обкладинка для другого видання роману (1932 р.) вже відзначається суто конструктивіським підходом, що відображає зміни в тенденціях графічного мистецтва того часу як в творчості самого В. Кричевського, так і в українському дизайні в цілому. Відповідно до цих тенденцій, стилістика обкладинки ще більш абстрактна та геометризована. Колірна палітра типова для конструктивізму: насичені червоний, чорний, блакитний. Дизайнер ще сміливіше та динамічніше використовує шрифт. Назва «Майстер корабля» займає майже весь простір обкладинки. Літери поєднуються між собою, вписуються одна в одну, змінюються розміри, утворюючи бурхливий ритм, який підкреслює пригодницьку динаміку роману. Літера «о» зображена у вигляді маленького червоного кола, також в червоному пофарбовані літери «я» та «е». Літери «о» та «я» стилізовані під геометричні форми. Найцікавішим є те, як Василь Кричевський вписав символіку корабля в цей шрифт: біля вертикалі літери «т» закомпановано біле півколо, так само білим заповнено півколо літери «р», що створює асоціацію з вітрилами. Велика прямокутна плашка блакитного кольору символізує небо.

Висновок: Обкладинки Василя Кричевського для роману «Майстер Корабля» – це унікальні витвори книжкової графіки XX сторіччя. На відміну від попередників, Кричевський використовує новаторські підходи до дизайну, зокрема пов'язує графічне рішення обкладинки з основними символами роману та його мариністичною тематикою. До того ж він активно користується різними сучасними стилями, обираючи ті

їх риси, що найкраще допоможуть відобразити ідеї роману. Завдяки цьому роботи дизайнера відображають перехід від стилю модерн до конструктивізму: як плавні лінії змінюються на більш геометричні, як передача символів стає ще більш абстрактною. Ритмічний шрифт виходить на перший план і майже витісняє ілюстративність, а колірна палітра обмежується яскравими й насиченими кольорами, притаманними конструктивізму. Таким чином згадані обкладинки Василя Кричевського відображають культурні зміни того часу.

Література

1. Лагутенко О. Graphiein. Графіки: нариси з історії української графіки ХХ століття. Київ: Грані-Т, 2007. 168 с.
2. Павловський В.М. Василь Григорович Кричевський: життя і творчість. Нью-Йорк: Українська вільна академія наук, 1974. 313 с.

Інформація про автора

ЖИНКІНА Анна Дмитрівна, студентка 4 курсу ОПП «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. СБІНСВА Надія Федорівна.

ВАЛЕНТИН ТКАЧЕНКО ТА ЙОГО УКРАЇНСЬКИЙ ШРИФТ «МАК»

Анна ЖУК

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Сучасний український шрифтовий дизайн відображає культурну специфіку та історичний контекст країни. Він є символом збереження та підтримки національної самосвідомості, а також сприяє зацікавленості аудиторії та позитивному сприйняттю української мови та культури. Розвиток шрифтового дизайну українських дизайнерів відбувається в контексті глобалізації, де сучасні техніки та стилі впливаються в традиційні українські елементи, створюючи неймовірно цікаві та виразні роботи.

Валентин Ткаченко є видатним українським шрифтовим дизайнером і майстром графічного мистецтва, чий талант і винахідливість отримали визнання на міжнародному рівні. Він відомий своїми шрифтами, які відрізняються вишуканістю та витонченістю, а його творчість перетворює звичайні слова в справжні мистецькі шедеври. Він відомий своїм оригінальним підходом, що поєднує класичні українські мотиви з інноваційними елементами, що сприяє створенню унікальних шрифтів та дизайнерських рішень. Крім того, Ткаченко здобув популярність завдяки співпраці з видавництвами, створюючи обкладинки та ілюстрації. Його участь у рекламних проєктах та співпраця з рекламними агентствами допомагають створювати графічний контент, який захоплює та привертає увагу глядачів.

Шрифт «Мак», розроблений Валентином Ткаченком, є відомим символом українського шрифтового дизайну. Завдяки своїй унікальності та різноманітності, він швидко завоював популярність серед користувачів, ставши переважним вибором для творчих проєктів та графічних робіт. Розробка цього шрифту почалася на курсі від Projector Institute, що ставило своєю метою надання якісної освіти для підготовки фахівців майбутнього. В цьому контексті внесок Ткаченка в розвиток шрифтового дизайну є важливим кроком у популяризації українського дизайну та мистецтва у світі.

Шрифт «Мак» не лише є втіленням його вміння у шрифтовому дизайні, але і становить результат його глибокого захоплення українською музичною сценою. Валентин Ткаченко відчуває особливу прив'язаність до сучасних українських музичних виконавців, таких як Onuka, Yuko, Аліна Паш, Khayat, Dakha Braha, які поєднують сучасні тенденції з українською етнічною спадщиною. Саме цей шрифт був натхненний треком YUKO – Mak та старими формами українських літер, які використовувалися для створення сучасного акцидентного шрифту. Він дозволяє експериментува-

ти з формами та символами, поєднуючи історію та новаторські ідеї. Вони відображають багатогранність української музичної культури та додають сучасні елементи до традиційних звучань. Для Ткаченка ця музика стала не лише джерелом натхнення, але й ключовим фактором у створенні шрифту «Мак», який віддзеркалює дух і естетику української музики через кожен літеру і символ.

Його шрифт – це втілення українського характеру у світі дизайну та письма. Якщо зосередитись на його характеристиках, то це акцидентний шрифт, спеціально створений для набору малих друкарських форм, таких як дипломи, оголошення та етикетки, що забезпечує ефектність та читабельність. Виразний контраст і вишукані форми роблять цей шрифт ідеальним вибором для створення плакатів, де кожен символ має власну силуетну грацію. Асиметричність та неординарність шрифту роблять його запам'ятовуваним, а використання експериментальних форм українських історичних літер надає йому унікальний стиль.

Шрифт «Мак» відноситься до групи стрічкової антикви та є контрастним шрифтом без серифів. Його особливість полягає у використанні округлих точок входу часток у вертикальні штрихи, що додає йому виразності. Різні елементи шрифту, такі як трикутна форма літер «А» і «п», хвіст посередині в «и» і «w», роблять його унікальним. «Мак» може застосовуватися в різних контекстах і темах, що робить його надзвичайно універсальним. Унікальність та стильність шрифту Мак роблять його ідеальним інструментом для привертання уваги та створення запам'ятовуючих заголовків. Він додає характеру та виразності будь-якому дизайну і допомагає вирізнятися серед конкуренції.

Шрифт «Мак» отримав значне оновлення у 2021 році, коли дизайнер Валентин Ткаченко додав до нього різноманітні варіативні накреслення. Це покращення підвищило якість та унікальність шрифту, розширивши його можливості для дизайнерів. Нові варіації накреслень стали ключовим фактором у вдосконаленні шрифту, роблячи його більш гнучким та функціональним. Підтримка всіх мов на основі латиниці та європейської кирилиці розширила його застосування в різних мовних середовищах.

«Мак» також входить до проєкту «Шрифтова абетка української ідентичності». В цьому проєкті кожна літера шрифту присвячена конкретному символу, який відіграв важливу роль у розвитку України. Шрифт «Мак» займає своє місце в абетці, представлений на сайті проєкту, під літерою «Ц», що символізує Квітку Цісик – відому українську співачку та популяризаторку української музики в США та серед української діаспори.

Висновок. У результаті дослідження ролі шрифтів у сучасному дизайні стає очевидним важливий внесок українських дизайнерів, зокрема Валентина Ткаченка, у розвиток українського шрифтового дизайну. Його шрифт «Мак» вражає оригінальністю та креативністю, ставши важливим

мистецьким виразом національної ідентичності. Розвиток цієї галузі відкриває нові можливості для творчих пошуків та підтримки культурної спадщини, стимулюючи вивчення та популяризацію української мови та літератури в світі. Зусилля дизайнерів сприяють не лише розвитку мистецтва, але й утвердженню України на світовій арені та збереженню її культурної спадщини.

Література

1. Іваненко Т. О. Шрифтовий дизайн. Харків: Основи, 2019. 10 с.
2. Шпікерманн Е. Про шрифт. USA: Adobe Press, 2014. 21 с.

3. Шрифтова абетка української ідентичності: Квітка Цісик. URL:<https://abetka.ua.com/kvitka-czisk/> (дата звернення: 10.02.2024).

Інформація про автора

ЖУК Анна Володимирівна, студентка 4 курсу ОПШ «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. СБІТНЄВА Надія Федорівна.

АЛАН ФЛЕТЧЕР ТА ЙОГО КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ДИЗАЙН

Олександра ЗАГРЕБЕЛЬНА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

У світі графічного дизайну імена великих майстрів відзначаються з великою повагою. Одним із визнаних геніїв графічного дизайну Великої Британії є Алан Флетчер. Його внесок у розвиток дизайну є джерелом натхнення для багатьох сучасних фахівців і безперечно буде цікавим для майбутніх поколінь. Дослідження його творчості не тільки відкриває двері в минуле відомого дизайнера, а й надає можливість переосмислити та застосувати його ідеї в контексті поточних викликів та можливостей у графічному дизайні сьогодення.

Алан Флетчер народився 1931 року в Кенії. Після смерті батька у віці п'яти років з матір'ю та бабусею він повернувся до Англії. Захоплення малюванням хлопчик виявив ще в ранньому дитинстві, що у подальшому визначило весь його життєвий шлях. З 1949 року дизайнер вивчався в передових школах свого часу, досліджував мистецьку сцену Лондона, у той же період познайомився з майбутніми партнерами, серед яких були Колін Форбс і Тео Кросбі. Це знайомство та їхні спільні зусилля визначили подальші професійні досягнення в галузі графічного дизайну.

Алан Флетчер підходить до своєї творчості як до виразу власної місії та філософії, зосереджуючись на пошуку ідей та креативності. У період соціалістичних 1950-х років, коли можливості дизайну були обмеженими, це не стримувало його, а навпаки, надихало. Як казав про це в інтерв'ю сам Алан Флетчер: «Це була євангельська місія, не обов'язково принести дизайн до Британії, а займатися дизайном. Роботи було небагато, ви були б божевільні, коли б стали дизайнером, якби не захоплювалися цим. З Центральної школи я пішов до Королівського коледжу мистецтв, де мені вдалося отримати стипендію в Слі. Британія була дуже сірим, нудним місцем, а Америка, судячи з того, що я бачив у фільмах, була яскравими вогнями, Манхеттен, Кері Грантом і Доріс Дей» [2, с. 2]. Варто додати, що не зважаючи на серйозний вплив Баухаузу, Флетчер відзначався індивідуальним підходом до модернізму. Він створював своєрідні, барвисті та грайливі роботи, об'єднуючи європейську традицію з новою поп-культурою.

Говорячи про ставлення Алана Флетчера до дизайну, не можна не згадати про його комунікацію з клієнтами та його ставлення до функцій дизайну. В одному із інтерв'ю для Ріка Пойнора дизайнер розповідав, що відноситься до клієнтів як до сировини, яку треба використовувати для втілення своїх ідей. Він визначає свій підхід як спробу вирішити проблеми клієнтів, але

при цьому користувався можливістю знайти той додатковий поворот, який додає магії. Наприклад, розробляючи плакати для IBM, він створив плакатну серію, що інтерпретує слово «мистецтво», як воно визначено автором або художником, і поставив рядок про картини з 6 пунктів у нижній частині плакатів. Якби дизайнер слідував тільки за брифом замовників, вони мали б простий плакат, що висить в офісі на стіні.

Говорячи про Алана Флетчера, варто згадати про логотипи цього дизайнера, одним із перших серед яких був «Reuters». Логотип являє собою сітку з 84 крапок, що утворюють назву компанії [2, с. 27]. На цю ідею його надихнула телеграфічна стрічка машин, що використовувалися тоді для передання міжнародних новин. Цей символ став унікальним ідентифікаційним знаком для компанії, виражаючи динаміку та інновації. Незважаючи на те, що з часів його створення пройшло тридцять років, цей проект залишається актуальним та ілюструє важливість унікального, вдало знайденого символу, який концентрує суть організації, яку він представляє.

Також однією із видатних робіт Алана Флетчера є логотип «V&A» (1989 р.), який став невід'ємною частиною ідентичності Музею Вікторії та Альберта. Цей логотип є одним із найбільш визнаних і пам'ятних творів Флетчера та здобув широку популярність серед публіки. Логотип є одним із найвідоміших прикладів дизайну XX століття, використовується на плакатах, обкладинках та інших носіях. Щоб відобразити статус та передати характер установи, було потрібно створити логотип, який миттєво асоціювався б саме з музеєм. Дизайн вийшов дуже простий, але ефективний у своєму призначенні. Флетчер використав ініціали монархів, V і A, втворені шрифтом Bodoni [1], який був розроблений Джанбатісто Бодоні двісті років тому. Варто зауважити, що вдало підібраний шрифт надає ту саму вишуканість, яку відображає образ музею. Видаливши одну з «ніжок» літери «A», щоб додати знаку компактності й оригінальності, дизайнер створив унікальний логотип. Літери знаку вдало поєднують історичність і сучасність, виражаючи при цьому елегантність та унікальність музею. Логотип є ефективним не лише як візуальна марка музею, але й як символ його статусу та культурного внеску. Його широке використання в рекламних кампаніях та інформаційних матеріалах музею Вікторії та Альберта свідчить про успішність цього дизайну.

Висновок. Внесок Алана Флетчера у графічний дизайн Великої Британії визначив нові дизайнерські стандарти в Європі та по всьому світу. Протягом кар'єри він створив плакати та логотипи, які залишили яскравий слід в історії графічного дизайну. Поза створенням комерційних дизайнів, Флетчер вражає своєю творчістю у власних проєктах та колабораціях. Він був експериментатором, який використовував різноманітні графічні прийоми та комунікаційні техніки, вносячи своєрідність у світ дизайну. Алан Флетчер – це визнаний геній, чия спадщина впливає на сучасний графіч-

ний дизайн і залишається джерелом натхнення для нового покоління творців.

Література

1. Domus. URL: <https://www.domusweb.it/en/biographies/alan-fletcher.htm> (дата звернення: 15.11.2023).
2. Даниленко Л. Дизайн-студії Лондона: «Вольф Олінз», «Мінале Таттерсфілд», «Флетчер Форбс Джилл». Їхнє значення для розвитку графічного дизайну на Британських островах. *СА*. 2021, № 6. С. 21-34.
3. Фрачетті В. Моменти. URL: <https://www.designverso.it/images/2017-18/fletcher.pdf> (дата звернення: 15.11.2023).

Інформація про автора

*ЗАГРЕБЕЛЬНА Олександра Русланівна, студентка
4 курсу ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна*

ОЛЕКСАНДР ГРЕХОВ:

ВНЕСОК У ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН

Валерія ЗЕМЛЯНКА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

На тлі сучасних подій, пов'язаних з російсько-українською війною та загостренням питання ідентичності, творчість Олександра Грехова набуває особливої актуальності. В його творах переплітаються естетика й сучасні реалії, що дозволяє нам подивитись на світ через призму мистецтва. Унікальний стиль та відображення сучасності роблять його твори важливими для розуміння графічного дизайну у контексті поточних політичних і соціокультурних подій. Олександр Грехов народився 25 серпня 1983 року в м. Потсдам, Німеччина. Після року служби батька у Німеччині переїхав до Києва, де закінчив КПІ за спеціальністю телекомунікації та інформаційна безпека [1]. Працював у IT сфері, але з 2017 року займається створенням ілюстрацій, співпрацює з різними мистецькими установами й фондами, також є засновником бренду «Unicorn & Wine» [2].

Освіта та оточення сформували творчий світ Олександра Грехова, впливаючи на його вибір тем, стилю та підходів до ілюстрацій. Він відзначає важливість вивчення американської культури як стимулу для творчого експерименту та надає значення менторству, зокрема, прикладу Сергія Майдукова, стосовно якого О. Грехов зазначає, що «у нього чудовий стиль, і він друкується в західних виданнях. Він дуже затребуваний і виділяється серед усіх наших сучасних ілюстраторів» [1]. Звернення до української класики дало О. Грехову новий погляд на ці твори та дало натхнення для його ілюстрацій [3]. Саме цей фактор відіграє неабияку роль у творчості дизайнера, роблячи його ілюстрації виразними та багатогранними, а його діяльність – унікальною в контексті сучасного українського ілюстрування.

Роботи Олександра Грехова відзначаються низкою самобутніх якостей. Ключовою рисою є використання прийомів «наївного мистецтва», який робить його роботи доступними для розуміння. Також Грехов застосовує яскраві кольори, створюючи емоційно насичені композиції, за рахунок чого вони стають привабливими й життєрадісними. Він осучаснює класичні образи та розглядає соціальні проблеми через призму свого таланту ілюстратора, що робить його творчість важливою для сучасного мистецтва.

Олександр Грехов використовує широкий спектр матеріалів і прийомів у своїх графічних роботах, проявляючи технічну майстерність та оригінальність. Основна його спеціалізація – створення ілюстрацій для різноманітних інфоприводів, а також викладення складних ідей через графічні зображення, що дає змогу зрозуміти їх глядачеві. Грехов зазначає: «Завжди все в моїй голові, а вже потім на екрані телефону» [3]. Також однією з ха-

рактерних рис його ілюстрацій є те що він використовує шовкотрафаретний друк, що надає його роботам унікальної текстури та характеру, роблячи їх графічними й виразними, а головне – виділяє його серед інших дизайнерів.

Виставка «Квантовий стрибок Шевченка. Метро» на станції метро Тараса Шевченка стала важливим контекстом для розуміння тематики й сюжетних характеристик творів Олександра Грехова. Представлені різноманітні інтерпретації образу поета відображають креативність і сміливість дизайнера у сполученні культурних асоціацій. Ці зображення, такі як Шевченко в образі Джона Ленона, Термінатора або Статуї Свободи, переосмислюють його роль та актуальність в сучасному світі, спонукаючи глядачів до нових роздумів. Також ілюстрації Грехова, зокрема ті, які створені під час війни, відображають настрої та почуття українців у важливий історичний момент, роблячи його внесок у відзначення та відстоювання національної ідентичності та свободи в умовах воєнного конфлікту.

Виходячи з аналізу творчості Олександра Грехова, можна виділити кілька ключових аспектів, які впливають на його графічні твори: це виразність та емоційна насиченість робіт, використання сильних символів і закликів, застосування прийомів «наївного мистецтва» для відображення актуальних тем і подій. Під час створення своїх робіт Грехов використовує різні техніки, включаючи шовкографію. Це може слугувати прикладом для інших графічних дизайнерів у розширенні їхнього арсеналу технік та підходів.

Висновок. Творчість українського ілюстратора Олександра Грехова відзначається оригінальністю та глибоким соціальним змістом. Майстер вписує в свої роботи власні емоції та погляди, відтворює актуальні теми й сюжети, особливо в контексті воєнних подій. Його візуально прості, але насичені сенсом композиції здатні ефективно спілкуватися з глядачем за рахунок застосування прийомів «наївного мистецтва», а використання різних технік, таких як шовкографія, робить його творчість самобутньою. Грехов втілює не лише художній талант, а й глибоке розуміння соціальних та культурних аспектів, що робить його помітним серед інших фахівців графічного дизайну.

Література

1. NA NI BA. 1 сезон. Олександр Грехов — ілюстратор. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=70KVm9GU5Oc> (дата звернення 25.02.2024).
2. Грехов Олександр. URL: <http://grynyov.art/artist/grehov-oleksandr> (дата звернення 25.02.2024).
3. Хемій М. Художник Олександр Грехов: «Не треба консервувати людей у їхніх епохах». 2021. URL: <https://tyktor.media/portret/oleksandr-hrehov/> (дата звернення 25.02.2024).

Інформація про автора

ЗЕМЛЯНКА Валерія Віталіївна, студентка 4 курсу ОПП «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. СБІТНЄВА Надія Федорівна

АРТТЕРАПІЯ ЯК ЗАСІБ ПОЛЕГШЕННЯ САМОПОЧУТТЯ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ДЛЯ МІГРУЮЧИХ ОСІБ, ЩО ПЕРЕЖИВАЮТЬ ДЕПРИВАЦІЮ

Марія ІВАЩЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Актуальність питання підтверджується статистичними даними Управління Верховного комісара ООН з питань біженців (УВКБ ООН), за якими на середину лютого 2024 року за кордонами України перебувало 6,479 млн біженців. Лівова частка з них – понад 6 млн – перебувають у Європі, при цьому тимчасовий захист там отримали 5,809 млн українців. За даними уряду, в Україні на той же час нараховувалось майже п'ять млн внутрішньо переміщених осіб. [1]

Такі цифри свідчать про масштабність та загрозові наслідки міграційних криз у контексті психічного благополуччя та соціального впливу на мігрантську спільноту. Враховуючи, що психологічна депривація та стрес, пов'язаний з пошуком нового місця проживання та ідентичності, є розповсюдженими явищами серед мігрантських осіб, адаптаційні стратегії, які забезпечуються арттерапією, набувають ключового значення.

Стабільність та почуття безпеки відносяться до основних потреб звичайної людини, втрата яких призводить до відчуття спустошення та розбитості, що відчужають більшість людей, які були вимушені змінити місце проживання. Цей стан пов'язаний з адаптацією, яку потрібно проходити, в незалежності від проміжку часу або відстані, що прийшлося подолати, щоб здобути відчуття безпеки. В той же час такий період пристосування до нових умов часто супроводжується тривогою через відчуття втрати контролю над власним життям, що може викликати почуття безпам'ятності, що особливо впливає на дорослих людей. Відчуття самотності, яке було вибудовано кропітким трудом, може бути швидко зруйновано при зіткненні з новим оточенням, де людині буквально з самого початку потрібно влаштувати власне життя.

Пошук почуття полегшення від відчуттів, що накопичилися, в якійсь мірі катарсису, спонукає людей, що були вимушені змінити місце проживання, вибудовувати нове оточення з людей, що мають схожі інтереси, бо це дає змогу проживати кризові стани разом. Створення артпростору, у якому люди мають свободу поділитися своїми думками та почуттями, зустріти підтримку, а потім виплеснути свої почуття у творчість може стати простором, знаходячись у якому людина буде почуватися потрібною, важливою у колі однодумців. А це є базовою потребою кожної людини

і саме тому сприяє полегшенню адаптації, а оскільки комунікативні навички є важливим фактором вибудови соціального оточення, важливо різносторонньо сприяти їх розвитку.

Арттерапевтичні групи є гарним прикладом середовища, яке сприяє віднайденню власного місця у новому просторі, через вербалізацію прожитих почуттів. Оскільки арттерапія є пластичним та новітнім засобом, вона може бути успішно інтегрована та адаптована для будь-якого віку та доступна будь-кому. Через мистецтво, музику, театр чи малюнок людина може знаходити шлях до самопізнання у безпечному просторі, що сприяє відновленню внутрішнього емоційного балансу.

Арттерапевтичні групи мають бути створені як нейтральне середовище, де недопустимим є наява оцінюючих суджень та критизація роботи. Безумовно для людини є важливим почуття безпечного простору для висловлення власних почуттів. У арттерапевтичному просторі доцільним є відслідковування феноменів, що виникають, фокусування на відчуттях, що виникають, та відслідковування моментів, що затрунули під час арттерапевтичного процесу.

Перед проведенням будь-якого арттерапевтичного процесу важливо визначити настрій та модальність, в якій знаходиться група. Це можна зробити, задаючи людям запитання, в якому настрої вони перебувають, що з ними зараз відбувається та що вони помічають навколо.

Прикладом арттерапевтичної техніки, що може бути використана у групі для полегшення пригніченого стану людини може бути ізотерапія. Це є ефективним засобом наповнення життя яскравими моментами та отримання відчуття психологічної рівноваги, оскільки вона сприяє гармонійному розвитку самоконтролю у важких ситуаціях. При цьому не є важливим рівень навичок чи що саме буде малювати людина, важливим є саме відслідковування почуттів, що виникають у творчому процесі.

Сам процес буде викликати активацію творчого потенціалу, оскільки в процесі роботи людина буде спонтанно виражати свої думки та почуття в креативній образній формі.

Після проведення будь-якої арттерапевтичної сесії чи використання арттерапевтичної методики важливо привернути увагу людини до власних відчуттів, запитуючи «Що вас тронуло чи здивувало в процесі?». Це спонукає аналізувати та налагоджувати зв'язок зі своїм станом. «Що ви візьмете з собою після техніки в реальне життя?». Цим питанням будеться зв'язок реального життя із тим творчим процесом, що відбувався у арттерапевтичному просторі. У рамках цього процесу людина може записати свої думки, повісити намальоване собі на стіну, поставити на полицю чи просто побути зі своїми почуттями наодинці. Така дія, яка буде в подальшому нагадувати людині про пережите в креативному середовищі.

Отже, завдяки використанню мистецтва, музики, театру та інших творчих методик, учасники таких арт-терапевтичних сесій можуть отримувати можливість висловити свої почуття та досвід шляхом творчості, «вивільнити витісненні емоції, отримати задоволення від самого процесу творчості, що сприяє процесам усвідомлення й адекватної оцінки своїх почуттів, сподівань, переживань; ... бути творцем свого життя та будувати нові життєві стратегії та моделі поведінки», що сприяє внутрішньому зціленню та адаптації до нового соціального оточення, «мобілізації внутрішніх механізмів саморегуляції й зцілення», як наслідок, подоланню почуття депривації. [2]

Список використаних джерел:

1. Війна у цифрах: як за останній рік змінилися Україна та українці. веб-сайт. URL: Інтернет-джерело. <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cv28871qdv8o.amp>
2. Вознесенська Олена Арт-терапія в роботі з вимушеними переселенцями. Простір арт-терапії. Збірник наукових праць. Вип.2(18). 2015

Інформація про автора

ІВАЩЕНКО Марія Олександрівна, студентка 1 курсу СВО: Магістр ОПП: «Арт-терапія та комунікативні практики» ХДАДМ

Науковий керівник: к. педагог. н., доцент каф. ПУІФ ХДАДМ ГОВОРУН Алла Валентинівна

СПАДКОЄМЕЦЬ ХАРКІВСЬКОГО АВАНГАРДУ:

ЄВГЕН СВІТЛИЧНИЙ – ЖИВОПИС, ГРАФІКА, ДИЗАЙН

Наталія ІГНАТЬЄВА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Минуле століття в мистецькому житті Харкова було пронизане новаторськими течіями – постімпресіонізму, конструктивізму, кубізму, функціоналізму, футуризму. Місто притягувало, акумулювало в свій культурний контекст прокладачів нових шляхів, порушників традицій та кордонів усталених форм та існуючих жанрів. Провідники ідей авангардної естетики в першій третині ХХ століття – Микола Міщенко, Борис Косарев, Марія Синякова, Олександр Гладков, інш., та ключова особистість харківського авангарду Василь Єрмілов – були художниками та дизайнерами, творцями та конструкторами нового простору міста та предметного середовища, нового простору мистецького мислення.

Харківські авангардисти не стали на той час опозиційними до влади, авангард був потужно використаний державою з певною політичною метою, а згодом нова естетика, вільний та незалежний художній рух став ворожим для політичного режиму. Митцям довелося затаїтися, але не скоритися і зберегти оригінальні концепції і живий подих вільної творчості.

Виплавлений з традицій європейського модерну, оригінальних рис української національної культури, з духовності та раціональності [1, с. 138-139], харківський авангард пройшов складний шлях від конструктивізму початку століття до неонконформістського мистецтва його останніх десятиліть, і вистояв саме тому, що концептуальні прориви та новаторські осяяння авангардного мистецтва «першої хвилі», які були збережені видатними творцями, були подовжені у 60-ті роки в харківському мистецькому андеграунді, стали поштовхом до розвитку інноваційних, сміливих, яскравих векторів в мистецтві художників 70-х – 80-х років, які, в свою чергу, передали «естафету новаторства» творцям «нової хвилі» 2000-х.

«У Харкові 1970 – 80-х років існувало декілька знакових художників, які склали вузьке коло, де творилися зміни і трансформації мистецької мови (у напрямку поєднання сучасних західних моделей і досвіду раннього українського авангарду), що відгукувались на всьому мистецькому просторі Харкова» [2, с. 354]. Спадкоємці харківського авангарду, що створювали новаторські творчі парадигми, які не вкладалися у регламентовані рамки соцреалізму, – Віталій Куликов, Віталій Ленчін, Віктор Гонтаров, Володимир Ненадо – в останню третину століття подовжили модерністську лінію в мистецтві. Серед творців, які нале-

жать до авангардного харківського руху цього періоду, об'єктом пильної уваги мистецтвознавців, професіоналів та публіки є художник Євген Світличний.

Неонконформізм був властивий художнику ще з років навчання, ця внутрішня свобода, небажання вписуватися в рамки офіціозу, підлаштовуватися під загальний «стрим», нехтуючи своїми моральними принципами та жагою справедливості, притаманна йому впродовж всього творчого життя. Провідна українська тема, що органічно об'єднана з принципами європейського авангарду, підіймає твори Світличного над визначенням стилю contemporary, до якого іноді їх відносять. Саме глибоке національне самовідчуття художника, що є підґрунтям його полотен та всієї знакової та сенсової системи творчості, визначає неонконформізм митця безсумнівно таким, що належить до авангардного українського руху, а тому – до значних явищ світової культури авангарду. [3, с. 35].

Яскраво позначені в картинах майстра риси експресіонізму, а саме – спорідненість з принципами художників німецького експресіонізму, які інтуїтивно пророкували всесвітні катастрофи початку ХХ сторіччя. Риси німецького експресіонізму вгадуються в характерному, впізнаваному творчому почерку Євгена Світличного: навмисне спрощення рисунку, що зводить його до певного знаку, свідоме викривлення форми, певне сплюснення та контрастні сяючі кольори, що створюють природний ментальний та зображувальний зв'язок з ранньохристиянською монументальною сакральністю, широкі мазки та складна, але чітка ритмічна структура полотен, напружене емоційне навантаження зображень.

Ознаки творів Євгена Світличного – емоційний композиційний рух, загальнолюдська духовна наповненість, полісемантичність сенсів та сакральних знаків, самотність та неповторність образів, в своїй експресії відчинених глядачеві максимально та відверто. Гострі, навіть незграбні, іноді «зламани», силуети, лякаючі обличчя людей та тварин, пристрасні ритми тіл, рук, ніг, відверті фарби, – вочевидь, за допомогою зображення цього містичного світу, амбівалентних мотивів та знаків, магії архаїчних образів – всього «інструментального арсеналу» експресіонізму – художник демонструє свій світогляд, часом трагічний, часом сповнений надії, свій емоціональний стан, який відкривається глядачеві, захоплює його, залучає до відчуття глибини психологічної драми автора, людства, світу, до духовної енергії, створеною рукою, почуттям, думкою майстра.

Творча манера художника виходить за межі окремих технік та видів мистецтва, вона є синтетичною: в ній – експресія драматичної театральності, потужність монументального мистецтва, таємниця сакральної символіки – з'єдналися з креативністю дизайну. Світличний зазвичай не створює окремі полотна, його художні проекти – це завжди події, серії, «живописні книги», «графічні епоси», сповнені наскрізною думкою, провідною ідеєю, що спрямовані на здійснення

пронизливої емоції, незабутнього враження. Художник свідомо досягає цього за допомогою дизайнерських засобів: експериментів з простором, світлом, звуком, взаємозв'язок яких створює зрозумілий контекст, єдину художню «тканину», в якій кожний елемент розкривається як частина великого задуму.

Над ідеєю експозиції виставки «20 картин», що відбувалась в Харкові, в ЄрміловЦентрі, в 2014 році, поряд з Євгеном Світличним працювали скульптор Іван Світличний та арт-група «Sviter» (Макс Роботов і Валерія Полянскова). Разом вони створили вражаючий, оригінальний твір, в якому живопис та дизайн невід'ємні, органічні, споріднені елементи. Кожне живописне полотно освітлювалось окремими променями, що створювало надзвичайний ефект привернення уваги та створення чарівного кольорово-світлового простору – відчуття паріння картин, що світяться ніби зсередини, в темному просторі. З акустичних систем лунала музика, яка відчувалась, як природне «звучання живопису». Виставка сприймалась як цілісний, стильний та складний в своїй несподіваності загадковий простір, не як набір поступово розташованих картин, а як єдиний художній «організм», що дихає, змінюється з кожним кроком, переливається фарбами, магнічним світлом, звуком, масою, об'ємом.

Виставки «Великий Перевіз» (Київ, Музей Івана Гончара, 2017 рік) та «Бабаї: малярські міфологеми» (Харків, ЄрміловЦентр, 2019 рік) були задумані Євгеном Світличним як монументальні горизонтальні ряди суцільного живопису, в яких побутові, архаїчні сюжети, завдяки підкресленню величому дизайнерському експозиційному задуму, розкрились як ілюстрації до майже біблейських притч.

Спільний проект Євгена Світличного та Володимира Шапошникова «Це коло ти залишиш» (Київ, Національний Художній Музей України, 2020 рік), сама назва якого звучить як заклик залишити коло художніх, політичних, соціальних обмежень, був організований як смілива дизайнерська подія за допомогою

Івана Світличного. Живописні полотна були відділені, «визволені» від «полону» стін виставочних просторів, вони височіли в повітрі під стелею, оточували глядача, як оживі творіння, – сильні, самостійні, величезні (деякі полотна висотою до 4 метрів) античні та християнські образи, що несподівано відійшли від своїх звичних місць та спілкувалися з глядачем в тактильній близькості.

Новітні проекти Євгена Світличного, які він створив в 2022 та 2023 році та створює наразі в Ірландії («Баррен – українські хроніки 2022», «Баррен – українські хроніки. Частина II», «Баррен – українські хроніки. Частина III», «Континуум. Бестіарій») є органічними «сплавами» естетики експресіонізму, української духовної традиції та потужного експозиційного дизайну, що дозволило донести до серця європейського глядача панораму трагедії війни в Україні.

Безумовно, Євген Світличний є спадкоємцем авангардистів «першої хвилі», творцем, що належить до спільноти харківських авангардистів, які в 70-ті – 80-ті роки не дали перерватися руху новаторського мистецтва, він є майстром, який і сьогодні знаходить оригінальні, самобутні шляхи, створює власні художні концепції, об'єднавши принципи західного авангарду, духовну самобутність авангарду українського та передові і оригінальні інструменти сучасного дизайну.

Література

1. Столярчук Н.М. Український авангард ХХ століття: навч. посіб. Луцьк, Вежа-Друк, 2015. 180 с.
2. Павлова Т.В. Авангард в образотворчому мистецтві Харкова ХХ століття: дис. ... доктора мистецтвознавства: 17.00.05. Львів, 2018. 638 с.
3. Смирна Л.В. Століття нонконформізму в українському візуальному мистецтві : монографія. Київ : «Фенікс», 2017. 480 с.

Інформація про автора

ІГНАТЬЄВА Наталія Вікторівна, кандидат архітектури, доцент, кафедра візуальних практик

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН NIKE

ТА ЙОГО ВІЗУАЛЬНА СИЛА

Ярослав КАМІНСЬКИЙ

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Зараз неможливо переоцінити важливість візуальної ідентифікації для успішного просування брендів, особливо в контексті популярності та впізнаваності. Одним з найвідоміших і вагомих за культурним впливом знаком є галочка «Swoosh» – знак бренду Nike. Це не просто зображення – це іконічний елемент, що асоціюється з активністю, спортом і досягненням. Він став візитівкою компанії, виражаючи філософію та цінності бренду.

У 1971 році, коли компанія перейменувалася з BRS на Nike, вона презентувала новий знак, який став відомий як Swoosh [1]. Цей крок вперед у простоті та пізнаваності став вирішальним для бренду. Новий знак мав стилізовану форму галочки, яка вражає динамікою та енергією. Розроблений Каролін Девідсон у 1971 році, цей знак здобув світову відомість, хоча на початку Філу Найту, співзасновнику Nike, він не сподобався. Незважаючи на початкові застереження Найта, знак Swoosh став культовим символом бренду Nike. «Ну, мені це не подобається, – сказав тоді Філ Найт, – але, можливо, це мені приросте» [1].

Для створення знаку Swoosh Каролін Девідсон було доручено створити символ руху, який відрізнявся би серед конкурентів, зокрема Adidas, – одного з найлюбленіших брендів Найта [1]. Це було важке завдання, але Девідсон вдало впоралася з ним, витративши, за деякими даними 17,5 годин на розробку. Філ Найт висловив подяку Девідсон за її роботу, винагородивши її відповідно до узгодженої заробітної плати в 35 доларів [2]. Цей знак став радикальним відхиленням від традиційних знаків, які використовувалися у той час на ринку. Він представляв собою єдину криву лінію, яка символізувала швидкість і рух, додавши велику дозу динаміки до візуального образу бренду. Swoosh дозволяє Nike легко вписуватися в дизайн різноманітних виробів і рекламних матеріалів, а його універсальність займає важливе місце у створенні стійкої та впізнаваної марки. Він успішно передає відчуття руху, енергії та швидкості, що відрізняє бренд серед конкурентів та вказує на спортивний характер його продукції.

Цікаво проаналізувати й еволюцію накреслення Swoosh від його створення 1971 року до символічного зображення у 1995 році. Розвиток знаку корелює з успішним розвитком самої компанії Nike і відображає її стратегічні зміни та потреби на ринку. Зважаючи на еволюцію знаку з 1971 по 1995 рік, можна провести порівняльний аналіз, враховуючи ключові зміни та їх вплив на бренд Nike. Зміни у формі та структурі: починаючи з простої лінії (1971 р.), логотип Swoosh

перетворився на емблему (1978 р.), з підкладкою та текстом «Nike» у курсиві. Ця зміна підкреслила більш виразний та сучасний вигляд логотипу [2].

Вплив кольору: зміна колірної палітри у 1985 році, коли підкладка вперше стала червоною, додала динамічності та жвавості логотипу. Вона стала одним із визначних рішень, які підвищили впізнаваність бренду. Відмова від текстових елементів: перехід до чистого символічного знаку у 1995 році був важливим кроком, оскільки спростив комунікацію бренду та розширив можливості його використання на різних носіях та фонах. Поява слогану «Just do it»: додавання слогану у 1988 році не лише доповнило знак, але й додало йому нового смислу та емоційного звучання, ставши класичною комбінацією, яка асоціюється з брендом Nike [2]. Крім вдосконалення саме дизайну, розвиток знаку також сприяв його більшій адаптивності й універсальності, що дозволило компанії успішно представляти свій бренд на різних ринках і в умовах різних культур.

У цілому, еволюція логотипу Nike відображає не лише зміни в дизайні, але й стратегічні перетворення компанії Nike та її становлення як глобального лідера у сфері спортивної моди. Аналіз логотипу Nike розкриває, що компанія успішно використовує цей елемент (Swoosh) для позиціонування себе на ринку і залучення уваги споживачів. Також це говорить про те, що Nike дуже уважно стежить за трендами в графічному дизайні та вважає це одним зі своїх головних аргументів на ринку. Проаналізувавши еволюцію елементів графічної ідентифікації компанії, можна виділити її основні мотиви для використання сучасної візуальної мови.

Візуальна ідентифікація та брендова впізнаваність: графічний дизайн, зокрема знак Swoosh став ключовим елементом ідентифікації бренду, що сприяло створенню його унікального образу та відмінності від конкурентів. Галочка Swoosh створює асоціації з активністю та досягненням цілей, що сприяє формуванню позитивного образу бренду та підтримці емоційного зв'язку зі споживачами. Графічний дизайн Nike став невід'ємною частиною поп-культури, що дозволило бренду підвищити свою популярність серед широкої аудиторії, здійснити масову культурну інтеграцію. Графічний дизайн використовується в успішних рекламних кампаніях Nike, зокрема у кампанії «Just Do It», що допомагає бренду створювати сильний імідж та залучати нових клієнтів. Nike демонструє гнучкість, бо постійно впроваджує нові елементи графічного дизайну, що дозволяє бренду залишатися актуальним, сучасним і привабливим для своєї аудиторії, адаптуватися до змін у суспільстві та культурних тенденціях.

Висновок. Історія графічного дизайну компанії Nike відображає не лише еволюцію її логотипу та рекламних кампаній, а й ширший контекст її брендової ідентичності та філософії. Створення легендарного знаку Swoosh відкрило новий етап у визначенні бренду

та його цінностей, вкладених у кожен елемент графічного виразу. Постійні зміни у дизайні відображають готовність Nike до інновацій та адаптації до змінних умов ринку. Swoosh став не просто візуальним символом товару, але й втіленням стилю життя, ентузіазму та активності. Співпраця з визначними художниками та постійна стрімка інновація у графічному дизайні дозволили Nike не лише зайняти провідну позицію на ринку, але й стати справжнім символом культури та спортивного духу.

Література

1. Brettman A. The Oregonian/OregonLive. Creator of Nike's famed Swoosh remembers its conception 40 years later. Oregonlive. URL: https://www.oregonlive.com/business/2011/06/nikes_swoosh_brand_logo_hits_4.html (дата звернення: 24.02.2024).
2. Evolution of the Nike logo design: a story of branding. Inkbot Design. URL: <https://inkbotdesign.com/nike-logo-design/> (дата звернення: 24.02.2024).

Інформація про автора

*КАМІНСЬКИЙ Ярослав Андрійович, студент 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБИНСВА Надія Федорівна.*

РОЛЬ ДІДЖИТАЛ АРТУ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Пилип КАПУСТІН

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

У сучасному світі, що стрімко розвивається, діджитал арт стає не лише важливою складовою сучасного мистецтва, але й ключовим інструментом в сфері дизайну. Він поєднує в собі традиційні художні методи з сучасними технологіями, що відкриває безмежні можливості для творчого вираження та створення унікальних продуктів дизайну, які сприймаються не лише як естетичні об'єкти, а й як засоби комунікації, що передають різноманітні емоції та ідеї певного бренду.

Діджитал арт – це інноваційний підхід, що знаходить застосування в різних галузях дизайну, включаючи графічний дизайн, мультимедійний та веб-дизайн тощо. Він виступає не лише як новаторська творча практика, але й як ключовий фактор зміни способу взаємодії споживача з продуктом. Насамперед дозволяючи спеціалістам даної сфери створювати новаторські та естетично привабливі візуальні рішення, що привертають увагу споживачів, та виділять певний бренд серед інших. Він є невід'ємним інструментом дизайну, у контексті використання сучасних технологій та інноваційних способів взаємодії користувача з продуктом.

Однією з основних переваг цифрового арту є його гнучкість та універсальність. Можливість швидко вносити зміни, експериментувати з кольорами та текстурами, що робить його незамінним інструментом для дизайнерів та художників. Завдяки сучасним технологіям, таким як віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), відкриваються нові можливості для іммерсивного досвіду у дизайні продуктів, які надихають споживача на взаємодію з ними. Дані технології перетворюють веб-сайти, пакування харчових продуктів, книжкові ілюстрації, мобільні додатки в справжні віртуальні простори, що занурюють споживача у певну атмосферу та ніби запрошують у подорож новим непізнаним світом, де глядач може взаємодіяти з об'єктом дизайну на новому рівні [1]. Більш того, вони надають можливість створити персоналізований та інтерактивний досвід, що може адаптуватися до потреб кожного конкретного користувача. Це дозволяє не лише представити продукт з найбільш вигідної сторони, але й створити унікальний досвід взаємодії аудиторії з ним, що сприяє формуванню позитивного образу бренду в уяві споживачів [2].

В сучасному світі, де технології впливають на кожний аспект нашого життя, діджитал арт стає не лише засобом виразності, але й справжньою революцією в дизайні. Ця нова форма мистецтва, що включає використання різних візуальних ефектів, анімацій, інтерактивних елементів, відкриваючи безмежні можливості для створення унікальних та інноваційних продуктів, які сприймаються не лише як естетичні

об'єкти, а й як засоби комунікації, що передають різноманітні емоції та дозволяють відтворювати складні концепції та ідеї в доступній та зрозумілій формі.

Такий підхід особливо актуальний в епоху цифрової комунікації, де важливо не лише привернути увагу аудиторії, але й надати необхідну інформацію в яскравий та незабутній спосіб.

Таким чином, можна зробити висновок, що діджитал арт в сучасному дизайні є ключовим елементом, що змінює парадигму сприйняття та взаємодії споживача з продуктом. Використання сучасних технологій та інноваційних методів створює можливості для розробки ефективних та привабливих візуальних рішень, які не лише привертають увагу, але й активно взаємодіють з аудиторією. Діджитал ілюстрації в дизайні відкриває безліч можливостей для створення динамічних, атмосферних образів з елементами інтерактивності, які поглиблюють емоційне сприйняття графічного рішення. Таким чином, діджитал арт не тільки збагачує сучасний дизайн візуальними нововведеннями, але й перетворює спосіб, яким ми сприймаємо та взаємодіємо з продуктами, піднімаючи його на новий рівень естетики та функціональності.

Список використаних джерел

1. Digital art: що потрібно знати про мистецтво цифрового простору. 2022. URL: <https://vikna.if.ua/cikavo/132881/view> (дата звернення: 15.03.2024)
2. Значення дизайну та ілюстрацій у digital-сфері 2021/22 року. 2021. URL: <https://cases.media/en/article/znachennya-dizainu-ta-ilyustracii-u-digital-sferi-2021-22-roku> (дата звернення: 15.03.2024)

Інформація про автора

КАПУСТІН Пилип Русланович, аспірант кафедри ОМДМР ХДАДМ

Науковий керівник: кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри аудіовізуального мистецтва ШАУЛІС Катерина Костянтинівна

ВАЛЕРІЙ ЗАЛІЩУК ЯК ПРЕДСТАВНИК ХАРКІВСЬКОЇ ШКОЛИ ЖИВОПИСУ

Сергій КОВАЛЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Харківська художня школа багатовимірна в художніх практиках та відома своїми митцями в Україні та поза її межами. Одним з її представників є випускник 1994 року кафедри графіки ХХІІІ (нині – ХДАДМ) Валерій Заліщук. Репрезентація його творчого доробку, яка відбулася на персональній виставці у січні 2022 року, доводить високу майстерність автора. Художник досконало володіє олійним та акварельним живописом, графічними матеріалами, працює з плакатом та книжковою ілюстрацією. Привертає увагу і його 30-тирічна педагогічна діяльність.

По завершенні навчання В. Заліщука запрошують на посаду викладача кафедри живопису ХДАДМ (1994 р.). Одночасно починаються і власні творчі пошуки в царині графіки та живопису. Найбільше вплинули на становлення і світогляд автора в мистецтві викладачі С. Беседін, О. Юрченко, І. Яхін, О. Бляхер, Г. Коновалов.

Перші творчі здобутки, пов'язані з акварельним живописом, демонструють майстерність і розуміння матеріалу. («Натюрморт з кавником» (2001, іл. 1); «Вербочки» (2002, іл. 2) та ін.). Живопис вражає легкістю й невимушеністю при достатньо тривалій праці та інколи при переписах на деяких ділянках формату. Стриманість у кольорі компенсується експресією в манері виконання. Кожен шматочок простору вивірено і знайдено. Усі елементи працюють на загальній цілісності образу («Гарбузові подруги».(2009, іл. 3).

Окрім роботи у власній майстерні, митець працює в академічній майстерні — поряд з учнями, що сприяє навчальному процесу. Одна з таких картин посіла привабливе місце на бієнале акварельного мистецтва в Сербії в 2012 році — «Раночок» (2012, іл. 4). Значну кількість творів написано в умовах пленеру поряд із студентами. Зауважимо, що олійним живописом В. Заліщук починає займатися з 2000-х років. Перші полотна дещо скуті та сухі. З часом художник опановує цю техніку письма. З'являються такі зображення, як «Початок літа»,(2011, іл. 5), та ін. Тут простежуються риси, які є характерними для більшості живописців Харківської школи: вміння працювати в підвищеній колірній палітрі, імпресіоністична широка манера письма в передачі просторовості та матеріальності. Олійний живопис перегукується з акварельним у вільності та легкості. Митець шукає випадковості, перетворюючи її на закономірності в трактуванні зображення та культурі обробки поверхні фарбового шару картини. Такий підхід ріднить картини Заліщука з творами його викладача С. Беседіна. Нерідко може-



Іл.1. В. Заліщук. Натюрморт з кавником. 2001.
Папір, акварель 70x52



Іл. 2. В. Заліщук. Вербочки. 2002.
Папір, акварель. 65x52



Іл. 3. В. Заліщук. Гарбузові подруги. 2009.
Папір, акварель. 70 x 50



Іл. 4. В. Заліщук. Раночок. 2012.
Папір, акварель. 30 x 20

мо бачити в роботах палімпсестичність, що ускладнює колористичне рішення та поглиблює звучання кольорів, наприклад, у полотні «Яблуневий мед» (2008, іл. 6). Формати здебільшого невеликі, мають до найменших дрібниць вивірену композицію. Навіть підпис органічно вплетений у її структуру і є частиною ритмічних взаємозв'язків. Особливої уваги надано розвитку плям, їх драматургії та співвідношенням між собою та до формату.

У 2004 р. В. Заліщук кафедру живопису ХДАДМ запропоновано викладати предмет «Основи композиції». Художник розробляє власну навчальну програму, враховуючи недоліки та переваги завдань, які були в попередні роки. Впроваджено якісно нову методологію викладання дисципліни, що допомагає оволодіти навичками та вміннями будувати картинний простір засобами композиції. Розроблено завдання для поглибленого розуміння принципів цілісності, руху плям, ритму, контрастів, конструктивної геометрії, золотого перетину, канону Вілера, аналізу творів майстрів. Започатковано лекційні бесіди з основних тем. Введено в навчальний процес роботу з пейзажем, образно-асоціативні вправи. Основою викладання стало індивідуальне спілкування з учнем окремо в присутно-



Іл. 5. В. Заліщук.. Початок літа. 2011. П., о. 70 x 59



Іл. 6. В. Заліщук. Яблуневий мед. 2008. П., о. 70 x 57

сті інших. Обговорення кожного ескізу, виокремлюючи кращі риси та недоліки, підводить студента до необхідних інсайтів і усвідомлення перспектив розвитку того чи іншого пошуку. Перші випускники, які пройшли предмет «Основи композиції» під керівництвом В. Заліщука, а надалі відшліфовували отримані навички та знання в майстернях, продемонстрували високі результати, репрезентувавши свої дипломні картини в 2010 році. Характерним є те, що в цих роботах можемо бачити різні підходи та стилістичні особливості від реалістичного імпресіонізму (О. Криушин, В. Ковальов)

до умовно-декоративного трактування образів (Є. Жемчужнікова, Т. Коваленко, А. Чистякова). Деякі з них сьогодні є яскравими представниками молодого покоління художньої школи живопису Харкова.

Нова стратегія викладання, запропонована автором, базується передусім на основних засадах та принципах Харківської художньої школи і детермінована освітою та мистецьким осередком, у яких формувався художник. Навчання базується на основі аналізу емпіричної реальності через натурні замальовки, начерки, запозиченості ідей. Незмінним залишається принцип поступового та поетапного ускладнення навчальних завдань, започаткований попередніми поколіннями викладачів. Однак важко заперечити, що на перших курсах не вистачало саме ґрунтовно розробленої методології надання основних базових знань з предмету, що гальмувало студентів у подальшій творчості. Трансгресивний характер змін навчального процесу в цій царині відбувся саме в 2004 – 2005рр. і потребує окремого дослідження. У 2009 р. В. Заліщук через життєві обставини припиняє викладати цей предмет і лише в 2023р. знову повертається до нього.

З 2008 р. художник починає також викладати «Кольорознавство». Удосконалюючи багаторіч-

ні напрацювання свого попередника О. Безрукова, митець прагне до ще більшої синергетичності між основними фаховими дисциплінами на факультеті ОМ. Запроваджує в 2019р. для 2 курсу спеціалізації «Станковий живопис» на основі власного творчого досвіду такі завдання, як «Інтерпретація роботи майстра. Побудова композиції на додаткових кольорах» та «Образно-асоціативна колірна композиція в діапазоні ненасичених кольорів». Нові задачі, доволі ускладнені та не перевірені часом, потребують певних коректив.

Сьогодні В. Заліщук є одним з яскравих представників Харківської художньої школи, яка містить у собі збереження традицій, їх наступність та незупинний розвиток. Митець успішно займається творчою діяльністю та викладає «Кольорознавство», «Академічний живопис», «Загальний курс композиції».

Інформація про автора

КОВАЛЕНКО Сергій Володимирович, аспірант кафедри теорії і історії мистецтв ХДАДМ

Науковий керівник ЧЕЧИК Валентина Вікторівна канд. мистецтвознавства, зав кафедри ТІМ

ПОЛ ПІТЕР ПІЧ:**ВІЗУАЛЬНИЙ АКТИВІЗМ ТА ІДЕЙНІ КОНТЕКСТИ**

Тетяна КОНДРАТЮК

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Наприкінці ХХ ст. мистецтво пережило значний етап розвитку, ставши не тільки засобом естетичного вираження, але й потужним інструментом соціального протесту та реакції на суспільні трансформації. Саме в цьому контексті цікаво розглядати роботи англійського графіка українського походження Пола Пітера Піча, чия творчість в гравюрах 1970–80-х років визначається не лише майстерністю в обробці матеріалу, але і глибоким інтелектуальним змістом.

Пол Пітер Піч народився 1920 р. в Брукліні в сім'ї українців, які переселилися в США 1913 року й виховували його українською мовою. Вирішивши направити свою цікавість до малювання, він регулярно проводив час у місцевих бібліотеках, а згодом приєднався до Куперівського союзу розвитку науки та мистецтва, де зареєструвався на курсах креслення і почав вивчати графічний дизайн [3]. У 1942 році, призупинивши навчання через Другу світову війну, Пол був відряджений до Кардіфа в армійську авіацію, де особисто переконався у розпусті та безглуздість війни, що спричинило у нього непохитну відданість протесту будь-яких форм воєнних дій та жорстокості [1].

Впродовж творчого шляху Піча його стиль характеризується як настійливий і виразний. Використовуючи ексцентричні техніки для відображення світу навколо себе, суспільство прагнуло прив'язати Пола Пітера Піча до певної ідеології: «Мене називали фашистом. Мене називали комуністом. Мене називали расистом. Мене називали як завгодно після будь-якого мого виступу через певні плакати, розумієте. Але вони не можуть прив'язати мене до жодного «стом»... Я просто дивлюся на людство таким, яким воно є, а потім графічно виражаю його. Мета графічного вираження – усвідомити якусь правду, якої вони не знають, і щось з цим зробити... Я не хочу сидіти і мовчати» [2]. Пол Пітер Піч перш за все прагнув поширити своє послання в суспільстві, аби кожен його прошарок був усвідомлений і мав більш широке уявлення про світ навколо них, тому художник обирає такі теми, які б резонували людям, наприклад: війна, расизм, рівність, влада, катування, національна ідентичність та політика. Для привертання більшої уваги Пол використовував цитати відомих людей, таких як Джон Ф. Кеннеді, Десмонд Туту, Нельсон Мандела, Мартін Лютер Кінг, Ісус Христос, Маргарет Тетчер, Адольф Гітлер та ін. [1].

З роками творчість Пола Пітера Піча все частіше піднімала теми несправедливості, відображаючи його прогресивні гуманістичні погляди, які, без сумніву, були сформовані під впливом ширшого контексту

бурхливих 1960-х та їхніх контр-культурних розквітів, включаючи пізніші рухи навколо екології. У 1979 р. дизайнер накликав на себе гнів всього посольства США в Лондоні, показавши їм те, що відбувається в дійсності – расова несправедливість в країні, де він народився [3]. Будучи чутливою людиною, він розповідав не тільки про політичні проблеми, а торкався також власних інтересів, таких як література, джаз, валлійська поезія. Роботи Пола Пітера Піча, зроблені рукошма, мали гострий, резонансний характер, вони привертають увагу передусім яскравістю зображення та графічною мовою. За допомогою звичайного лінолеуму Пол розробляв плакати фактично на матеріалі, змішуючи фарбу вже перед нанесенням на екземпляр, через що іноді траплялися помилки в тексті, а відбитки містили варіативність.

Слід відзначити серію плакатів на тему расизму, представлену в Народному історичному музеї в Манчестері (2016 р.). Плакати виконані на основі мінімального колірного рішення (червоний з чорним на білому тлі), містять слоган: «Расизм – це отрута» у верхній частині композиції; внизу плакатів розташовані документальні фотографії з місць, де було розповсюджено расистські ідеології (Боснія і Герцеговина, Золінген, Південна Африка, Аушвіц тощо). Небагата палітра кольорів відображає силу і простоту думки, що расизм – це те, що відбувається зараз і треба діяти вже, а також відображає термін «расизм» у прямому значенні: чорний – це люди, які піддаються дискримінації, а червоний – це кров, що залишається після знищення одних людей іншими. Різкість графічної мови в поєднанні з колірною палітрою відображає жах, який несе расистська ідеологія в світі.

У 1980-х роках відновився страх перед ядерною війною. Пол Пітер Піч зробив багато робіт, пов'язаних із цією темою, адже, незважаючи на те, що кількість світових запасів зброї зменшилась, загроза, яку вони становлять для світу, не зникла. Плакати цієї серії вирізняються ієрархією елементів. На одних зображення виявляє домінуючу роль над шрифтом, в інших навпаки – шрифт є великим і основним у композиції [4]. Така контрастність відображає масштабність проблеми та її майбутніх можливих наслідків. Особливо виразною частиною композицій є незвичайність текстових блоків, що одразу привертає увагу глядачів, адже шрифт нетипово рубаний, диспропорційний, часто відокремлений на площині від зображення, проте виконаний в єдиному стилі з ним. Сепаруючи шрифт від графіки, а текстові рядки один від одного, Пол ніби намагається показати відстань між проблемою та людьми, але насправді цей відрізок дуже маленький і аби почати діяти, потрібно лише подивитися, прочитати і робити.

Висновок. Політика, рівність, дискримінація, мир, війна, свобода, бідність – теми, які актуальні досі, і які будуть висвітлюватися, доки люди не почнуть впливати на них. Пол Пітер Піч присвятив все життя вирішенню проблем у суспільстві. Для цього він використовував бюджетну техніку виконання, дешевий

папір, яскраву й контрастну графічну мову, аби його роботи були доступні кожному. Як зазначає кураторка Мері Елін Джонс: «Його головною метою у плакатах і принтах було щось сказати, передати повідомлення, і я думаю, що доки ми як суспільство хочемо говорити про проблеми в які ми віримо, доти роботи Піча залишатимуться актуальними» [3].

Література

1. Даниленко Л. Графічний протестний рух у Великій Британії (1980–1990-і). Сучасне мистецтво. 2015. № 11. С. 100–107.
2. Даниленко Л. Дизайн-студії Лондона: «Вольф Олінз», «Мінале Таттерсфілд», «Флетчер Форбс Джилл». Їхнє значення для розвитку графічного дизайну на Британських островах. СА. 2021. №.6. С. 21-34. URL: <https://doi.org/10.31500/2309-8813.16.2020.219985> (дата звернення 25.02.2024).
3. Four Corners Books: Зої Вітлі. Графічний світ Пола Пітера Піча. URL: <https://www.fourcornersbooks.co.uk/books/the-graphic-world-of-paul-peter-piech/> (дата звернення: 25.02.2024).
4. Theo Inglis. The Overlooked Work of Paul Peter Piech, Mid-century “Anti-establishment” Designer. 2020. URL: <https://eyeondesign.aiga.org/the-unequivocally-humanist-work-of-paul-peter-piech-the-peoples-designer/> (дата звернення: 26.02.2024).

Інформація про автора

*КОНДРАТЮК Тетяна Михайлівна, студентка 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна*

ОЛЕКСІЙ ЧЕКАЛЬ – МАЙСТЕР ШРИФТОВОГО ДИЗАЙНУ

Анна КОРОВНІЧЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Олексій Чекаль (нар. 1973) – графічний дизайнер, каліграф-мандрівник, керівник студії графічного дизайну PanicDesign. Народився у Слов'янську. Після закінчення Харківського художнього училища (1989-1994) навчався у Харківській державній академії дизайну і мистецтв (1994-2000). Згодом викладав у ХДАДМ (2006-2013), у Британській школі дизайну (2011-2014), зараз працює як запрошений професор у Флорентійській академії мистецтв (Італія).

Олексій Чекаль є автором айдентики до 100-річчя ХДАДМ, шевронів до благодійної акції «Мистецький батальйон», оновленого дизайну Вісника ХДАДМ. Дизайнер проводить численні семінари з каліграфії та дизайну в Україні та за кордоном, має персональні виставки в Європі (Флоренція, Париж, Палермо, Пратовеккіо, Люблін тощо) та в Україні [1]. О. Чекаль є одним із видатних дизайнерів, який вплинув на український церковний дизайн. «Мені хотілося реалізувати проекти, додавши до них нашої ідентичності. Чому це важливо? То була можливість повернутися до історії, пов'язаної із нашою спадщиною, ментальними й естетичними зв'язками з грецькою церквою та Константинополем, і надалі будувати власне духовне життя без впливу агентури НКВС-ФСБ, на що була перетворена РПЦ за участю Сталіна та патріарха Сергія Старгородського... Ми – окремих народ і у нас є окремий шлях в молитвенному спілкуванні з вселенським православ'ям та іншими християнськими Церквами!» – говорить Олексій [3].

Одним з яскравих прикладів церковного шрифтового дизайну є комплексний проект О. Чекаля до 950-річчя закладення Успенського собору та Успіння Пресвятої Богородиці. Центральним елементом проекту є гравюра XVII ст., яка відтворює деталі Києво-Печерської Лаври. Стилізована квітка, що використовується у проекті як декоративний елемент, взята з візерунку одягу на іконі Успенського собору. Джерелом натхнення шрифтової частини проекту є шрифти з рельєфу триптиху, встановленого на зовнішній стіні центральної апсиди Успенського собору. Літери «П» і «Б» взяті за основу для визначення пропорцій та структури інших літер і цифр.

Майстерність автора у цій роботі проявляється через розумне використання контрасту в переходах між тонкими і товстими штрихами шрифту. Цікавим є те, що полички літери «К», а також центральні полички літери «В» поєднуються вертикальним штрихом, не приєднуючись до основного штриху, що представляє собою новаторську, не типову форму. Дизайнер збері-

гає старовинну форму графеми літери «Ч», інтегрує декоративні елементи з українського скоропису як продовження літер. Також у літери «У» характерний для скоропису різкий закручений хвіст, який продовжується у петлю, що додає унікальності цьому шрифтовому рішенню. У цьому цікавому варіанті використовуються елементи в'язі між двома літерами «І» та «Т». Поєднання елементів в'язі та уставу в композиції виявилось успішним, забезпечило гармонійне співвідношення та чітку структуру шрифту, додало композиції відчуття легкості та грації, полегшило сприйняття інформації.

Логотип для української православної церкви характеризується комплексністю й вираженістю деталей. Побудова шрифту на основі графіті з Софії Київської демонструє глибокий зв'язок із культурною спадщиною та історією. Багатошаровий підхід О. Чекаля до графічного дизайну виявляється в кожному аспекті проекту, включаючи барокові елементи, грецьке монументальне письмо та в'язь. Важливим аспектом проекту є не лише технічна майстерність, але й глибокий змістовний аналіз. Образ Софії-Оранти як символу заступництва Божої Матері за Україну вдало вплітається в структуру квітухного хреста, вирізняючись не лише естетично, але й духовно. Автор використовує рівнокінцевий хрест з чотирма короткими зарубками по краях, що не лише є геральдичною фігурою, але й символізує торжество християнства над язичництвом. Майстер поєднує історичні графеми, подібні до уставу, додаючи їм більше плавності та заокругленості, використовує круги як додаткові декоративні елементи літер «О» та «Є». Також виділяється використання елементів українського скоропису, зокрема в нижніх перетинках літери «Д» та продовженні літери «Б». Автор прагнув створити не просто графічний продукт, але «книгу-сад», що стає своєрідним прототипом райського саду. Він вдало поєднав елементи із візантійської та української традицій, намагаючись підкреслити українські риси та відмежувати графічний дизайн України від російського, щоб створити естетичну єдність із змістом. Цей проект вирізняється не лише технічною та художньою вправністю, але й глибоким розумінням культурних і релігійних аспектів, зумовлюючи його значущість у відтворенні та утриманні української ідентичності [2].

Висновок. Олексій Чекаль є ключовою фігурою в історії українського шрифтового дизайну. Його численні роботи, зокрема, релігійного спрямування не лише зберегли та відтворили традиції церковного графічного мистецтва, але і збагатили їх інноваційним підходом і виразною індивідуальністю. Історія кирилиці стає ключовим фактором для збагачення глибини та значущості графічних рішень О. Чекаля. Через об'єднання традицій із сучасністю його творчість надихає молоде покоління дизайнерів на пошуки оригінальних та сучасних рішень, які ґрунтуються на аналізі класичних зразків мистецтва і дизайну.

Література

1. Вісник ХДАДМ. Харків: ХДАДМ. 2022. №1. С. 1. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21204/1/visnik_ksada_2022-1_14_Berlach_153-160.pdf (дата звернення: 03.11.2023).
2. Про дизайн та дизайнерів. Інтерв'ю для фестивалю NADED 2021 р. з Олексієм Чекалем. URL: <https://cases.media/article/pro-dizain-i-dizaineriv> (дата звернення: 05.11.2023).
3. Тисячна Н.Р. Бог існує там, де того хоче. Напевно, донедавна був у підвалах Азовсталі, – Олексій Чекаль, автор

графічного стилю ПЦУ. URL:https://risu.ua/bog-isnuye-tam-de-togo-hoche-napevno-donedavna-buv-u-pidvalah-azovstali--oleksij-chekal-avtor-grafichnogo-stilyu-dlya-pcu_n129579 (дата звернення: 10.11.2023).

Інформація про автора

КОРОВНІЧЕНКО Анна Володимирівна, студентка 4 курсу ОПП «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. СБІТНЄВА Надія Федорівна

МІЦУО КАЦУЇ. ПРОРИВ В ЯПОНЬСЬКОМУ ДИЗАЙНІ

Діана КОСОЛАПОВА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Міцуо Кацуї був одним із найвпливовіших графічних дизайнерів Японії. Його роботи поєднували в собі азійську філософію та європейську функціональність. Кацуї мав своє бачення дизайну, згідно з яким кожна робота має нести важливий соціальний зміст. Вклад Міцуо Кацуї в мистецтво плакату є неocenним, його інноваційний підхід до створення плакатів став важливим поштовхом для розвитку Японського дизайну в 1970-і роки. М. Кацуї запровадив також нові стандарти в галузі логотипів, але найголовнішим було те, що його роботи і роботи його студії поєднували в собі майстерність виконання і новітні на той час технології, були прикладом поєднання дизайну і символізму.

Міцуо Кацуї народився 1931 року і протягом свого життя застав великі світові зміни: війни, національні й міжкультурні конфлікти, прорив у галузі технологій та екологічні катастрофи. Саме це вплинуло на нього як на митця і постійно відображалось в його роботах. Він був активним учасником і творцем соціальних і екологічних проєктів в усьому світі, завдяки цьому роботи Міцуо Кацуї були мостом між Японією та іншими країнами. Працюючи над дизайном для Олімпійських Ігор у Токіо 1964 р., він створив універсальну мову піктограм, яку з часом почали адаптувати інші країни, що приймали Олімпіаду [1]. Робота над дизайном для такої події зробила Мацуї Кацуї відомим не лише в Японії, а і в усьому світі.

Міцуо Кацуї був дизайнером, що полюбляв практичність [2]. Логотипи, створені ним особисто або під його керівництвом студією «Кацуї», досі є взірцем мінімалістичного дизайну. Для японських логотипів важливий символізм, тому логотип має передавати особливу символічну суть. В 70-х роках ХХ століття японський ринок починає швидко заповнюватись дизайнерськими проєктами різної якості. Перед своєю компанією дизайнер ставив задачу – створити пізнаваний мінімалістичний стиль для логотипів. Три найвидатніші логотипи, розроблені Міцуо Кацуї, досі використовуються замовниками: музеєм етнології, Tokyo Zokei College та Yamada Shomei Lighting [3]. Міцуо Кацуї не любив складних за структурою логотипів. Всі його логотипи прості за формою, але глибокі за сенсом, що дуже важливо для японського суспільства. В його логотипах немає шрифтової частини, вони легко адаптуються як під японську письменність так і під європейські алфавіти.

Розглядаючи Міцуо Кацуї як дизайнера неможливо не зазначити його вклад в створення плакату. Особливий стиль плакатів зробив Міцуо Кацуї відомим на весь світ [4]. Він приймав участь у виставках плакатів по всьому світу на теми екології, війни, мистецтва, розробляв рекламні плакати для всесвітньовідомих міжнародних виставок та мистецьких заходів. Його плакати тримали ідеальний баланс між мистецтвом і графічним дизайном. Роботи Міцуо Кацуї сповнені різних візуальних ефектів, проте композиційні рішення здебільшого консервативні, часто відцентровані, іноді побудовані на сітці. Також часто його плакати сегментовані на дві й більше однакові частини, жодна з яких не обтяжена деталями. Він використовував у плакатах різноманітні геометричні фігури, робив відсилки до японської культури, не боявся поєднувати латиницю з японськими ієрогліфами. Його роботи викликають захоплення навіть через пів століття – вони яскраві, кольорові і досі зберігають у собі сенс, закладений автором.

Авторський стиль Міцуо Кацуї добре простежується на плакаті до I Міжнародної трієнале в Тайома 1985 року. Автор легко поєднує гротескові шрифти й антикву, латиницю та ієрогліфи. Цифри та знаки об'єднані так, що навіть без знання японської можна приблизно здогадатись, про що мова на плакаті – вказано рік події та час проведення. Плакат поєднує в собі складну типографіку, яскраві кольори з градієнтом і геометричні фігури. Намагаючись створити щось нове, Міцуо Кацуї спирається на закони композиції та кольору. В плакаті кольори йдуть за кольорним кругом Іттена – від червоного до синього, через всі суміжні кольори. Таким чином Кацуї створює свої твори, змінюючи і добуваючи базові закони та правила дизайну.

Аналізуючи всі основні напрямки роботи Міцуо Кацуї, можна зрозуміти, що він мав різні підходи до створення логотипів і плакатів. Його плакати ніколи не перевантажені текстом, шрифти на момент їхнього використання були сучасними. Колірна гама різноманітна, складається таке враження, що він любив всі кольори. Навіть якщо в роботі були один чи два основних кольори, Міцуо Кацуї використовував всю колірну палітру для створення унікального дизайну. А логотипи створювались максимально простими і мінімалістичними. Іконку логотипу можна легко поєднати з будь-яким шрифтом, з ієрогліфами чи латиницею. Те, що жоден з логотипів не зазнав великих змін і досі використовується, тільки підтверджує слова самого Міцуо Кацуї про «вічний» дизайн.

Висновки: Особливий підхід Міцуо Кацуї до дизайну привів його і його компанію до світової пізнаваності. Роботи студії «Кацуї» продемонстрували світу справжній японський підхід до дизайну: вміння поєднувати сучасні течії і базові основи культури. Міцуо Кацуї показав, що між поняттями «митець» і «дизайнер» дуже тонка грань, і одне ніколи не буде заважати іншому. Його роботи є поєднанням сучасних технологій і базових прийомів образотворчого мистецтва. Його творчість доводить, що мистецтво й графічний дизайн можуть існувати і співпрацювати разом.

Література

1. The Olympic Museum. Tokyo 1964. A universal language. URL: olympic-language.blog-tom.com (дата звернення: 17.02.2022).
2. Hesperios. No.2 Chapter 1. Mitsuo Katsui interview URL: <https://hesperios.com/journal/mitsuo-katsui-interview/> (дата звернення: 17.02.2022).
3. Logobook URL: <http://www.logobook.com/>(Дата звернення: 17.02.2022).
4. Series of editorials on prominent designers. Mitsuo Katsui URL: <https://readymag.com/designstories/mitsuo-katsui> (дата звернення: 17.02.2022).

Інформація про автора

*КОСОЛАПОВА Діана Юріївна, студентка 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна*

«MRS EAVES» ЗУЗАНИ ЛИКО: НОВАТОРСТВО У СВІТІ ШРИФТІВ

Марія КРАВЧЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

У сучасному світі дизайну шрифтів ім'я Зузани Лико стало символом вишуканості та витонченості. Головним її внеском став шрифт, який отримав назву «Mrs Eaves» і встановив нові стандарти у шрифтовому дизайні. Mrs Eaves був створений у 1996 році як переробка відомого шрифту Baskerville, розробленого англійським типографом Джоном Баскервілем у 1757 році. Baskerville, за словами Дж. Крейга, вважається одним з найбільш естетично приємних і легкочитаних шрифтів [1]. Він відрізняється контрастом, досягнутим за допомогою спеціального паперу з рівною поверхнею. Його стиль відзначається грацією каліграфії та сучасністю, надаючи тексту особливого шарму.

Шрифти т. зв. «нового стилю» (новий стиль – це стиль з явним контрастом товстих і тонких штрихів, а також строго вертикальною віссю овалу) характеризуються помірним контрастом, вертикальним стресом, горизонтальними сєрифами та регулярною геометрією. До перехідних шрифтів також належать такі відомі гарнітури, як Times New Roman, Georgia, Bookman та інші. Як і Baskerville, шрифт Mrs Eaves зберігає загальну відкритість і легкість, але у Mrs Eaves засічки та кінці літер заокруглені, а товсті та тонкі контрасти зменшені, завдяки чому цей шрифт виглядає м'якше та органічніше.

Зузана Лико внесла кілька новаторських елементів у шрифт Mrs Eaves, що відрізняє його від його прародителя, шрифту Baskerville. Сучасний дотик – вона змінила деякі форми літер, роблячи їх більш гармонійними, що відповідає сучасним стандартам дизайну. Шрифт має кращу читабельність, завдяки збалансованим пропорціям та оптимізованій формі літер. Шрифт Mrs Eaves став одним із перших шрифтів, який успішно використовувався як у друкованих, так і в цифрових медіа, що зробило його універсальним і зручним для різноманітних проєктів.

У журналі про графічний дизайн «Emigre» зазначалось: «У місці Івз є щось унікальне, і це важко визначити. Інтервали, як правило, занадто вільні для великих текстів, вони ніби блукають. Проте, якщо його використовувати в правильних обставинах, він створює дуже особливе відчуття, яке чітко виділяє його серед багатьох однодумців. Він має невизначену якість, яка резонує з людьми» [2]. Цей парадокс (недосконалий, але приємний), мабуть, найкраще проілюстрував критик дизайну та історик Робін Кінрос, який вказав на обмеження «вільного» інтервалу, який використовувала Лико, серед іншого, але водночас призначив

зразок типу Mrs Eaves почесною згадкою на конкурсі Американського центру дизайну в 1999 році. Це є доказом того, що цей шрифт найкраще оцінити в контексті його використання» [3].

Шрифт Mrs Eaves став популярним серед дизайнерів, які шукали класичний, але сучасний шрифт для своїх проєктів. Він знайшов застосування в різних сферах дизайну, таких як веб-дизайн, книжковий дизайн, реклама тощо. Приклади використання шрифту Mrs Eaves у реальних проєктах: веб-сайт «WordPress», у книгах «Six Words You Never Knew Had Something to Do with Pigs» та «Mrs. Nixon by Ann Beattie», логотип компанії The Talented Peacock, у написі Toronto General Hospital, у написах на альбомі групи Radiohead. Шрифт Mrs Eaves здобув визнання за свою естетичну привабливість, гармонію та емоційну силу. Деякі дизайнери критикували його за недоліки, але він залишається одним із найбільш впливових шрифтів у світі дизайну. Незважаючи на всі свої особливості, Mrs Eaves у багато разів перевищив продажі всіх шрифтів Emigre, а через таких великих дистриб'юторів шрифтів, як My Fonts, Mrs Eaves був одним із найбільш продаваних шрифтів протягом багатьох років, серед таких класичних шрифтів, як Helvetica, Univers, Bodoni та Franklin Gothic. Завдяки комерційному успіху, він став визначати ливарний тип Emigre.

У період переходу від аналогових до цифрових медіа, Зузана Лико зробила внесок у розвиток дизайну шрифтів. Вона створила низку інноваційних шрифтів, які відображали потреби сучасних дизайнерів. Наприклад, шрифт Filosofia у порівнянні з класичним шрифтом Bodoni мав більш геометричну та сучасну форму. Шрифт Tarzana був одним з перших шрифтів, спеціально розроблених для веб-дизайну та екранного використання. У своєму інтерв'ю, опублікованому в журналі «Eye» навесні 2002 року, Зузана Лико пояснила успіх Mrs Eaves: «Він досить знайомий, щоб бути дружнім, і водночас досить різний, щоб бути цікавим. Завдяки своїм відносно широким пропорціям, порівняно з оригінальним Baskerville, він корисний для надання невеликої кількості тексту, наприклад поезії, або для елегантних заголовків і для використання в друкованих оголошеннях» [4].

Висновок. Робота Зузани Лико є надзвичайно інноваційною. Протягом усієї своєї кар'єри вона продовжувала розширювати межі в дизайні та вдосконалювати шрифти для приватного й комерційного використання. Її дизайнерські здібності зросли від її першого цифрового шрифту Lo-Res у 1985 році до її сучасних шрифтів, таких як Program у 2013 році. Вона суттєво вплинула на світ дизайну, не лише будучи однією з перших жінок-дизайнерів у світі комп'ютерів, але і була однією з перших дизайнерів, які створюють шрифти високої роздільної здатності, працюючи з обмеженими технологіями. Вона проклала шлях для сучасних дизайнерів цифрових шрифтів.

Література

1. КрейгДж., Скала И. Шрифт и дизайн. Современная типографика / Пер. с англ. А. Литвинова, Л. Родионовой. СПб.: Питер, 2016. 176 с.
2. Mrs Eaves (Type Specimen) [Електронний ресурс]. URL: <https://www.emigre.com/Fonts/Mrs-Eaves> (дата звернення 04.10.2023).
3. Mrs Eaves [Електронний ресурс]. URL: <https://fonts.adobe.com/fonts/mrs-eaves#about-section> (дата звернення 04.10.2023).
4. Рубінштейн Р. Це не проблема бути жінкою в чоловічому світі. Це бути дизайнером шрифтів у світі, який мало визнає цю форму мистецтва. Eye. Весна 2002 р. № 43 том 11 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-zuzana-licko> (дата звернення 04.10.2023).

Інформація про автора

*КРАВЧЕНКО Марія Дмитрівна, студентка 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна*

СПАДЩИНА ПОЛА РЕНДА:

ВПЛИВ НА СВІТ ДИЗАЙНУ

Олена КРИВИЧ

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Пол Ренд – американський графічний дизайнер, пік професійної діяльності якого припав на 50–60-ті роки ХХ століття. Впевнено крокуючи в світ дизайну, з юності він опановував різні суміжні напрямки – малював комікси та графічні новели, розмальовував вивіски для магазину батька, створював плакати та мурали для школи, вивчав історію мистецтв та цікавився творчістю провідних європейських дизайнерів, багато читав, займався самонавчанням [2]. Всі зусилля він спрямував на зростання в обраній професії. Це допомогло йому сформулювати ставлення до дизайну та життя в цілому коротким реченням: все має нести сенс. Пол Ренд привніс багато нових рішень в тогочасний американський дизайн. Його ідеями та підходами захоплювалися молоді дизайнери по всьому світу. Важливо, що Ренд вплинув на світ дизайну не тільки своєю творчою спадщиною, але і викладацькою діяльністю: він був почесним професором графічного дизайну в Йельському університеті, де особисто передавав учням свої знання та досвід.

З початку його професійного шляху, що більше Ренд працював, що більше досвіду він здобував, то ясніше ставав його підхід до дизайну. Крізь всі його проекти йде одна визначена ідея: дизайн – проблема, яку треба вирішити [3]. Влучність і професійність дизайну він оцінює за наступними критеріями: відповідність цільовій аудиторії, легкість сприйняття, доречний зв'язок з історією (якщо такі підходи використано), грамотне використання кольорів, обґрунтоване їх властивостями та впливом на сприйняття споживачем, сучасність, потенціал створеного дизайну без змін служити компанії довгі роки.

Щоб зрозуміти, як саме Ренд вплинув на дизайн, звернемося до його професійних надбань. В американській рекламі 1940-х років Пол Ренд мінімізував роль копіювання та «прісного» дизайну, запропонувавши свій підхід: графіка та шрифт мають бути поєднані між собою та злагоджено передавати рекламне повідомлення [4]. Згадавши головний принцип Ренда, що дизайн – проблема, яку треба вирішити, цікаво простежити, як саме Ренд вирішує цю проблему: він шукає нові підходи, зокрема, за рахунок експериментів з поєднанням шрифту й графіки. Вдале та професійне поєднання шрифту й графіки присутнє у всіх його роботах, і це допомагає дизайнеру розкрити особливості продукту та продемонструвати його споживачеві. Крім того, в дизайні можна було вирішувати ще безліч проблем. Одна з них завжди потребувала рішення – це проблема «продажу» дизайну замовнику [3].

Своєрідною подорожжю клієнта світом дизайну Пола Ренда була презентація у вигляді буклету, присвяченого етапам створення дизайну та його використання. У цьому буклеті Пол показував весь обсяг виконаної роботи – від розробки ескізів та експериментів з різними шрифтами й графікою, вибір найбільш вдалого поєднання, до рекомендацій щодо використання дизайну на носіях. В буклетах Пола Ренда було показано обґрунтування всіх рішень, які приймав дизайнер в ході роботи, що підкупало замовника своєю ґрунтовністю та майстерністю Ренда у рішенні поставленої проблеми.

Для кращого розуміння процесу роботи дизайнера розглянемо один з його проєктів – логотип та елементи корпоративного стилю для компанії «Iitri». Свої роздуми та пояснення Ренд починає з означення проблем, а саме: означити розділення «ІТ» і «RІ» як окремих складових логотипу в одному слові, спростити читання літер та їх загальне сприйняття (відсутність контрастних форм об'єктивно це ускладнює). На другому розвороті Ренд представляє варіанти розв'язання поставлених проблем та пояснює більш вдале рішення. Напр., дизайнер пропонував спростити читання логотипу, використавши рядкові літери, але зауважив, що вони сприймаються як «неформальні», а отже, можуть зашкодити іміджу компанії. Далі Пол Ренд показує свою пропозицію – розділення форм на складові, що спростить читання вертикальних форм – тепер будь-який користувач зрозуміє та виділить літери ІТ. Щодо означення двох різних складових в одному слові – Пол виділив літеру «R» – пряме розділення на фоні інших лінійно-окреслених літер. Це додало логотипу унікальності, що закарбується в пам'яті глядача. Далі Ренд показує використання логотипа в різних форматах, у різних комбінаціях визначених кольорів і використання його на носіях. Побачивши такий детальний аналіз і обґрунтування продуманого підходу, з урахуванням усіх можливостей та ефектів, що буде давати певне рішення, замовник не матиме іншого вибору як схвалити дизайн, що ефективно вирішує його проблему.

Висновки. Розглянувши тонкощі дизайнерського підходу Пола Ренда, розуміємо, що він є професіоналом своєї справи. Він надихає молодих дизайнерів розвиватися, показує своїм прикладом, що таке самонавчання. Своєю спадщиною він вчить успішній комунікації із замовником, критичному аналізу своїх напрацювань, доводить, що кожний елемент дизайну має нести певний сенс. Майстер показує, як слід ставитися до своєї праці, надає детальні рекомендації щодо використання дизайну в різних комбінаціях визначених кольорів і в градаціях сірого, в різних розмірах і на різних носіях, бо все це вплине на подальшу долю дизайнерської розробки. Професійний шлях Пола Ренда спонукає дизайнерів мислити нестандартно, пробувати нове та впевнено захищати своє рішення.

Література

5. Paul Rand. Modernist Master. 1914–1996: URL: <https://www.paulrand.design/work/Logo-Presentation-Books.html> (дата звернення: 19.11.2023).
6. Paul Rand / Steven Heller. New York: 1999. URL: <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/books/first/h/heller-rand.html> (дата звернення: 19.11.2023).
7. Nicholes B. Paul Rand: life, work, philosophy and influence on modern design. Honors program Liberty university. Lynchburg. 2016. URL: <https://digitalcommons.liberty.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1618&context=honors> (дата звернення: 19.11.2023).
8. Chris Do. The Futur Academy. Celebrating The Life Of The Greatest Graphic Designer – Paul Rand. URL: https://www.youtube.com/watch?v=L4kSCd8yt00&ab_channel=TheFuturAcademy (дата звернення: 19.11.2023)

Інформація про автора

КРИВИЧ Олена Анатоліївна, студентка 3 курсу ОПП «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. СБІТНЄВА Надія Федорівна

КАССАНДР: ШРИФТИ ТА ЇХНЯ РОЛЬ

У ПЛАКАТАХ МИТЦЯ

Катерина КУХАРЄВА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Кассандр (справжнє ім'я Адольф Жан Марі Мурон) в історії графічного дизайну відзначився як плакатист і розробник шрифтів. Кассандр створив 6 шрифтів, 3 з яких розглянемо в цій статті. Його роботи стали справжньої інновацією в світі тогочасної типографіки, новаторським також було його бачення ролі шрифту в плакаті. Вивчення та аналіз шрифтів Кассандра може стати поштовхом до розкриття потенційних шляхів до експериментів в сучасній цифровій типографіці.

Перший шрифт Кассандра, випущений у 1929 році – *Bifur*, був найбільш експериментальним його шрифтом. На момент його створення відома німецька школа Баугауз просуvalа авангардизм, який пропагував використання малих літер, однак на противагу цьому *Bifur* складався лише з великих. Малі літери Кассандр вважав еволюційною помилкою, кажучи що «...малі літери – це лише ручна деформація монументального письма, абрєвіатура, скорописна зміна, яку можна віднести до переписувачів» [3, с. 1.6]. Шрифт не зазнав фінансового успіху на той час, однак став своєрідною «емблемою» 1930-х років та стилю ар-деко [4]. *Bifur* комерційно було випущено у двох версіях. Перша версія включала тонкі паралельні лінії, об'єднані з суцільними штрихами. Друга версія включала суцільний тональний шар замість штрихів. В обох версіях для побудови кожного символу використано лише фундаментально важливі та визначальні штрихи, спрощені майже до геометричних фігур. При накладанні двох шарів формується силует, однак окремі шари здебільшого не формують образи літери чи знаку. У невеликому розмірі шрифт погано зчитується, але формує привабливий патерн.

У 1936 (за деякими джерелами у 1935) році Адольф Жан-Марі Мурон розробив шрифт *Acier Noir*, який сам назвав експериментом між *Bifur* і *Futura*. Шрифт поєднував у собі кілька впливів: декоративне мистецтво, дизайн, архітектуру та міську епіграфіку [2]. Шрифт існує в двох варіаціях: *Acier Noir* (чорний) та *Acier Gris* (сірий), в якому чорні плями заміщуються сірими. Акцидентний шрифт *Acier* має низьку читабельність, тому створений суто для заголовків. Форма та побудова літер і знаків спрощена й геометрична. У шрифті відчувається вплив кубізму та ар-деко. Адольф Жан-Марі Мурон втілював доволі сміливе поєднання обведення та суцільної заливки, створивши шрифт, який при погляді здалеку не формується в суцільну пляму, а мерехтить та переливається, що дуже привабливо ви-

глядає на плакатах. Також такий ефект гарно перегукується із ілюстраціями в газеті.

У 1937 році розроблено та розповсюджено шрифт *Reignot*. Так само як інші шрифтові розробки Кассандра, *Reignot* важко читати у великих текстових масивах, тож він підходить лише для заголовків чи великих текстів із невеликим набором слів. Як вже відомо, Кассандр був великим шанувальником використання лише великих літер, однак в цьому шрифті він намагався поєднати і великі і малі форми. Замість малого регістру використовується «мультирегістр», що поєднує традиційні рядкові та малі за розміром прописні літери [5]. Графеми у шрифті не мають нахилу, вертикальні штрихи ширші за горизонтальні, однак шрифт має низький контраст. Кассандр створив шрифт із заокругленими кінцями, тому він сприймається як доволі м'який. У *Reignot* наявні високі виносні елементи, що робить його елегантним. В основі побудови графем базові геометричні фігури. *Reignot* – сучасний та модерністський шрифт, він демонстрував розвиток тогочасної типографіки.

У своїх роботах Кассандр використовував гротескові шрифти, які гармонійно поєднувались із зображенням, типографіка відповідала канонам функціональності. Контрастність, строгість, геометричність шрифтів, які він використовував у плакатах, є типовими ознаками стилю ар-деко [1, с. 69]. Типографіка на плакатах виступає не як окремий об'єкт, а органічно вписується в композицію; шрифти виконують інформаційну функцію і підтримують ідею плакату графічно та стилістично. Адольф експериментував з формами літер, розмірами, їх нахилом, по-різному розміщував шрифти у композиції, розбивав шрифти на декілька кольорів відповідно до зображення тощо. Завдяки цим прийомам типографіка в плакатах Кассандра ставить крапку у формуванні суцільного образу, ідеї та підтримує певний настрій.

Висновок. Шрифти Кассандра відображають дух 1930-х років, поєднують в собі вплив різноманітних популярних на той час течій та є яскравим прикладом стилю ар-деко. Його підхід до пошуку форм у типографіці був сміливим, Адольф експериментував, ризикуючи власним фінансовим успіхом. Завдяки незвичним формам, типографіка Кассандра дуже оригінально, по-новому працювала в рекламі, плакатах та друкованих виданнях. Він активно експериментував із формами літер, нахилом та кольором, щоб типографіка відповідала загальній концепції і підтримувала ілюстративну частину на плакаті. Він шукав нові способи поєднання тексту й зображення, його напрацювання та ідеї і сьогодні виглядають креативно, привертаючи увагу глядачів.

Література

1. Ісмайлова М.С. Типографіка як інструмент рішення функціональних та естетичних аспектів у дизайні поліграфічної рекламної продукції раннього модернізму (1910–1935). Вісник ХДАДМ. 2015. №6. С. 61–70.

2. Acier. Production Type. URL: <https://www.productiontype.com/family/acier> (дата звернення: 26.02.2024).
3. Ejlert S. When is typography conceptual. Artifact.2013. Volume III, Issue 1. P. 1.1–1.10.
4. Millemcamp Y. Cassandre et la typographie. Academies des Beaux-Arts. URL: <https://www.academiedesbeauxarts.fr/cassandre-et-la-typographie> (дата звернення 21.02.2024).
5. Peignot Font. 1001 Fonts. URL: <https://www.1001fonts.com/peignot-font.html> (дата звернення: 21.02.2024).

Інформація про автора

*КУХАРЄВА Катерина Євгенівна, студентка 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна*

ТВОРЧИЙ ШЛЯХ ВАСИЛЯ ЄРМІЛОВА У ВЗАЄМОДІЇ З МИСТЕЦЬКИМИ ТЕЧІЯМИ ТА НАПРЯМКАМИ І ТРЕТИНИ ХХ СТОЛІТТЯ

Ольга Лагутенко

*Національна академія образотворчого мистецтва
і архітектури*

Творчість Василя Єрмілова найкращим чином представляє конструктивізм в мистецтві України. Але в цілому творчий шлях майстра не був обмежений одним художнім напрямом, у ньому повною мірою відбився полістилізм, притаманний українському мистецтву першої третини ХХ століття [1, с. 233]. Різні загальноєвропейські авангардні напрями – експресіонізм, кубізм, футуризм, неопримитивізм, залишили свій слід у роботах художника. Не менш вагомим був вплив на творчість майстра таких яскраво-виразних національних явищ як бойчукізм і нарбутівська течія, що у різний час, а нерідко й одночасно захоплювали художника.

Причетність Єрмілова до конструктивізму не була випадковою, здається, що майстер був підготовлений до цього вибору всім складним розгортанням його творчого шляху. Любов до функціонально-корисного мистецтва, вміння цінувати і естетизувати самий матеріал, яким оперує художник, були притаманні Єрмілову від самого початку його творчої діяльності. Художню освіту він отримав у Харківській художньо-ремісничій майстерні (1905-1909), де навчався у Л. Тракала, випускника Празької художньо-промислової академії. Тракал викладав живопис, композицію, технологію матеріалів, особливу увагу приділяв вивченню орнаментів слав'янських народів. Знання національних орнаментальних мотивів і саме розуміння специфіки прийомів стилізації знадобилися Єрмілову у виконанні соціальних замовлень, як у галузі монументального живопису, так, з часом, і у книжковій графіці. А інтерес до технології матеріалів і техніки живопису, що виник у майстерні Тракала, художник підтримував упродовж всього життя

В наступні роки увагу Єрмілова захопили станкові форми художньої творчості, він навчався в Міській школі малювання і живопису (у 1910 р.), у студії Е.Штейнберга й О. Грота (у 1911р.). Про ранні художні захоплення Єрмілов згадував, що в 1910 «уперше відчув аромат імпресіонізму, а в 1911 році Ван Гог став для мене значати більше за рідного батька. У 1912 році я був зачарований Пікассо, і з тих пір знаходжуся під цим зачаруванням до цього дня» [2].

Подальший шлях художника пролягав не тільки в царині живопису, але й у техніці графіки. Офортові Василь Єрмілов вчився з 1912 року в Москві в студії Г.Гамана. Крім занять він щодня відвідував кабін-

ет гравюр Рум'янцівського музею, де вивчав і копіював гравюри Рембрандта, Брейгеля, Гойї, Дюрера. Офортами 1912 року Єрмілов дебютував на виставці Московського товариства художників у Москві (1913 р.), далі офорти були представлені в Харкові на XVI (1913 р.) і на XVII (1914 р.) виставках Товариства харківських художників. Офорти Єрмілова 1912р. близькі роботам експресіоністів. Деформація матеріальної форми виявляє в них нервову напругу людини, її страх, біль, розпач.

У тім же 1912 році Єрмілов поступив до Московського училища живопису, скульптури і зодчества, у старший (натурний) клас, що відвідували В. Маяковський і Д. Бурлюк. У цей же період Єрмілов знайомиться з Н. Гончаровою і М.Ларионовим, таким чином, коло спілкування включає його в потік руху мистецтва авангарду. Можливо, під враженням нових ідей і живописних шукань Єрмілов залишив училище і перейшов до студії І. Машкова і П. Кончаловського.

У московський період Єрмілов у колекції С. Щукіна побачив живописні твори П. Пікассо, а в 1915 році під враженням від робіт майстра Єрмілов створить свій натюрморт «Хліб. Тарілка. Ніж» у техніці живопису. Але тут предмети підлягають меншій деформації ніж у роботах Пікассо, вони демонструють себе на першому плані, видимі зверху, вони немов насуваються на глядача. Ретельно прописана фактура дерев'яної стільниці, товста фаянсова тарілка зображена декількома сегментами. Пластичним акцентом служить грубозерниста фактура, що передає поверхню скиби хліба, а зображення ножа доносить блиск металу.

Майстер повертається до Харкова у 1918 році, у час бурхливо-непередбачуваних соціально-політичних змін. У цей період Єрмілов виступає в спільних акціях художників авангардистів «Союзу семи» (до якого входили В.Бобрицький, Б. Цибіс, М. Мищенко, Б. Косарев, Г. Цапок, М. Калмиков, В.Дьяков), бере участь у збірнику «Сім плюс три», що вийшов у Харкові 1918 року. Водночас Єрмілов активно працює над новими соціальними замовленнями, які він сприймає як реальну можливість творити в самому просторі життя, про що мріяли і футуристи, і дадаїсти в Європі.

Для Харкова майстер розробляв проекти парадних арок, огорож, платформ-автомобілів, сцен, прапорів. Як писав В. Поліщук: «всі вулиці і будинки кричали фарбами, гаслами, квітами, цитами й арками роботи Єрмілова» [3, с.10]. Пореволюційний період розвитку харківського мистецтва не випадково був названий «єрмілівським» [3, с.15]. Можна тільки вражатися творчій активності майстра і коефіцієнтові реалізації його художніх проєктів, чому можуть позадрити сучасні діячі Паблік-арту та Стріт-арту.

«Мистецтво вулиць» перепланилося в оформлення суспільних інтер'єрів, у 1919 році Єрмілов із групою художників розписав фойє харківського цирку, а в 1920 розписав стіни Клуба Червоної Армії.

Єрмілов писав із приводу своєї монументальної роботи: «Вважаю за необхідне відзначити, що прагнув надати розписам національної своєрідності, для чого трактував фігури в дусі старого українського живопису і гравюри» [4].

Умовність форми, символізм художньої мови, лінійна розробка композиції й акцентування ритму – традиційні пластичні форми наповнюються «новим вином» сучасного змісту. Крім того, Єрмілову, безумовно, були знайомі ті шляхи, якими рухався у мистецтві Михайло Бойчук, чие ім'я дало назву цілому напрямку в українському мистецтві - бойчукізму. І до нарбутовської традиції, до нарбутових прийомів формотворення - сучасної стилізації мотивів народного мистецтва, Єрмілов не раз звертався, особливо при оформленні книг. Застосував він цей досвід і у відомому розписі агітпоїзда «Червона Україна».

Впродовж 1920-х років головною творчою роботою Василя Єрмілова, що подається практично на всі художні виставки, що проходили в Харкові, стає створення композицій зі сполучень різних фактур і матеріалів – дерева, картону, міді, скла, посипки, олії, емалі. Він невпинно експериментує над з'єднанням і взаємодією різних матеріалів. Єрмілов будує міцний світоустрій з усіх матеріалів, підвладних йому. Він стверджує цінність звичайного, виявляючи архітектонічні першооснови стандартних речей, їхню простоту, їхню справжність.

Важливо підкреслити, що послідовна еволюція стилістичних напрямів у творчості художника одночасно сполучалася з його творчою практикою у різних манерах. Особливо це помітно при порівнянні його робіт у техніці станкового живопису, графіки, рельє-

фу, і творів, виконаних на замовлення - його монументального живопису. У першому випадку художник дотримує чистоти пластичного рішення у відповідності одному певному стилістичному напрямку як експресіонізм, кубізм, конструктивізм чи синтетичний кубофутуризм. У монументальних розписах (у стінописі, в розпису агітпоїзда «Червона Україна») своєрідність художньої мови виникла завдяки застосуванню традиційних мотивів і авангардових засобів творення образу. Тут присутні в пластичних рішеннях риси неопримітивізму і Арт Деко.

Творчість Василя Єрмілова доби 1910-х початку 1930-х років сьогодні нас особливо приваблює своїм полістилізмом, багатомірністю і внутрішньою художньою свободою вибору різноманітних засобів, різних мовних кодів. В цілому художня мова творів Єрмілова відображає складну взаємодію давнього і сучасного, народного і професійного, загальноєвропейського і національного. Творчість майстра належить до вершинних шарів української культури, тому є складовою світового мистецтва XX століття.

Література

1. Лагутенко О. Українська графіка першої третини XX ст. – К.: Грані-Т, 2006.
2. Лист В. Єрмілова до А. Платонова від 18.03.1963. - Архів Д. Горбачова.
3. Поліщук В. Василь Єрмілов. – Х.: РУХ, 1931.
4. Єрмілов В. Замість спогадів. Машинопис. ЦДАМЛіМ. – Ф.337. Оп.1.Справа 120.

Інформація про автора

Лагутенко Ольга Андріївна, доктор мистецтвознавства, професор кафедри Національної академії образотворчого мистецтва і архітектури

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН США В КОНТЕКСТІ СЕКСУАЛЬНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ 1950-Х РР.

Ольга ЛИСЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

У 1950-х рр. у США виникло явище, яке отримало назву «сексуальна революція», яка не була окремим поняттям чи стилем, а відбувалася в контексті американського кітч (нім. *Kitsch* – ницість, халтура, несмак). О. Устименко-Косоріч пише про кітч так: «В широкому сенсі під кітчем розуміють твори невибагливого смаку, банальні, розраховані на миттєвий, швидкоплинний успіх у широкій публіці. <...>Якщо дати кітч більш чітке визначення, то американський кітч – це напрямок у дизайні (зокрема в графічному дизайні), що виник у 1940-х рр.; його розквіт припадає на 1950-ті рр. Основними ознаками є: копіювання, дешеві матеріали, гучні рекламні лозунги, об'єктивація та вульгарність [1, с. 20].

Графічний дизайн, як і багато інших галузей (література, кінематограф, музичне мистецтво), потрапив під вплив сексуальної революції настільки сильно, що у ХХ ст. важко й уявити світ без сексуалізованої реклами та маніпулятивного комерційного дизайну. Ці маркетингові засоби використовували як локальні українські компанії (наприклад: компанія «Цитрус»), так і світові бренди (наприклад: компанія «Victoria's Secret»). Для людей, народжених після 1990-х рр., це взагалі єдина знайома реальність: оголені тіла на пакуванні і в рекламі, вульгарні лозунги на банерах і плакатах тощо. Звісно, розвиток американського кітч не відбувався безпідставно. 50-і рр. ХХ ст. – це післявоєнний період як в Європі, так і в США. Ринок на той час був досить вільним і швидко розвивався, рекламні й маркетингові агенції ставали все більш затребуваними серед замовників, зростало використання фото в графічному дизайні, розвивалися комерційне кіно та телебачення, журнали отримували неабияку популярність, а економічна криза вимагала економії на дизайні та якнайшвидшого ефекту від реклами [2].

Таке явище як сексуальна революція не розвивалося самостійно. Одним з його головних засновників був психолог і маркетолог Ернест Діхтер. У своїй роботі він наголошував на важливості сексуальності та впливу на несвідоме. Найперший гучний успіх йому принесли реклама та пакування мила. Діхтер замінив зображення дітей у рекламі (як символ чистоти) на зображення привабливих жінок (як символ задоволення), а пакування зробив більш ніжним та декорованим [3]. Подібні прийоми можна помітити в багатьох роботах часів сексуальної революції. Нюансні кольори та яскраві акценти, зменшене зображення рекламованого товару та велике зображення рекламного сюжету, застосування великої кількості шрифтів,

об'єктивація та сексуалізація людського тіла, закріплення стереотипів суспільства (як от зображення сцен домашнього насильства без ідеї засудження цього явища) [4].

Одним із прикладів цього напрямку є рекламні плакати бренду «Van Heusen», який відомий не лише своєю продукцією, але й сексистською рекламою 1950-х років. На плакатах часто зображувались жінки в принизливому становищі (як прислуга для чоловіка) або сексуально об'єктивовані. З графічного боку плакати гарно привертати увагу завдяки нюансній колірній гамі та контрастним акцентам. Яскраві образи на плакатах «Van Heusen» зробили бренд відомим, але водночас закріпили дискримінуючі стереотипи в американському суспільстві, використовуючи для реклами не лише продукцію, а й жіноче тіло [4]. В сучасному суспільстві подібні плакати часто викликають обурення та бажання протесту. Бейрутський фотограф Елі Резкаллах у своєму проєкті перезняв сюжети 50-х, помінявши жінок і чоловіків місцями. Таким чином він звернув увагу суспільства на те, якою абсурдною буде здаватися стереотипна ситуація, якщо змінювати не сюжет, а ролі персонажів.

Графічний дизайн у контексті сексуальної революції не отримав розвитку з боку технічності виконання, адже багато стильових ознак були скопійовані з офіційних стилів. Напр., велика кількість шрифтів, гучні рекламні лозунги та яскрава колірна гама були притаманні комерційному стилю, реалістичне зображення, сюжетність і широке використання фото є ознаками реалізму, а нюансна колірна палітра та стилізоване зображення є рисами модерну. Ідейність же цього напрямку скерована на отримання якнайбільшої уваги споживачів. Це є основним фактором, який відрізняє напрям дизайну сексуальної революції від офіційних стилів, які мали соціальну мету. Зараз багато країн забороняють дискримінуючий дизайн не лише на громадському рівні, а й на законодавчому. Україна є однією з таких країн. 10.09.2021 р. Верховна Рада України прийняла законопроект № 3427 «Про рекламу», яким забороняється використання сексуалізованих і дискримінаційних образів у рекламі.

Висновок. Сексуальна революція окремо і американський кітч загалом сприяли суттєвим змінам у графічному дизайні, який все більше переходив на суто маркетингові цілі. Буде несправедливим твердження, що всі роботи графічних дизайнерів, які працювали на розвиток кітч, є непрофесійними чи неякісними. Насправді є багато робіт з правильно побудованою композицією, гарним зображенням і гармонійним колірним рішенням. Але, у більшості випадків, метою цих робіт є лише швидке привертання уваги. Ідейність і мораль в такому випадку відходять на другий план, якщо зовсім не зникають. Хоча американський кітч і вважається дизайном минулого, він продовжує впливати на сучасний графічний дизайн, суспільство та навіть на законодавство.

Література

1. Устименко-Косоріч О.А. Масова та елітарна культура: проблеми взаємодії: навч. посіб. Умань: ФОП Жовтий О.О., 2015. 19 с.
2. Graphic design, 1945–75. The International Typographic Style. Britannica. URL: <https://www.britannica.com/art/graphic-design/Graphic-design-1945-75> (дата звернення: 20.02.2024).
3. Історичні картонні упаковки, що зробили товар брендовим. URL: <https://ukrsich.kiev.ua/nashi-novosti/blog/> (дата звернення: 20.02.2024).
4. 26 sexist ads that companies wish we'd forget they ever made. URL: <https://www.businessinsider.in/advertising/26-sexist-ads-that-companies-wish-wed-forget-they-ever-made/slidelist/49144736.cms#slideid=49144738> (дата звернення: 20.02.2024).
5. Про рекламу: Закон України від 10.09.2021р. №3427. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/Novyny/213702.html> (дата звернення: 21.02.2024).
6. Реж. Кріс Уїлсон, Тім Кірбі, Кріс Родлі, Петер Свізі. Серія документальних фільмів «The Genius of Design». 2010. URL: <https://www.imdb.com/title/tt1729601/> (дата звернення: 15.01.2024).

Інформація про автора

*ЛИСЕНКО Ольга Олександрівна, студентка 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна*

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ СУЧАСНОЇ КІНОАФІШИ

Ольга ЛЮБЧЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

За визначенням Словника української мови, «кіноафіша – плакат, що рекламує фільм, якого демонструватимуть у якому-небудь кінотеатрі» [1, с. 73]. Кіно – це продукт мистецтва й індустрії, і відокремити одне від одного неможливо. Кінострічка – це мистецтво, афіша – продукт індустрії, що сприяє продажу фільму. В результаті тривалого розвитку сучасний дизайн кіноплакату є динамічним перетином художнього вираження та стратегічної комунікації. Його вплив виходить далеко за рамки кінематографа, залишаючи значний культурний слід на суспільстві. Кіноафіша містить в собі не лише рекламну складову. Кінопостер – це візуальна розповідь за допомогою одного кадра, що вміщує в собі цілу історію. На візуальну мову графічних рішень впливають культурні чинники, такі як суспільні тенденції та фактичний і метафоричний ландшафт створення роботи. Для побудови психологічного зв'язку зі споживачем важливим є емоційний чинник, адже афіша має соціальний вплив на формування певної думки на визначену змістом стрічки тему.

Знання принципів візуальної мови допомагає чітко донести послання до споживача. Рекламний постер використовує основні принципи побудови будь-якого візуально-інформаційного об'єкту. Мінімізм і візуальний баланс для легкого сприйняття інформації за сенсорною ієрархією, для логічної послідовності обробки отриманих знань. Типографіка є основним засобом промовистості дизайну. В рекламному плакаті до основних принципів додаються тригерні ознаки, наявність яких відрізняє кожне повідомлення. Побудова емоційного зв'язку зі споживачем важлива для передачі жанрової специфіки кінострічки. Для цього дизайнери використовують образи та символи, певні кольори та шрифти, що втілюють настрій повідомлення.

Коріння кінематографа сягає кінця XIX ст., коли було винайдено фотографію, на основі якої виникло явище кіно. Батьківщиною кіно є Європа. Фільми, зняті тут – це класика. Вишукані, динамічні й змістовні зображення часто перевершують попередньо створені шедеври. У зв'язку з цим плакати для фільмів стали незалежним напрямком, який розвивався паралельно з кіно. Яскравий сплеск розвитку кіноафіш настав у часи «Золотої епохи» Голлівуду (1920-1930 рр.), коли кіномистецтво заповнило візуальний простір комунікації і потребувало промовистої реклами. Найбільш впливовим дизайнером афіш для кіно-розробок був Сол Басс. «Це людина, яка перевернула уявлення про дизайн і роль титрів у кіно. <...> Фігура Сола Басса має неабияке значення в сучасній культу-

рі, оскільки завдяки діяльності саме цього художника уявлення про можливість дизайну та його функції у мистецтві розширилися» [2, с. 8]. Методи дизайну, які Басс виробляв протягом життя, проникли в різні сфери візуальних мистецтв. Він активно експериментував із різноманітними способами виразності: кольорами, формами, анімацією та новими технологіями. Його афіші відрізняються використанням насичених кольорів і простих силуетів, що легко сприймаються та чіпляють споживача до глибини душі. Також визнаним майстром у галузі візуальних комунікацій є французький дизайнер Рене Перон, автор більш ніж 2000 кіноафіш [3]. Характерними особливостями його робіт є мінімізм, елегантність та акцент на культових образах, найчастіше зосереджений на централізованості зображення.

Україна не є світовим лідером у кіноіндустрії, проте вона наполегливо розвивається. У XX ст. афіші були побудовані на засадах класичного Голлівудського плаката. «Їх стилістика еволюціонувала від модерну до конструктивізму. <...> Роботи Ібрагіма Літинського, Якова Леуса, Йосипа Кузьковського, Данила Демуцького стали відкриттями 1920-х років» [4, с. 8]. Сучасний український графічний дизайн постерів лаконічний, зазвичай побудований на основі фотографій та типографіки. Кіноплакати отримують своє визнання завдяки майстерності втілення культурної ідентичності народу в глобальній кінематографічній контекст, завдяки чому висвітлені теми резонують на світовому ринку візуальної інформації.

У 2017 р. Андрій Єрмоленко створив афішу для фільму «Кіборги: Герої не вмирають», що розповідає про оборону Донецького аеропорту у 2014-2015 рр. Плакат пронизаний болем, вогнем та кров'ю української історії. Емоційно впливовим він є завдяки продуманим деталям, це стійка композиція, темне колірне вирішення, «сталевий» шрифт, фото героїв і прапор, який вцілів у вогні. Все це – розповідь про історію української нації.

Висновок. Вплив кіноафіші на життя людини дуже важливий. Кінопостер – це ілюстрація історії, конкретних проблем та поглядів. Плакати для фільмів служать культурними точками дотику, формуючи візуальне сприйняття та розуміння суспільством певної теми, періоду, епохи; вони продають не товар, а певний досвід. Графічно плакат має бути таким, щоб його було легко сприйняти з першого погляду. Відповідне ідеї колірне рішення, композиційна побудова, читабельна типографіка, притаманна жанру фільму, що рекламується, зупиняють споживача для прийняття й обробки поданої інформації. Емоційний та символічний контекст зображення вимагає роздумів над побаченим та кінцевого рішення на користь потреби отриманих знань. Кіноафіша, побудована на використанні зазначених принципів, відповідатиме естетичному та рекламному запиту глядача, а її результат буде фактично ефективним.

Література

1. Словник української мови. В 11 т. Київ: Наукова думка, 1970–1980. Том 1, 1970. 73 с.
2. Bass J., Kirkham P. Saul Bass: a Life in Film and Design. London: Laurence King Publishing, 2012. 440 p.
3. Біографічна довідка генерального каталогу БНФ. URL: <https://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb12222859j> (дата звернення 18.02.2024).
4. Сілантьєв С., Горбачов Д., Госейко Л. Український кіноплакат 1920-х років. ВУФКУ. Київ: Національний Центр Олександра Довженка, 2015. 168 с.

Інформація про автора

*ЛЮБЧЕНКО Ольга Ярославівна, студентка 3 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна*

ХУСТКА, ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ, СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Тетяна МАЛІК

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Анотація: автор представляє результати дослідження виникнення хустки, сучасний стан та тенденції розвитку. Метою роботи було встановлення місто хустки в історичному та сучасному контексті дизайну костюма. Показано, що хустка, як один з основних аксесуарів костюму, не втрачає своєї актуальності і має широкий спектр застосування.

Ключові слова: хустка, принти, аксесуар, бренд.

ВСТУП. Хустка - один з найдавніших в історії людства аксесуар одягу, що має багато застосувань у функціональному та декоративному використанні.

Традиційно хустку носять на голові, плечах, шиї, а сучасні тенденції дозволяють пов'язувати її на сумку, зап'ястя, і навіть підперезатися нею як ременем.

Хустка може бути не тільки частиною одягу, а й сувеніром, що має у своєму зображенні відмінні риси, які відображають культуру народу, особливості та пам'ятки міста, геральдику та традиційну символіку роду, соціальної структури або закладу.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ. У вказаному контексті хустка усе частіше позиціонується як домінанта в дизайні костюму та створенню образу, вимагає встановлення структурних і змістовних зв'язків між дизайном хустки та дизайном костюму. Виникає необхідність визначити сучасний стан та тенденції розвитку дизайну хустки.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ. Історія хустки починається з Древнього Єгипту, з цариці Нефертіті, яка носила ткану хустку під головним убором прикрашеним дорогоцінними каміннями. Історично хустки були традиційним повсякденним одягом не тільки жінок, а і чоловіків.

У цього елемента одягу багато назв, та вперше виникла перська назва "шал", від якого будується англійське «шалль». При традиційному використанні шаль може використовуватися як шарф, хустка, тюрбан, мантія або навіть покривало.

Переважно жіночою частиною вбрання хустка стає в Європі. У середньовіччі хустка стала обов'язковою частиною одягу для жінки: нею покривали голову та плечі, по її зовнішньому вигляду визначався статус жінки, її соціальне положення. Мода на спосіб зав'язування хустки, її матеріали та кольори постійно змінювалася, в залежності від історичних подій.

Вперше дизайнерську шовкову хустку (у сучасному розумінні) розробив в 1837 році Французький дім Hermès (Рис. 1). Шовкова атласна хустка, розміром 90x90 см, що мала замкнуту монокомпозицію, стала камертоном стилю хусток Hermès. Їх принти відображали кінну тематику і хустки з цими архівними малюнками ставали колекційними.



Рис. 1 Хустка Hermès, Le Carré («Квадрат»), 1937 до 100-річчя заснування компанії Hermès

Вслід за Hermès, завдяки швидкому розвитку шовкової промисловості, на заході все більше брендів одягу почали виробляти шовкові аксесуари. З того часу зовнішній вигляд хустки почав змінюватися значно повільніше, ніж у середньовіччі, і залежав тепер не тільки від історико-географічних подій а й від науки та прогресу: винаходів нових матеріалів, що впливали на актуальність малюнків на хустках. Так наприклад у 19-му столітті в моду увійшли хустки з нового виду тканини: шифону, а у 20-му столітті людина почала створювати штучні волокна які стали дешевими у виробництві і більш доступними для різних верств населення.

З 1946 по 1955 до розробки принтів дизайнерських хусток почали долучати провідних художників з усього світу. Кроком впровадженням мистецтва в повсякденні речі став проект "Площа Художників" Ашера, до якої увійшли Анрі Матісс, Пабло Пікассо і Генрі Мур та інші художники того часу. Цей проект не тільки об'єднав післявоєнну спільноту творчих людей, а й впровадив образотворче мистецтво у побутові речі у вигляді нових принтів та композицій, об'єднав в собі ідеали мистецтва і моди. У 1958 році, із винаходом поліестеру піднялася нова хвиля моди на хустки. Люди почали виробляти більш доступний за ціною синтетичний шифон у великих кількостях, що повернуло хусткам масовий попит. Це поширило імітуючи шовк тканини серед всіх соціальних верств населення. Нові, на той час, поліестерові хустки зовні стало майже неможливо відрізнити від шовкових.

Хустка повернулася в моду і як форма самовираження; нові матеріали дозволили друкувати яскраві візерунки і чіткі деталі. А їх популярність зростала завдяки тому, що зірки, такі як Одрі Хепберн і Грейс Келлі, з'являлися на публіці в хустках, одягали їх в кінофільмах.

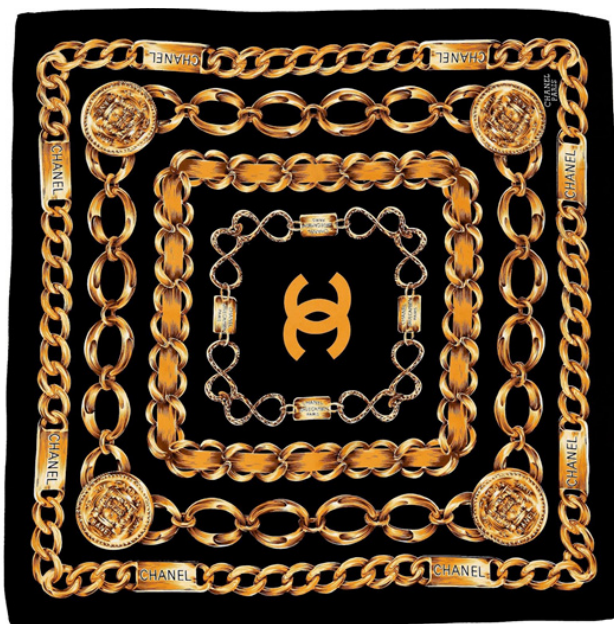


Рис. 2 Хустка Шанель з зображенням брендovаних ланцюжків

80-ті роки 20-го століття стали етапом виникнення характерних відмінностей у хусток різних брендів, що дало можливість споживачам ототожнювати естетику одних брендів з іншими. Наприклад: Шанель почала вводити у принти своїх хусток ланцюжки (Рис. 2), Дольче Габбана - троянди і т.п. Модні будинки у принтах почали друкувати свої логотипи, вводячи їх в образотворчі та геометричні композиції.

З наближенням 90-х років попит на натуральний шовк впав, що призвело до розчарування виробників у цьому продукті. Адже тепер виготовлення цього матеріалу стало нерационально складним та дорогим порівняно з виробництвом штучних та напів штучних за складом тканин.

Проте, в цьому десятилітті так само швидко розвивався транспорт та оптимізація доставки, що зробило рідкісні та дорогі товари більш доступними. Це надає нові поштовхи для розвинення індустрії моди. Бренди почали заново відкривати скарби минулого.

Найуспішніші українські бренди одягу не втрачають можливості випуску колекцій незамінного жіночого аксесуару - хустки. Так перший український

масс-маркет бренд "MustHave" у 2018 році запровадив до свого асортименту колекцію хусток з принтами на будь який смак - від урбаністичних пейзажів та стилізованих мап міст до тендітних квітів та повітряних кульок. Інший бренд Dvoira за основу для своїх принтів бере урбаністичні пейзажи Києва. Їх хустки показують будинки та вулиці столиці через ефект калейдоскопа.

Крім цього уваги заслуговують такі українські бренди "COVERNUMBERONE", "Dolya by Olga", "Dvoryanskaya", "Dafna May", "AnafeSilk", "Amber Sun Art", "Nymph Dresses" та інші. Дизайнери та художники кожного з цих брендів створюють унікальні та сучасні витвори мистецтва на хустках, різними способами друку та в різних стилях.

Опанувавши дизайн хусток, студенти кафедри ДТО ХДАДМ можуть розробляти проекти хусток та виконувати їх в матеріалі, а також використовувати вивчені техніки в створенні різних тематичних виробів, як, наприклад, хустки, виготовлені студентами 4 курсу ДТО в рамках дисципліни «Художній розпис тканин» до 100 річчя академії (рис. 3).

ВИСНОВКИ. Пройшовши через тисячоліття історії хустка не втрачає своєї актуальності і по наш час, залишаючись фаворитом в аксесуарах колекцій багатьох світових брендів одягу. Хустка проходила через зміни в своєму зовнішньому вигляді і технологіях виробництва разом з розвитком технологій, підлаштовуючись під свідомість людства та нові форми розуміння мистецтва, адже хустка - це в першу чергу вираз образотворчого мистецтва в текстилі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Історія хустки і шалі [Електронний ресурс] // Журнал Мілітта. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://mylitta.ru/1872-scarf-shawl.htm> l.
2. Лагунова А. Композиційне рішення в дизайні текстильних виробів / А. В. Лагунова. // Вісник ХДАДМ. – 2011. – С. <http://www.visnik.org/pdf/v2011-03-09-lagunova.pdf>.

Інформація про автора

МАЛІК Тетяна Вікторівна, ст. викл. каф. ДТО ХДАДМ

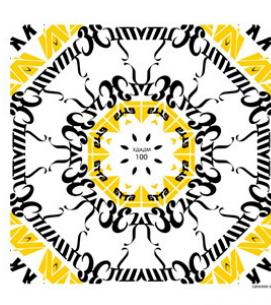
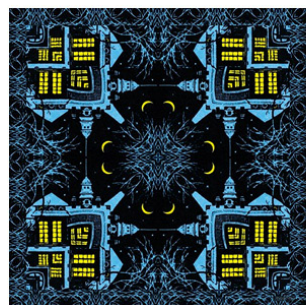


Рис. 3. Хустки студентів до ювілею академії. Керівник Малік Т.В.

СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ СТІНОПИСУ В ЦЕРКВІ СВ. ПАРАСКЕВИ В С. ОЛЕКСАНДРІВКА ХУСТСЬКОГО РАЙОНУ НА ЗАКАРПАТТІ

Андрій НЕСТЕРЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Дерев'яна церква Св. Параскеви в с. Олександрівка Хустського району на Закарпатті — пам'ятка архітектури національного значення. Вона побудована у XV столітті, а перебудована у 1753 році, що підтверджується надписом, виконаним над опасанням на південному фасаді. Споруда тридільна, має традиційну для української дерев'яної церкви структуру внутрішнього простору: бабинець, наву і вівтар. Усі приміщення розмальовані, розпис датується XVIII століттям. Хоча малювання виконане кількома художниками, встановити автора вдається тільки у наві, де є підтвердження того, що розписи виконані маляром Стефаном Терельським у 1779 році. Стінопис в церкві Св. Параскеви в с. Олександрівка вважається найбільше наповненим іконографічними сюжетами серед збережених в дерев'яних церквах цього періоду на Закарпатті.

Пишно розписано вівтар літургійною темою Євхаристії із священнослужителями, які відносяться до вищого щаблю в християнській церковній ієрархії. Центральним зображенням є образ Христа із архидияконами. На бічних стінах у двох регістрах намальовані святилі. Серед них є зображення Антонія та Феодосія Печерських, які вважаються родоначальниками Києво-Печерського монастиря. Через ці образи прослідковується духовне єднання та культурні зв'язки Закарпаття з Києвом. Іконографічна схема вівтарного розпису в церкві Св. Параскеви в Олександрівці перегукується і з найстарішим вівтарним розписом в церкві Воздвиження Чесного Хреста в Дрогобичі, що також свідчить про міцні взаємозв'язки між цими територіями. П. М. Жолтовський вбачає «... генетичний зв'язок цього розпису з древньоруськими традиціями монументального живопису. Привертає увагу підбір святих, які обумовлюють суто місцеві риси в цьому традиційному, дуже поширеному в Візантії, Афоні ... та Молдавії циклі вівтарного розпису» [1, с. 111].

Інтер'єр нави розписаний сценами «Страсті Христові», зображеннями у медальйонах мучеників і мучениць, композиціями «Гріхопадіння», «Кайн та Авель» та іншими, але ідентифікувати всі створені художником Стефаном Терельським іконографічні сюжети важко через те, що вони надто пошкоджені. На плафоні зображені євангелісти, сцени «Христос із мечем», «Сон Іакова», які також знаходяться у поганому стані.

Бабинець прикрашений композиціями «Страшний суд», «Втеча до Єгипту», зображеннями воїнів Ірода, які шукають Христа, апокаліптичними вершниками, дівами нерозумними, сценою «Усікновення голови Івана Хрестителя», алегоричними сюжетами та ін. Ці розписи збереглися краще.

Характерною ознакою стінопису в дерев'яній церкві Св. Параскеви в Олександрівці є вправне розміщення великої кількості іконографічних сюжетів в невеликій споруді. Без сумніву, малі розміри церкви потребували від малярів пошуку відповідних композиційних рішень. Тому, як зазначає П. М. Жолтовський, чимало сцен вписано у круглі чи квадратні обрамлення. Так, автор пише: «Квадратні й круглі картуші чергуються між собою у вигляді суцільних фризів» [1, с. 112]. Простежується стилістична відмінність у виконанні розписів у різних приміщеннях, зустрічається різностильове поєднання в окремих сценах. Живопису невідомого автора у вівтарі притаманна схильність до канонічності зображень, розписам Стефана Терельського у наві характерна підвищена експресія, а у художніх образах в бабинці відчувається тяжіння до народності». Але, висловлюючись про малювання Стефана Терельського, П. М. Жолтовський пише, що «... і його розписи мають дуже багато примітивного, вони щільно підходять до того напівнародного і напівцерковного за стилем малювання, яке зустрічаємо як у монументальному, так і в станковому живописі Західної України XVII – XVIII ст.» [1, с. 116].

Загалом, розписам в церкві Св. Параскеви в с. Олександрівка притаманне зниження монументальності, а також духу громадянського піднесення, що стало наслідком історичних подій на Закарпатті, пов'язаних з кризою доби середньовіччя.

Стінопис в церкві Св. Параскеви в Олександрівці має чималу мистецьку цінність. Проте, наразі, розписи продовжують руйнуватися. Для збереження національної спадщини потрібні кваліфіковані реставраційні роботи.

Література

1. Жолтовський П. М. Монументальний живопис на Україні XVII – XVIII ст. Київ: Наукова думка, 1988. 159 с.

Інформація про автора

НЕСТЕРЕНКО Андрій Олександрович, аспірант Харківської державної академії дизайну і мистецтв

Науковий керівник СОКОЛЮК Людмила Данилівна, доктор мистецтвознавства, професор, член-кор. НАМУ, професор кафедри теорії і історії мистецтва ХДАДМ

ОСОБЛИВОСТІ ЗАВДАНЬ З НАТУРНИХ ФІГУРАТИВНИХ ПОСТАНОВОК ДЛЯ СТУДЕНТІВ СТАРШИХ КУРСІВ ХХПІ В 1950–1970-Х РР.

Євгенія НЕСТЕРОВА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

У методичному фонді Харківської державної академії дизайну і мистецтв (ХДАДМ) зберігаються полотна, виконані талановитими молодими митцями на старших курсах навчання у 1950–1970-х роках. На третьому курсі Харківського художньо-промислового інституту (ХХПІ) було передбачено виконання натурних постановок з одягненими та оголеними фігурами, під час роботи над якими молоді митці продовжували вивчати пластику й анатомічну побудову людського тіла. Протягом курсу студенти навчалися виділяти характерні особливості моделі, що було важливим для виконання сюжетно-тематичних і портретно-жанрових композицій. Під час виконання цих завдань особлива увага приділялась об'ємно-просторовому рішення творів, переконливій передачі впливу повітряного середовища на колірну характеристику форм. Поряд з цим, студенти навчалися організовувати кольорову гармонію в цілому, підпорядковуючи окремі колірні відношення загальному колориту. Під час виконання етюдів півфігури або фігури людини видатні педагоги інституту (Б. Косарев, М. Шапошников, С. Беседін, П. Супонін, Н. Минко та ін.), перш за все, згідно з архівними даними, ставили

такі композиційні завдання, як передати рух природи, силуетну виразність постановки та її пластичний задум.

Значна кількість збережених творів, виконаних під керівництвом проф. Л. Чернова, позначена імпресіоністичною манерою виконання. До них належать роботи учнів М. Огурної та Лежнікова. Впевнений рисунок і композиційна рівновага поєднуються в цих роботах з колористичним багатством, «поетичною мерехтливістю» кольорових плям.

Викладачі інституту намагалися тематично збагатити навчальні завдання. Так, збереглася цікава робота Сібаєва — портрет дівчини у червоному кімоно, виконаний у мажорному, піднесеному колориті. Про специфіку завдань, що ставились перед молодими митцями означених років, свідчить також портрет лікарки пензля Кузнецова. Ця робота була виконана, згідно з архівними даними, під керівництвом професора Є. Жердзицького.

Портретну галерею доповнюють полотна «Жіноча постать у рожевому светрі», «Жіноча постать у чорному», «Жіноча постать», в яких розкриваються образи молодих харків'янок 1960-х років. Автори розкрили індивідуальні риси молодих дівчат, їхній характер, особливості статури та тогочасну моду в одязі. Застосування різних живописних технік і прийомів свідчить про розширення діапазону творчих можливостей студентів на старших курсах, їхній вільний підхід до стилізації натурального матеріалу.

Студенти виконували роботи з оголеною натурою задля більш ретельного вивчення анатомії і пластики людського тіла. Прикладом таких завдань є серія збережених робіт 1960–1970-х рр. У полотнах із зображенням оголеного торса простежується ускладнення академічних завдань драпуванням. З цієї серії полотен худож-



Іл. 1. Т. Перцев. Жіноча оголена постать. 1960-ті рр. Полотно, олія. 69 x 90. Фонд ХДАДМ (інв. № 749)



Іл. 2. І. Юденко. 4 курс. Чоловіча оголена постать. 1960-ті рр. Полотно, олія. 100 x 120. Фонд ХДАДМ. (інв. № 650)

ньою виразністю виділяється етюд студента Перцева 1960-х рр, який зобразив жіночу модель зі спини (іл. 1). Особлива увага у творі приділена пластиці тіла, характеристичності фігури моделі та завершеності етюду.

Одним із програмних завдань того часу були постановки з оголеною натурою в інтер'єрі майстерні. Збереглась робота художника І. Юденка, що була виконана їм на четвертому курсі навчання (іл. 2). Художник втілює образ молодого чоловіка спортивної статури зі спини на тлі монументальної гіпсової голови Зевса. Автор вдало відтворив рух фігури, що передає внутрішнє напруження персонажа.

Постановки оголеної фігури на весь зріст виконувались з метою вивчення особливостей впливу додаткового кольору на модель залежно від оточення, антуражу, насамперед тла. До світлого чи темного силуету оголеної моделі добиралося середовище з драпувань доповнювального стосовно фігури кольору. Серед подібних робіт можна назвати твір студента живописного факультету Є. Попенова, датований 1963 роком, що був виконаний під керівництвом проф. С. Бесєдіна та доцента Л. Чернова (іл. 3). Молодий митець зміг віднайти гармонію кольорів нижніх вохристих відтінків оголеного тіла і рожевого тла.

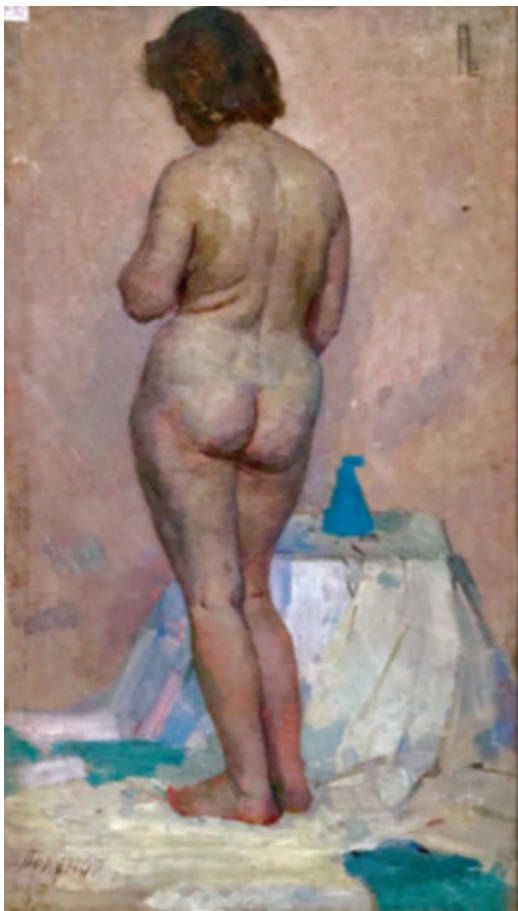
Пензлю Володимира Кравця (у майбутньому відомий український художник театру, графік, архітек-

тор, професор, доктор архітектури, Заслужений архітектор України) належить цікава навчальна постановка «Фехтувальник» (іл. 4). Ця робота виконана темперою, що була однією з розповсюджених технік, яку викладав професор Косарев. Чоловіча постать у русі з рапірою є доволі поширеною темою постановок того часу. Фігури атлетів і спортсменів почали з'являтися в українському мистецтві до і після тематичної всесоюзної виставки «Фізкультура і спорт в образотворчому мистецтві українських художників» у 1970-х роках. Темпера робота вирішена на тональних і колористичних нюансах. Побудова ритмічних зв'язків фігури й середовища надає полотну легкості і динамічної напруги.

Отже, протягом усього терміну навчання молоді митці виконували завдання, пов'язані з вивченням анатомії людського тіла, визначенням особливостей композиційної побудови, світлотіньових і колірно-тональних співвідношень. Збережені роботи є золотим фондом кафедри живопису ХДАДМ, що демонструють кращі традиції професійного живопису харківської художньої школи.

Інформація про автора

НЕСТЄРОВА Євгенія Олександрівна, викладачка кафедри станкового живопису ХДАДМ



Іл. 3. Є. Попенов Оголена жіноча постать. 1963. Полотно, олія. 80 і 150. Фонд ХДАДМ. Кер. проф. С. Ф. Бесєдін., доц. Л. І. Чернов



Іл. 4. В. Кравець. Оголена чоловіча постать. 1961. Полотно, темпера. 100 x 160. Фонд ХДАДМ. (інв. № 49). Кер. проф. Б.В. Косарев

ПРИЧИНИ АКТИВНОГО ВПРОВАДЖЕННЯ РУКОТВОРНОГО ГРАФІЧНОГО НАПISУ У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХХ СТ. — ХХІ СТ. У ВІЗУАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ МІСТА

Єлизавета ПАНДИРЄВА

Харківська державна академія дизайну і мистецтва

Анотація. В представленій темі аналізуються причини появи та швидкого розвитку рукотворного графічного напису у візуальному середовищі міста. Під поняттям рукотворний графічний напис автором дослідження було обрано такі види мистецтва як графіті, каліграфіті та рисований напис.

Результати та обговорення. Мистецтвознавці сучасного мистецтва вважають, що художники стали брати активну участь у громадянській діяльності починаючи з 1970-х років, що пояснює бурхливу появу та розвиток «нових жанрів публічного мистецтва». Фахівці зі створення рукотворних графічних написів практикують «нові жанри», що фокусуються на розширенні прав і можливостей маргінальних груп. Мистецтво графіті, каліграфіті та рисованого шрифту — інтерактивне, воно залучає різні аудиторії та підключається до політики ідентичності й громадянської активності [2, с. 157-160].

Поява та активне впровадження графіті у другій половині ХХ ст., а також поява каліграфіті та рисованого напису у кінці ХХ ст. та активне впровадження на початку ХХІ ст. у середовище міста обумовлене кількома чинниками:

Самовираження — ці види мистецтва надають можливість індивідуальному вираженню та самовираженню. Вони дають людям можливість вільно виражати свої думки, емоції та ідеї через мистецтво, що може бути особливо важливим в суспільних умовах, коли інші форми вираження можуть бути обмежені або цензурні;

• **Соціальний контекст** — наприклад, графіті часто використовується як засіб виразити протест проти суспільних проблем, політичних режимів чи нерівності. У другій половині ХХ століття було багато соціальних та політичних рухів, які використовували графіті як інструмент протесту;

• **Зростання інтересу до «вуличного мистецтва»** — на початку ХХІ ст. графіті та каліграфіті були визнані формами сучасного мистецтва і знайшли своє місце в галереях та музеях, це призвело до зростання популярності серед ширшої аудиторії, включаючи колекціонерів і критиків мистецтва. Одночасно зріс інтерес до мистецтва вулиць і відкритих просторів. Більшість мешканців сучасних мегаполісів починають сприймати такі види мистецтва як частину міського ландшафту, створюючи умови для проведення арт-проектів та фестивалів.

• **Технологічний процес** — з появою нових технологій, таких як аерозольні балончики та інші матеріали і інструменти, створення графіті, каліграфіті та рисованого напису стає більш доступним та швидким процесом. Також мережа засобів соціальної комунікації дозволяє митцям швидко поширювати свої твори мистецтва.

Досліджуючи суспільство в Україні можна виявити відмінності у ставленні до графіті, каліграфіті та рисованого напису. Якщо до рисованого напису та каліграфіті відносяться позитивно, то до написів графіті спостерігаються тенденції скоріше негативні [1, с. 18]. В великих містах таких як Київ, Харків чи Львів — містяни в переважній більшості мають більш позитивне ставлення [3, с.74-78]. Якщо аналізувати ситуацію візуального середовища на сьогоднішній день, то містяни вже набагато активніше використовують рукотворні графічні написи з урахуванням естетичної та історичної концепції оточуючого середовища. Це особливо важливо для вітчизняних міст, які отримали в спадок від радянського минулого візуально «збідніле» міське середовище (іл. 1). Естетика великих однотонних сірих публічних просторів постає як заклик до творчої активності митців, подолання пасивного розуміння свого місця в місті [4, с. 232].

Висновки. Рукотворний графічний напис у ХХІ столітті віддає перевагу естетизації візуального середовища міста, створенню нових та увиразненню наявних культурно-символічних образів міста, реагуючи на виклики мінливості візуального середовища міста.



Іл. 1 River Cash. Моє місто. Рівне, Україна. 2018

Список використаних джерел:

1. Білик Г.О. Суб'єкт творчості в дискурсивних трансформаціях (антропологічний аналіз): автореф. дис. ... канд. філософ. наук: спец. 09.00.04 «Філософська антропологія, філософія культури». Х., 2014. 18 с.
2. Фесенко Г.Г. Естетика публічного простору міста в контексті філософії суб'єкта творчості. *Науково-практичний журнал Актуальні проблеми філософії та соціології*. Одеса: Національний університет «Одеська юридична академія». Випуск 10, 2016. 157-160 с.
3. Шило О.В., Івашко О.Д. Монументальне мистецтво і стріт-арт в сучасному міському просторі. *Науковий вісник будівництва. Архітектура*. К.: Київський національний університет будівництва та архітектури, 2016. 74-78 с.
4. Madanipour A., Knierbein S., Degros A. Public space and the challenges of urban transformation in Europe. London: Routledge, 2014. 232 pp.

Інформація про автора

ПАНДИРСВА Єлизавета Андріївна, доктор філософії (Ph.D), викладач кафедри візуальні практики Харківської державної академії дизайну і мистецтв.

ВПЛИВ А. СТРАХОВА НА УКРАЇНСЬКИЙ ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН

Ярослава ПАРХОМЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Адольф Страхов – відомий український скульптор і плакатист – зробив вагомий внесок у графічний дизайн, створюючи постери з декоративними мотивами, геометричними фігурами та яскравими кольорами, щоб привернути увагу глядача і передати суть події. Страхов здобув славу своїми політичними плакатами, розпочавши свою діяльність у 1920-х роках, він залишив помітний слід у переході між конструктивізмом і соціалістичним реалізмом – двома ключовими напрямками в тогочасному образотворчому мистецтві та дизайні.

Ранні твори Страхова сформовані на засадах конструктивізму, майстер «жонглював» різноманітними комбінаціями фігур, щоб передати динамізм і ритмічність; грав на контрасті, використовуючи сміливе поєднання яскравої палітри і чітких геометричних ліній. У його роботах для залучення уваги застосовувались контрастні кольори: червоний, синій, жовтий і зелений, а шрифт часто вибирався рубаний. Усі ці характерні риси можна побачити в плакатах і книжкових ілюстраціях, створених А. Страховим. Характерні елементи його ранніх робіт з часом набули реалістичніших форм, відповідаючи канонам соцреалізму. Його дизайн, від книжкових ілюстрацій до плакатів, пропагував соціалістичні ідеї, підкреслюючи єдність і гордість нації радянськими символами. Доктрина соціалістичного реалізму встановлювала для художників обов'язок підтримки й просування соціалістичних концепцій і прославляння досягнень країни у таких сферах як індустрія, наука та культура. Як стверджує А. Авраменко, «поліграфічною продукцією нав'язувалися та утверджувалися незаперечні істини»: люди всіх національностей у складі СРСР люблять свою Батьківщину саме за її соціалістичну сутність. Саме радянське пропагандистське мистецтво створювало ілюзорність процвітаючого суспільства» [1, с. 67]. Завданням творчості Страхова було єднання людей та виховування національної гордості. Художник демонстрував у плакатах радянську міць і прогрес через зображення червоних прапорів, зірок, серпа й молота, віддзеркалюючи ідеологію тогочасного суспільства.

У графічному дизайні А. Страхова чітко виражений синтез стилізованих елементів із глибоким розумінням композиції. Використання монохромної палітри створює фон, який символізує суворість і стійкість, тоді як стратегічно розміщені червоні акценти втілюють енергію та ідеологічний заряд. Такий колірний контраст не тільки привертає увагу до основних елементів, але й надає композиції глибини та емоцій-

ного змісту. Прикладом такого підходу може бути плакат «Виконаймо вугільну п'ятирічку за три роки», де портрет шахтаря зображений на основі використання монохромної палітри, завдяки чому створюється майже скульптурний, конструктивний і об'ємний образ ідеалізованого робітника. Текстова повідомлення розташоване на червоному тлі, що підкреслює суспільну значущість порушеної теми.

Типографіка відіграє суттєву роль у плакатах Страхова. Виразна гра шрифтів і ретельно продумане розміщення тексту ніби «керують» поглядом споживача, додаючи вагомості текстовому повідомленню. Ефектні заголовки та смислове підкреслення шрифтовими рішеннями, наприклад, через використання жирного рубаного шрифту або курсиву, стимулюють візуальний діалог із глядачем, посилюючи зв'язок між зображенням та його інтерпретацією. Розташування та взаємодія об'єктів на площині визначають візуальний потік і збалансованість. Адольф Страхов часто використовував асиметрію для створення динаміки в композиції. Великі простори можуть підкреслювати відчуття свободи або, навпаки, зосереджувати увагу на монументальних фігурах чи об'єктах. Символізм зображення робітників і сільськогосподарських мотивів, а також ідеалізованих фігур радянських вождів посилювалася тісною взаємодією цих елементів, завдяки чому графічні твори майстра стали доцільним і потужним засобом соціалістичної пропаганди.

Принципи графічного дизайну Страхова, особливо акцент на шрифті, знайшли своє відображення у сучасному дизайні. У світі, де привернення уваги серед інформаційного шуму є критичним, шрифтові рішення майстра продовжують надихати на створення впізнаваних і змістовних банерів і плакатів. Такий підхід використовується не лише для комерційної реклами, але й для просування суспільно важливих тем, таких як екологія та права людини. Майстерність А. Страхова у роботі з негативним простором залишила помітний слід у дизайнерських практиках, підсилюючи ідею, що кожен елемент має нести конкретне значення та підкреслювати центральну ідею композиції. Також важливо сказати про мінімалізм, який у Страхова є осередком чистоти та зосередження на головному, без зайвих елементів. «...У такому підході кожен елемент дизайну служить певній меті, без зайвого розкриває суть. Мінімалістичний дизайн характеризується чистими лініями, достатнім білим простором і лаконічною естетикою» [2]. Чистота ліній, раціональна розстановка візуальних акцентів та обмежена колірна палітра, які використовував Страхов у своїх роботах, залишаються ключовими у побудові сучасних графічних об'єктів, які передають повідомлення швидко і чітко.

Висновок. Середовище радянського графічного дизайну, в якому працював Адольф Страхов, дуже відрізняється від сучасного українського дизайну. Проте відважні експерименти А. Страхова з формою, сміливе використання типографіки та ідеологічно насичена візуальність залишаються ключовими для розуміння

й розширення меж професії. Спадщина А. Страхова – це не лише мистецтво, але й потужний інструмент для побудови глибоких та естетично привабливих комунікацій. Кожен твір, створений під його непомітним нахненням, є свідченням того, що митець все ще вчить нас створювати візуальні образи, які спілкуються з сучасною аудиторією на більш глибокому рівні і об'єднують минуле з майбутнім завдяки професійному інструментарію графічного дизайну.

Література

1. Авраменко А.В. Радянський плакат 1920–1930-х рр. як засіб пропаганди. *Наукові записки НаУКМА*. 2010. Т. 101: Теорія та історія культури. С. 66-72. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f2b5e0a5-4e34-44c6-aecc-93ac91f01992/content> (дата звернення: 10.02.2024).
2. Тренди графічного дизайну 2024. URL: <https://www.komarov.design/>
3. [triend-ghrafichnoghho-dizainu-2024/](https://www.comfy.com/uk/inspiration/triend-ghrafichnoghho-dizainu-2024/) (дата звернення: 16.02.2024).

Інформація про автора

*ПАРХОМЕНКО Ярослава Юріївна, студентка 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНСВА Надія Федорівна*

STORYTELLING ЯК ОДИН ІЗ МЕТОДІВ КОМУНІКАЦІЇ

Наталія ПЕТРІНІЧ

Харківська державна академія дизайну і мистецтва

Комунікація – (від лат. *communicatio* – єдність, передача, з'єднання, повідомлення) процес передавання інформації вербальними та невербальними засобами [3]. Як інструмент взаємодії вона набуває особливого значення у періоди криз. Розвиток нових стратегій, інноваційних педагогічних підходів, гнучкості, стає однією зі складових у формуванні навичок комунікації.

Комунікативні практики, як один зі способів взаємодії в процесі комунікації, спрямовані на передачу інформаційного, емоційного та інтелектуального змісту. Широко застосовуються у різних сферах: політики, психології, арттерапії, мистецтві, дизайні, освіті, реклами тощо.

Різні аспекти комунікації розглядалися відомими філософами (Платон, Арістотель, Цицерон, Т. Аквінський), а також були у центрі уваги таких педагогів-класиків і педагогів-реформаторів як-от Дж. Лок, Д. Дідро, Ж.-Ж. Руссо, В. Фон Гумбольдт, П. Гольбах та ін.

Сприяючи розвитку комунікативного потенціалу особистості все частіше постає питання пошуку та залучення інноваційних педагогічних підходів.

У 90-х роках минулого століття Девід Армстронг, голова міжнародної компанії *Armstrong International*, розробив та успішно впровадив метод *Storytelling*. Цей метод було спрямовано на поліпшення показників роботи компанії й швидкого навчання новачків. Наразі цей метод використовують такі світові компанії як *Apple*, *Microsoft*, *Nike*, *Motorola*, *Disney*, *NASA* та багато інших.

Storytelling присутній всюди – на різних інтернет платформах (наприклад, *Youtube*), в рекламних роліках та інтернет магазинах. Він дає змогу мотивувати, аналізувати та порівнювати. За допомогою сторітелінгу можна засвоювати й передавати знання, ефективно доносити інформацію, презентувати власну ідею. Він дозволяє візуалізувати та деталізувати, збагачувати й розвивати мовлення, проявляти емоції, здобувати високі результати; запобігає конфліктам і нівелює наявні; сприяє взаєморозумінню, самопізнанню [1].

Сторітелінг (у перекладі з англійської *story* – історія, а *telling* – розповідати; отже, сторітелінг – це розповідь історій) – це мистецтво розповіді. Свою популярність завдячує зародженню міфів та епосу. Він набув нових рис, як метод впливу на емоційні, мотиваційні та комунікативні якості особистості.

Останнім часом *Storytelling* все більше викликає зацікавленість як педагогів, психологів, так і арт-

терапевтів. Психологія оповідання стосується того, як люди внутрішньо об'єднують факти та події, і сплітають їх разом, щоб мати значення. Речі, які ви вирішуєте включити в історію та те, як хтось їх розповідає, можуть як відобразити, так і формувати те, ким ви є; це первинний спосіб пізнання людиною як себе, так і інших. Візуальний образ, історія, створені людиною з метою висловлення своєї думки стає повідомленням [2].

Ерік Міллер у своїй роботі «*Storytelling Therapy*» розглядає *Storytelling Therapy* як один із видів терапії творчим мистецтвом, який одночасно є також компонентом *Expressive Arts Therapy* [4].

Традиційний спосіб створення історій передбачає попереднього складання нарису або структури оповідання – зазначення героя, героїв, період, в який відбувається історія, теперішнє, майбутнє, сучасність, пов'язані події та інше. А отже, в сторітелінгах можна використовувати і МАК (метафоричні асоціативні карти) карти, які є цікавим інструментом у складанні, доповненні та розповіді різних історій. Відповідно до кожного компоненту майбутньої розповіді можливо підібрати карту. Використання МАК в методі *Storytelling*, доповнює, урізноманітнює та розширює його. Метафоричні асоціативні карти можуть бути як відправною точкою розповіді, так і візуальним доповненням.

Нашу увагу привернули дослідження таких терапевтів та психологів як Кіран Шах, Шейла Ві, Розмарі Сомая [5]. Так, *OH Cards* Розмарі Сомая використовуються в роботі з усіма віковими категоріями як фасилітатор в освітніх установах. Терапевт наводить приклади роботи з використанням таких колод як *SAGA*, *MYTHOS*, *1001*, *PERSONA*, *PERSONITA* для створення ліричних історій. Під час використання МАК карт, як інструменту в методі *Storytelling*, можна використовувати як довільний (закритий) вибір карт, так і свідомий (відкритий) спосіб обрання карт.

Таким чином, комунікативні практики, до яких відноситься метод *Storytelling* з використання МАК допомагає формуванню навичок комунікації. Особливого значення розвитку комунікативного потенціалу набуває під час онлайн навчання, коли реальне спілкування уступає віртуальному. А отже, МАК, як одна з проєкційних методик, допомагають висловити думки, формулювати їх і конкретизувати повідомлення.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко Н. *Storytelling* як комунікаційний тренд і всепредметний метод навчання. Молодь і ринок. 2019. № 7 (174). С. 130-135.
2. Зіненко О.Д. Візуальний сторітелінг як інструмент меїдаграмотності. Тези Восьмої конференції Академії української преси. 2020. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/340476493_Zinenko_O_D_VIZUALNIJ_STORITELING_AK_INSTRUMENT_MEIDAGRAMOTNOSTI_Tezi_Vosmoi_konferencii_Akademii_ukrainskoi_presi_2020

3. Козубовська І.В., Повідайчик О.С. Короткий тлумачний словник психолого-педагогічних термінів (для аспірантів і магістрів). Ужгород, 2021 [Електронний ресурс]. Режим доступу до сайту: <https://www.uzhnu.edu.ua/en/infocentre/get/33113>
4. Miller E. Storytelling Therapy, 2015. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://storytellinginstitute.org/2.pdf>
5. Somaiah Rosemarie. Storytelling with OH Cards. Singapore, 2013. [Електронний ресурс]. Режим доступу до сайту: <https://www.oh-cards-institute.org/methods/education/storytelling-with-oh-cards/>

Інформація про автора

Петрінч Наталя Миколаївна, 1 курс СВО: Магістр ОПП: «Арт-терапія та комунікативні практики», Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Науковий керівник: ЄРМАКОВА Тетяна Сергіївна, завідувач кафедри, доктор педагогічних наук, професор.

НІЛ ХАСЕВИЧ. ХУДОЖНІЙ ФРОНТ УПА

Костянтин ПИРОЖЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Ніл Хасевич – український художник, графік, політичний та громадський діяч, народився 25 листопада 1905 року в селі Дюксин на території Волині у сім'ї псаломника Антона Івановича Хасевича. Тоді це був рівненський повіт Волинської губернії в Російській імперії. У Ніла також були старші брати – Анатолій та Федір, що були священиками на Волині, проте Анатолій був закатований поляками в селі Дерев'яне, а Федір загинув після війни, перебуваючи на засланні в Сибіру.

Малий Хасевич навчався в духовній семінарії і вже в той проміжок часу вивчав малювання в іконописній майстерні. У віці 14 років Ніл зазнав ще однієї тяжкої втрати – його мати, Феодотія Олексіївна, загинула під пострілом, сам хлопець при цьому втратив ногу [1, с. 7]. Маючи навички різьби по дереву, Хасевич самостійно виготовив собі протез, і, замість того, щоб впадати у відчай, на що він точно мав право, юнак сфокусувався на навчаннях. Після одужання Ніл був взятий в учні Василем Ленєм. Частково завдяки цьому, вже у 1925 році парубок складає іспити рівненської гімназії екстерном. У 1925-1926 роках працював помічником іконописця. Використавши фінансову компенсацію від залізничної компанії за нещасний випадок, Хасевич зміг дозволити собі навчання у Варшавській академії красних мистецтв. Саме там Ніл закінчив графічний факультет, навчаючись у багатьох майстрів своєї справи. За цей час Хасевичем було створено кілька видатних робіт, що отримали премії та визнання.

На жаль, почалася Друга світова війна, що змусила митця повернутися до свого рідного села, хоч йому і був запропонований безпечний виїзд на захід. За часи своєї творчості Ніл постійно змінював матеріали та техніку, але найбільшого успіху і визнання отримали його дереворити, що були на виставках по всьому світу. Але, паралельно з творчою та навчальною діяльністю, Хасевич так само сильно був зацікавлений і в політиці. Ніл був не тільки успішним художником, але й активним громадським діячем. З 1935 року він став членом Волинського українського об'єднання (ВУО), крім того, чоловік був особисто знайомий зі Степаном Бандерою та іншими лідерами українського національного руху [2, с. 38].

У 1943 році, коли розпочалися активні дії збройних сил Української повстанської армії (УПА), Ніл Хасевич приєднався до підпільної діяльності. Основною його діяльністю була праця з друкарнею повстанців, редагування сатиричних журналів УПА, оформлення листочок, листівок, підпільних видань та ілюстрацій. Крім того, Хасевич також займався і проектами прапорів, печаток, бланків, бофонів, тощо.

За більш ніж 7 років праці, Ніл створив 150 дереворитів, що були видані за кордоном у вигляді альбомів.

Ніл Хасевич приносив неоціненну користь УПА, рівноцінну якій просто фізично не міг би відтворити на полі бою. Він не міг стояти на передовій зі зброєю, але знайшов необхідну працю, якою не міг займатися звичайний солдат. Прикладом Ніла історія вкотре демонструє, що культурні й художні вияви мають важливе значення в збереженні національної свідомості та підтримці борців за власну державу.

Очевидно, що подібна людина не могла спокійно жити в СРСР у безпеці. Не дивлячись на те, що художник постійно змінював своє місце роботи, шифрував інформацію та переховувався, після появи його витвору у генеральній асамблеї ООН 1951 року з Москви надійшов наказ – «пресець антисоветскую деятельность Хасевича». Попри всі зусилля повстанців, бункер з Нілом було знайдено. Він і став місцем смерті творця. Точні обставини, на жаль, невідомі. Існує дві версії: або Ніл застрелився разом зі своїми охоронцями, спаливши всі важливі документи, або був вбитий гранатою, стискаючи автомат у руках. Спаплюжені тіла повстанців були виставлені на загальний огляд чекістами в центрі населеного пункту задля залякування. Попри трагічність такого кінця, обидві версії підводять нас до висновку, що Ніл Хасевич до останньої хвилини свого життя боровся за незалежність своєї держави і був прикладом незламної людини.

Висновок: Ніл Хасевич був видатним художником-графіком, що в своїх творах відображував дух і красу української нації та її культури. Його дереворити та інші графічні роботи вражають своєю виразністю і глибиною. Хасевич майстерно показував фактичне знущення радянської влади над нашою культурою, цінностями та громадянами, роботи були віконцем у життя тогочасних пригнічених українців з чіткими і зрозумілими антирадянськими гаслами, а також інструментом для підтримки і поширення національних ідеалів серед українців. Він виконав неоціненну роботу для УПА, яку ніяк не компенсував би на полі бою. Жажливе життя зробило з юнака незламну людину, що була готова на все заради своїх ідеалів та незалежної України.

Література

1. Ішук О., Марчук І., Даревич Д. Життя і творчість Ніла Хасевича. Львів: Літопис УПА, 2011. 437 с.
2. Андрусак І.М. Іван Андрусак про Дмитра Туптала (святого Димитрія Ростовського), Григорія Квітку-Основ'яненка, Тараса Шевченка, Ніла Хасевича, Олексю Довбуша. Київ: Грані-Т, 2008. 96 с.

Інформація про автора

ПИРОЖЕНКО Костянтин Геннадійович, студент 3 курсу ОПП «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. СБІТНЄВА Надія Федорівна

АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДИЗАЙНУ

НЕЙРОКОМП'ЮТЕРНИХ ІНТЕРФЕЙСІВ

Денис ПОГОРЕЛЬЧУК

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

В сучасному світі технології швидко розвиваються і стають все більш вплетеними в наше повсякденне життя. Нейрокомп'ютерні інтерфейси (НКІ) - це системи, які дозволяють людям взаємодіяти з комп'ютерами або іншими пристроями за допомогою мозкових сигналів. Вони відкривають нові можливості для людей з обмеженими фізичними можливостями, дозволяючи їм контролювати пристрої, використовуючи лише свої думки. Проте, незважаючи на величезний потенціал цих технологій, їх широке впровадження обмежується рядом проблем. Однією з них є відсутність ефективного, інтуїтивного та привабливого дизайну інтерфейсу.

Дизайн інтерфейсу є важливим елементом будь-якої технології, оскільки він впливає на те, наскільки легко і ефективно користувачі можуть використовувати пристрій. Дизайн гарнітури комерційних НКІ-пристроїв має критичне значення для забезпечення комфорту користувача, ефективності та прийнятності технології в суспільстві. Вдало розроблений дизайн може вплинути на широке прийняття нейрокомп'ютерних інтерфейсів та забезпечити популярність серед користувачів. З розвитком дизайну гарнітури НКІ відкриваються нові можливості для майбутньої інтерактивності.

Новітні гарнітури НКІ можуть інтегрувати додаткові функції, такі як розпізнавання емоцій та настроїв користувача, що дозволить створювати більш персоналізовані та контекстуальні взаємодії з технологією. НКІ також можуть бути використані в медицині, допомагаючи людям з обмеженими фізичними можливостями отримувати доступ до технологій та комунікації.

При проектуванні систем нейрокомп'ютерного інтерфейсу варто враховувати існування двох ключових технологій: інвазивної та неінвазивної. Вища точність досягається за рахунок інвазивного втручання. Датчики для ЕЕГ розташовуються безпосередньо на корі головного мозку і частково проникають у неї. Гірша якість сигналу неінвазивної технології приймається як компроміс для більш масового застосування та прийнятності для більшості споживачів.

Проте серед комерційних пристроїв на ринку нейрокомп'ютерних інтерфейсів переважають саме неінвазивні, тобто носимі пристрої, що не потребують оперативного втручання для їх застосування та працюють за принципом wearables (носимих смарт-девайсів, таких як смарт-годинники або бездротові навушники).

Як і з будь-якою передовою технологією, НКІ приносить ряд викликів. Є етичні питання щодо права на приватність мозкових даних, а також потенційні

ризиків, які виникають з можливості зловживання або некоректного використання технології.

Також є технологічні проблеми, які потребують вирішення. Наприклад, поточні НКІ, як правило, вимагають доволі довгого періоду навчання, перш ніж вони стають точними, і вони часто мають обмежену швидкість та точність порівняно з традиційними інтерфейсами. Вони також можуть бути дорогими і недоступними для багатьох користувачів.

Останні роки свідчать про значний прогрес у розробці та впровадженні нейрокомп'ютерних інтерфейсів (НКІ). Наукові дослідження акцентують на різноманітних аспектах, включаючи розробку алгоритмів, оптимізацію дизайну інтерфейсів, а також вивчення потенційних застосувань НКІ у медицині, реабілітації, та інших галузях.

Зважаючи на останні дослідження серед основних тенденцій та напрямків розвитку можна відзначити:

Впровадження нових естетичних та ергономічних рішень - дизайн НКІ також звертає увагу на естетичний аспект та взаємодію з користувачем. Сучасні розробки прагнуть не тільки функціональності, але й привабливого зовнішнього вигляду, що відповідає особистому стилю користувача та його побутовому середовищу. Це включає розробку гнучких та легко інтегрованих у повсякденний одяг пристроїв, які можуть виконувати функції НКІ, залишаючись при цьому ненав'язливими та стильними елементами аксесуарів [3].

Інтеграція з біонічними системами - розвиток НКІ для управління протезами, екзоскелетами, роботами, а також для взаємодії з віртуальною реальністю і в області реабілітаційної медицини є одним із ключових напрямків. [1].

Пошуки дизайн-рішень взаємодії з технологіями VR/AR та ШІ - однією з найбільш обнадійливих областей застосування НКІ є інтеграція з системами віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR), а також генеративного штучного інтелекту. Це дозволяє створювати інтерактивні середовища, у яких користувачі можуть керувати об'єктами або взаємодіяти з іншими користувачами безпосередньо за допомогою мозкових сигналів [2].

Таким чином, аналіз сучасного стану розвитку НКІ підкреслює значення естетичного та ергономічного дизайну в комерційній успішності та соціальній адаптації цих технологій. Актуальні тенденції та виклики у сфері дизайну НКІ свідчать, що успішне впровадження НКІ вимагає не лише технологічних інновацій, але й розробки інтуїтивно зрозумілих та привабливих для користувача інтерфейсів. Це включає створення дизайну, що сприяє комфорту, простоті використання та особистісному стилю, підвищуючи таким чином прийнятність та популярність НКІ серед широкого кола користувачів, а інтеграція НКІ з біонічними протезами і системами віртуальної та доповненої реальності на основі штучного інтелекту відкриває

нові горизонти в медицині, реабілітації та розвагах. Розвиток цих технологій забезпечує надзвичайні можливості для покращення якості життя людей з обмеженими фізичними можливостями та розширення меж людської взаємодії з цифровими середовищами.

Список використаних джерел

1. Luan, L., Robinson, J., Aazhang, B., Chi, T., Yang, K., Li, X., Rathore, H., Singer, A., Yellapantula, S., Fan, Y., Yu, Z., & Xie, C. (2020). Recent Advances in Electrical Neural Interface Engineering: Minimal Invasiveness, Longevity, and Scalability. *Neuron*, 108, 302-321. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2020.10.011>.
2. Rapp, Amon. (2023). Wearable technologies as extensions: a postphenomenological framework and its design implications. *Human-Computer Interaction*. 38. 79-117. [10.1080/07370024.2021.1927039](https://doi.org/10.1080/07370024.2021.1927039).

3. Zabcikova, M., Koudelková, Z., Jašek, R., & Navarro, J. (2021). Recent advances and current trends in brain-computer interface research and their applications. *International Journal of Developmental Neuroscience*, 82, 107 - 123. <https://doi.org/10.1002/jdn.10166>.

Інформація про автора

ПОГОРЕЛЬЧУК Денис Володимирович., 1 курс, спеціальність 022 Дизайн ОНП ДИЗАЙН

Науковий керівник: кандидат архітектури, доцент ТРЕГУБ Наталія Євгенівна

ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД ТЕНІСНОЇ МОДИ ДЛЯ ЖІНОК (КІНЕЦЬ ХІХ - ХХ СТ.)

Тетяна ПОПОВА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Для розуміння основних напрямів та тенденцій розвитку світового тенісу необхідно провести історичний аналіз феномена тенісної моди, яка стала цілісним системним явищем та процесом, що безпосередньо впливає на формування культурного простору.

Відомо, що у вікторіанську епоху зародився рух за емансипацію жінок, але акцент все ще робився на прикраси та аксесуари. Наприкінці ХІХ - на початку ХХ ст. жінки, які грали в теніс, були затягнуті в корсети та пояси, прикриті довгими спідницями, капелюхами, довгими рукавами, а кісточки ніг приховані сукнями, які майже стосувалися землі. Крім того, жінкам доводилося терпіти три накрохмалені спідниці під сукнею. Також жінки грали в костюмах із фланелі та саржі, а іноді навіть у хурті. Черевики на підборах, жорсткий комір з китового вуса і крилатий капелюх доповнювали спортивний костюм. Однак громіздке вбрання було надзвичайно незручним.

У 1884 р., в турнірі Вімблдону перемогла М. Уотсон, яка виступила в сніжно-білій сукні. Білий колір, з одного боку виглядав урочисто, а з іншого - мав практичну необхідність, оскільки на білому тлі одягу не видно плям поту. Мод Уотсон була одягнута у спідниці з турнюром і чоловічому солом'яному капелюсі. Згодом білий колір став традиційним у тенісі як для чоловіків, так і для жінок.

Як відомо, юній дівчині Лотті Дот в 1887 році Вімблдонський турнір допомогла виграти шкільна форма. Сукня була коротшою, ніж традиційне вбрання тенісисток того часу, що зробило його набагато зручнішим. Незабаром спортсменки почали використовувати форму вкороченого варіанта – спершу до щиколотки, потім трохи нижче коліна [4]

Поступово пишні форми почали поступатися менш витонченим. У цей період в журналах багато писалося про реформу одягу, який повинен бути зручним і просторим, не стискувати рухів і дихання, а корсети повинні бути повністю прибрані з жіночого гардеробу. З'явилися прості сукні, які так і називалися, – сукні «реформи». Вони спадали від плеча, були досить просторі, з ледь завищеною талією. Обов'язкові корсети тенісних суконь спортсменок початку ХХ століття також були скасовані через утиск свободи рухів. Першою революціонеркою стала Мей Саттон, яка вийшла в 1905 року на корт у сорочці батька із закатаними рукавами.

У ХХ ст. технічний прогрес призвів до масового промислового виробництва одягу, розвитку засобів комунікації. Мода стала надбанням кола суспільства.

Довжина спідниць тенісисток ставала все коротшою і коротшою. На початку 1920-х років модною вважалася довжина до щиколотки, в 1924-25 рр., довжина біля коліна, а до 1930 піднялася вище колін. Так, Сьюзан Ленглен в 1919 році грала на турнірі Вімблдону в скороченій спідниці пліссе трохи нижче коліна та топі без рукавів. Дівчата зазнали суспільної критики - адже жінкам того часу не личило з'являтися на людях з оголеними зап'ястями і без підтримки грудей і талії. В результаті завдяки Сьюзан у жіночому тенісі утвердилися спідниці до коліна та короткі рукави. Згодом таку форму було визнано найоптимальнішою для гри у великий теніс.

Обов'язковим атрибутом жіночого комплексу того часу були елегантні капелюшки, які остаточно зникли у 1914 році. Однак, завдяки Ленглен у моду ввійшли також головні хустки, а згодом бандани. Дещо пізніше Хелен Віллз ввела в моду козирки, що захищають очі, подібні до прийнятих у гольфі того часу. Згодом основним головним убором стала бейсболка з великим козирком, який рятував від сліпучого проміння сонця. Кепка, як елемент тенісного костюма, використовується і сьогодні [4].

У 1920-ті роки з'явився образ «нової жінки», більш емансипованої. Прискорений темп життя та розвиток цивілізації спровокував швидку зміну модних тенденцій у тенісі. Введено вільне вбрання, а силуети жіночого одягу в тенісі стали відображенням «чоловічого» стилю. Так, наприклад, модним став відкладний комір і кроватка, яка прикріплювалась до горловини виробу.

Зазначимо, що спортивний одяг поступово стає одягом для відпочинку. Білий колір одягу, характерний для літніх видів спорту, а саме для тенісу, став наймоднішим у першій половині 30-х років. Спортивний одяг тих років став більш коротким і зручним. Наприкінці 1930-х років у жіночому тенісі почали вже з'являтися короткі спідниці та шорти, як жіночий спортивний одяг.

У передвоєнні тривожні роки показна розкіш поступилася місцем нової елегантності. Замість розкутої жінки 20-х з'явилися образи діяльних, сильних, спортивних, водночас дуже жіночних представниць прекрасної статі, які виживають у складну епоху. В інструкції для леді того часу вказано, що на тенісному полі варто поводитися стримано, витончено, розмірено і заборонялося скрикувати при ударі по м'ячу.

У 40 роки Друга Світова війна вплинула на тенденції спортивної моди. Недолік сировини, спочатку, компенсувався популярністю домашнього шиття та переробкою старого одягу. З'явилися нові матеріали, що почали використовувати для спортивного одягу – це нейлон і парашутний клац. Прийшла мода на гофровані спідниці. Кетрін Хепберн відмовилася від класичного одягу зі спідницею і виходила на корт у шортах із високою талією [1, 2].

Відомо, що тенісну моду у перше десятиріччя після Другої світової війни багато в чому диктував

колишній тенісист та тенісний суддя, кутюр'є Тед Тінлінг. Моду на міні задала американська тенісистка Гассі Моран, яка вийшла на корт в у коротенькій спідниці з-під якої виднілися панталони з мереживом. Як тільки Моран відіграла матч у своєму новому костюмі, у тенісному світі вибухнув справжній скандал. Творця вбрання Теда Тінлінга звинуватили у пропаганді надмірної сексуальності. Однак, це не зупинило дизайнера створювати спортивну форму для теністок. Його наступною цікавою роботою стала сукня Леа Периколі зі спідницею з пір'їв та комплект для бразильської спортсменки Марії Буено, в якому вона вийшла на корт у 1966 році. Коротка сукня була доповнена вставками. Він також проектував костюми для Мартини Навратилової. Отже, спортсменки стали одягати короткі сукні або спідниці, вільного силуету для зручності руху, а також шорти.

У 1960-х гг. відбулася еротизація спорту. Костюми та спідниці стали коротшими, в спортивному одязі почали використовувати мережива. Засоби масової інформації перетворили теніс на видовище для широкої аудиторії. У зв'язку з цим виникла потреба у зміні міжнародних правил тенісу щодо кольору тенісного м'яча. З метою покращення якості телевізійної картини колір м'яча став яскраво-жовтим, що зумовило оновлення тенісного одягу. Гравці відмовилися від формального білого дрес-коду і віддали перевагу строкатим костюмам. У 70-ті роки стала популярна аеробіка та фітнес. У моду увійшли лосини, рейтинги, шорти з лайкри. Вплив духу дискотек, цієї епохи, у спортивному одязі став сильнішим - у тенісі з'явився одяг із візерункових тканин [1, 3].

У 1986 замість білого тенісного м'яча офіційно був затверджений яскраво-жовтий, оскільки його краще було видно на кольоровому телеекрані. Телепрогрес вплинув і на моду у тенісі. Гравці відмовилися від формального білого дрес-коду і почали носити яскравіший

кольоровий одяг. У цей період часу спортсменки стали з'являються на кортах у довгих легінсах або у тренувальних комбінезонах (американська тенісистка Енн Уайт у 1980-ті роки), що привертало увагу громадськості.

У дев'яностих роках колір тенісного одягу ще більше поживавиться. Так, стали використовуватися легкі дихаючі тканини, такі як нейлон і спандекс. Крім того, використання синтетичних тканин, розвиток індустрії та завдяки засобам масової інформації привели до певних революційних змін у дизайні; відкрилася епоха дивовижних нарядів, привертаючи до себе багато уваги яскравістю, контрастами та незвичайністю.

Отже, аналіз історії світового тенісу показав, що, перебуваючи в органічному зв'язку і тісно переплітаючись із соціальними, економічними та політичними протиріччями, теніс, як і раніше, зберіг у собі традиції привілейованості та увібрав культурні цінності кожного періоду часу.

Список використаних джерел

1. Великий теніс: історія виникнення та розвитку [Електронний ресурс] – [Режим доступу]: <https://ligasporta.com.ua/v-pomoshch-pokupateliu/bolshoy-tennis/bolshoy-tennis-istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya/>
2. Від корсетів до мінібок: як змінився одяг тенісисток на Вімблдоні за сто років [Електронний ресурс] – [Режим доступу]: <https://kulturologia.ru/blogs/090717/35217/>
3. Кутюр'є, які змінили тенісну моду [Електронний ресурс] – [Режим доступу]: <https://gamesetmatch.ru/passion-for-fashion-kuturie-izmenivshie-tennisnuyu-mody/>
4. Тенісна енциклопедія Ігоря Івицького [Електронний ресурс] – [Режим доступу]: <https://tennis-i.com/tennisnaya-entsiklopediya/istoriya-tennisa/istoriya-tennisa-xix-vek.html>

Інформація про автора

ПОПОВА Тетяна Іванівна, к.пед.н., доцент, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЧОСТІ ЖЮЛЯ ШЕРЕ

Анастасія РИЛЬЦОВА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Французький художник і графік XIX ст. Жюль Шере (*фр. Jules Chéret*; 31.05.1836–23.09.1932) зробив вагомий внесок у формування французького й світового плакату, що вплинуло також на сучасний графічний дизайн. Роботи Ж. Шере відомі своїми яскравими кольорами, продуманою композицією та акцентом на типографіку. Його плакати зробили революцію в рекламній індустрії, за що Жюль Шере часто називали «батьком» сучасного плакату [1]. Старання Шере при створенні афіш були винагороджені, коли художній критик та романіст Йоріс-Карл Гюїсманс згадав його у випусках журналу «Le Salon» у 1879 та 1880 роках. У цих згадках Шере разом зі своїми творами був прирівняний до високого мистецтва. Також Гюїсманс використовував їх як засіб для образи «офіційних» художників [2]. Гюїсманс позитивно оцінив роботи Жюля Шере у своїй рецензії для «Le Salon de 1880»: «Я можу лише порадити людям, яких нудить від цього дешевого й образливого показу гравюр і картин, очистити їхні очі, спрямувавши їх на вулицю <...>, де сяють дивовижні фантазії Шере, ці фантазії в кольорах, які так швидко намальовані й так жваво намальовані.. У найменшому з цих плакатів у тисячу разів більше таланту, ніж у більшості картин, які я мав сумну нагоду переглянути» [2].

Плакати Шере характеризуються яскравими та привабливими кольорами. Використовуючи у своїх роботах широкий діапазон відтінків, Жюль Шере привертая увагу глядача до плакатів. Яскраві, насичені й сміливі кольори робили його афіші візуально вражаючими, що сприяло ефективності залучення аудиторії. Також важливим аспектом, який робив творчість Жюля Шере привабливою для глядачів, була майстерно побудована композиція. Його плакатом властива динамічність, яка досягалася завдяки використанню діагоналей, кривих ліній та асиметричної побудови. Такий зважений і ретельний підхід у створенні композицій направляв фокус уваги глядачів на головний зміст та тримав візуальний інтерес до плакату.

Виразна типографіка відігравала вирішальну роль у плакатах художника; експресивно написані літери використовувалися для передачі намішеного повідомлення та виклику емоцій. Майстер експериментував із різними шрифтами, їх розмірами та стилями, щоб досягти бажаного ефекту, не зважаючи на те, чи був це рекламний плакат або театральна афіша. Вміле поєднання типографіки з ілюстрацією створювало цілісні та візуально привабливі дизайни. Елегантні лінії та плавність форм малюнків Шере вирізняли його серед інших. Використання м'яких, пластичних ліній

додавало дизайнам відчуття витонченості та жвавості. Жюль Шере вмів вловлювати рухи й жести та точно відмальовувати їх у своїх роботах, передаючи граційність і пластичність зображуваної фігури, незалежно від того, були вони танцюристами, акторами чи звичайними людьми.

Майстерно застосовуючи усі ці засоби та об'єднуючи їх у своїх плакатах, Ж. Шере створював, так би мовити, візуальну розповідь, яка ефективно передавала суть подій і продуктів, які рекламувалися. Ретельно підібрані образи у поєднанні з виразною композицією та гармонійним шрифтом передавали настрій, атмосферу та сюжетну лінію, незалежно від того, чи була це вистава кабаре, цирковий номер чи комерційний продукт. Прикладом цього може бути плакат «Олімпія», створений як афіша для однойменної театральної вистави. Динамічна композиція спрямовує погляд глядача згори плакату, де увагу привертає шира посмішка дівчини, до тексту внизу. Використання діагональних ліній створює відчуття руху та енергії. У колірному рішенні плаката присутнє характерне для Ж. Шере використання сміливих, контрастних кольорів. Сполучення насичених червоного, синього й жовтого привертають увагу глядача й додають плакату життєвої сили. Така яскрава робота одразу виділяється серед іншої реклами. Інформаційний блок тексту на афіші написаний жирним, але вишуканим шрифтом, який добре інтегрований у загальну композицію, доповнює її та робить більш привабливою.

Висновок. Роботи Шере мали глибокий вплив на розвиток графічного дизайну як дисципліни. Його сміливе використання кольору, динамічних композицій, виразної типографіки та іноваційних для свого часу технологій друку встановили нові стандарти плакатного мистецтва та дизайну реклами. Вплив Шере все ще можна побачити в сучасній практиці графічного дизайну, і його спадщина продовжує надихати дизайнерів та художників по всьому світі.

Жюль Шере перетворив плакати на динамічну форму мистецтва, революціонізувавши процес літографського друку для забезпечення масового виробництва. Для плакатів Шере було характерне сміливе використання яскравих кольорів, плавні лінії та живі композиції. Акцент на витончених фігурах танцівниць та актрис став культовим і встановив стандарт естетики «Прекрасної епохи». Шере зробив революцію в типографіці дизайну плакатів. Його розуміння того, як типографіка має взаємодіяти з візуальними елементами, сприяло загальному візуальному ефекту та художній виразності його плакатів. Плакати Шере не лише рекламували продукти чи події, але й передавали відчуття радості та достатку, впливаючи на те, як рекламодавці спілкувалися з громадськістю.

Література

1. Jules Cheret. Biography and Posters of French Poster Designer. URL: <http://www.visual-arts-cork.com/famous-artists/jules-cheret.htm> (дата звернення: 02.11.2023).
2. Collins, Bradford R. "The Poster as Art; Jules Chéret and the Struggle for the Equality of the Arts in Late Nineteenth-Century France." Design Issues, vol. 2, № 1, 1985, pp. 41–50.

Інформація про автора

*РИЛЬЦОВА Анастасія Андріївна, студентка 3 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБИТНЄВА Надія Федорівна*

АНАСТАСІЯ ЖЕРЕБЕЦЬКА:**ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ**

Анастасія РОМАНЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Анастасія Жеребецька (нар. 24.01.1990, Київ) – дизайнерка й активістка, арт-директорка та співзасновниця дизайн-бюро Спілка. В інтерв'ю для сайту «Жителі Києва» творчиня розповідає про своє щасливе дитинство у висотці, в якій жило багато сімей із дітьми її віку, завдяки чому в неї завжди було повно друзів. Зараз Анастасія також мешкає у Києві з донечкою та чоловіком, активно приймає участь в активістській діяльності [1]. Вона усвідомила свій потяг до мистецтва ще в дитинстві, але коли настав час обирати професію, почала вагатися і врешті решт обрала японський філологічний факультет, через хист до мов і зацікавленість у культурі Японії. Завдяки навчанню на цьому факультеті, вона отримала знання в літературі, філософії, культурології, релігієзнавстві і мовах. Знання стали її «пальним» на творчому шляху [2].

За кілька років після перших спроб малювання роботи Анастасії опублікували в журналі «Молоко», і позитивні відгуки на її творчість стали для неї величезним поштовхом. Першу роботу у рекламній агенції Анастасія, без будь-яких знань графічних редакторів, отримала саме завдяки цій публікації. Хоча перша робота не мала місця для творчості, саме там зародився її проєкт Emojination, що отримав велику увагу, і протягом тижня про нього написали багато відомих журналів, від «Dazed» до «Time» [2]. У назві цього проєкту зашифровано три слова, що в перекладі з англійської означають слова «смайлі» (emoji), «нація» (nation) та «уява» (imagination). Проєкт має п'ять частин, в кожній з яких авторка поєднала сучасний технологічний світ із світом картин, який дозволяє нам із гумором і під новим кутом подивитись на відомі роботи світового мистецтва. Спектр роботи Анастасії дуже широкий, тому вона навіть часто сумнівається, чи може називати себе дизайнеркою чи мисткинею [2]. Це яскраво відображається у наступних її проєктах.

У 2016 році Анастасія розпочала свій соціальний проєкт з реставрації крісел під назвою Armchairity. Вона знаходить старі крісла в інтернеті, купує, перевозить до себе у Київ, вигадує для них візуальну концепцію та віддає на реконструкцію професіоналам. Далі розповідає про індивідуальну історію кожного крісла в себе на сторінках у соцмережах. Усі виручені гроші йдуть на благодійність людям похилого віку. У благодійному проєкті під назвою «Жили-були» Анастасія у колаборації з Йовою Ягер вже допомагає тваринам, своїми яскравими ілюстраціями привертаючи увагу людей до становища дикої природи в Україні. Персонажі тут – тварини з Червоної книги. Вони зоб-

ражені з предметами, заради яких їх позбавляють життя. Зокрема, саме Анастасія створила принт для одягу українського бренду ELENAREVA, плаття якого вдягнула Сандра Буллок на американське нічне ток-шоу.

Працюючи в Ambulance, Анастасія познайомилась з Володимиром Смирновим, з яким у 2016 році вони створили дизайн-бюро Спілка. Співзасновники об'єднали в собі ролі дизайнерів і комунікаційних експертів: акаунт-менеджерів, продакт-менеджерів та менеджерів проєктів. Їм було важливо розуміти бізнес, з яким вони працюють, для того щоб дійсно вирішувати проблеми клієнтів. Всі українці добре знайомі з роботами Спілки, навіть цього не підозрюючи. Однією з таких є дизайн для добре всім знайомого сайту Megogo. Працюючи над цим проєктом, команда провела опитування користувачів, вирішивши позбутися стереотипного мислення. Логотип та колірне рішення були створені з урахуванням відсутності вікових і гендерних стереотипів та сумісності з різними екранами. Створено 3D-елементи та персонажів-супергероїв. Проєкт доповнив корпоративний шрифт Megogo від Дмитра Растворцева, натхненний творчістю українських дизайнерів. Новий дизайн, створений Спілкою, мінімалістичний та гармонійний.

Особливо значущою для самої Анастасії була робота над брендингом для морозива «Мо». Цей проєкт – один з тих, що отримали нагороду Red Dot у 2019 році. Завданням Спілки було створити мінімалістичний і комунікативний дизайн, який привертав би увагу, та дизайн упаковки. Для плакатів вони пов'язали звук «Ммммм..!», з яким людина куштує щось смачне, і саму назву «Мо». Крім того, можна спостерігати креативне рішення: на плакатах буква «О» взагалі відсутня – люди просто у подиві відкривають роти – ось і літера.

Проєкт, який було відзначено двома нагородами Red Dot у 2021 році в категоріях Mobile App Design та UX Design, – це застосунок «Дія». Команда Спілки допомогла (й допомагає) команді Міністерства Цифрової Трансформації з розробкою UX/UI дизайну застосунку. Застосунок «Дія» – це «держава в смартфоні» для кожного українського громадянина. Портал державних послуг, що продуманий до деталей: кожен клік – зручний та зрозумілий [3]. Дизайн-система одразу спрямовує українців до потрібної послуги. Кожний сервіс спрощено для користувача: він містить пояснення, підказки, відповіді на питання та посилання на законодавство.

Висновок. Анастасія Жеребецька завжди була активною і комунікабельною, знаходячи натхнення у знаннях і позитивних відгуках про свою роботу. Дизайнерка почала з вивчення іноземної мови та культури, але обрала шлях дизайнера, реалізуючи комунікаційні аспекти у цій сфері. Її команда отримала Red Dot Design Award тричі. Анастасія підходить до завдань творчо й ретельно, віддавши перевагу не лише візуальному аспекту, але й пошуку креативних рішень.

Вона використовує свої знання та емпатію для розуміння замовника та надає актуальні, інноваційні ідеї у своїх проєктах. Анастасія Жеребецька – особистість, яка безперечно залишить свій слід в історії українського дизайну.

Література

1. Жителі Києва, матеріал про Анастасію Жеребецьку URL: <https://www.instagram.com/p/Cy5In7LtxoW/?igshid=MmM1YmI2Ng==> (дата звернення 25.02.2024).
2. Creatives — slow media Про українців, які досягають успіхів у креативних індустріях, інтерв'ю з Анастасією Жеребець URL: <https://zherebetska.creatives.media> (дата звернення 25.02.2024).

3. Офіційний портал Дія. Портал Дія отримав Red Dot Design Award URL: <https://diia.gov.ua/news/portal-diya-otrimav-red-dot-design-award> (дата звернення 25.02.2024).

Інформація про автора

РОМАНЕНКО Анастасія Андріївна, студентка 4 курсу ОПП «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. СБИТНЄВА Надія Федорівна

УКРАЇНСЬКИЙ БРЕНД ДИЗАЙНЕРСЬКОГО ОДЯГУ ANDRE TAN

Єлизавета СЕНЧЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Андре Тан – один з найвідоміших та найуспішніших дизайнерів України. Харківський дизайнер-модельєр жіночого одягу, який увійшов до Книги рекордів Гіннеса як наймолодший дизайнер України, переміг у конкурсі «Круїзна колекція 10×10» та отримав нагороду від Пако Рабана, а також був неодноразово визнаний найкращим дизайнером України!

Серед здобутих нагород:

Найкращий дизайнер України за версією читачів ELLE (2005, 2006, 2007, 2008); Звання «Найкращий Дизайнер України» за версією «Best Ukrainian Awards 2006»; «Дизайнер одягу року» за версією «Фаворити Успіху – 2008», що оцінює популярність і авторитет бренду; Перше місце серед «20 найуспішніших українських дизайнерів одягу» за версією журналу «Фокус»; Elle Style Awards; Best Fashion Awards «Бізнес-прорив»; Pink Awards. «Бренд року» (2018); «Дизайнер року» за версією журналу «Наталі» (2019).

Завдяки своїй працьовитості Андре Тан одним із перших українських дизайнерів почав продавати свої творіння в Мілані та Парижі.

Торгова марка «ANDRE TAN» була заснована у 2000 році.

А у 2010 році був відкритий перший магазин ANDRE TAN у київському торговельному центрі Dream Town! Відтоді кожна жінка мала можливість доторкнутися до прекрасного, відчутти свою красу, бути прекрасною та неповторною у сукні від ANDRE TAN. За цей час були

створені тисячі моделей з різноманітними образами. Сьогодні кожна жінка, яка бажає виглядати на всі 200% обирає одяг від найкращого та талановитого українського дизайнера ANDRE TAN!

2018 став в історії бренду важливим роком завдяки створенню першої колекції для дітей, яка отримала назву ANDRE TAN KIDS. Відтоді усі батьки, які бажають, щоб їхня дитина виглядала не тільки модно, але й почувала себе комфортно, зможуть придбати стильні та якісні речі для своїх дітей! Не дивлячись на те, що дитяча лінія одягу існує не так давно, вона змогла завоювати не тільки серця справжніх поціновувачів стилю, але й душу. Кожна модель продумана до найменших дрібниць і доповнена унікальними деталями, що дозволяє юним модникам стилю одягатися комфортно і модно, висловлюючи свою індивідуальність через одяг від ANDRE TAN

На сьогодні відкрито більше ніж 50 магазинів ANDRE TAN по всій Україні, а сам бренд випускає чотири лінії одягу:

ANDRE TAN – основна жіноча лінія одягу;
ANDRE TAN PLUS – жіночий одяг від XL розміру;
ANDRE TAN KIDS – дитяча лінія одягу;
Atelier ANDRE TAN – преміальна лінія одягу.

Бренд ANDRE TAN випускає не тільки жіночий одяг, а також аксесуари, серед аксесуарів можна відмітити: хустки, шарфи, сумки та головні убори.

В 2019 році Андре Тан відкриває свою Академію Стилю та Дизайну, де всі бажаючи, які цікавляться модою та модною індустрією, можуть навчатися fashion-професіям. Для здобуття fashion-освіти рівень підготовки, як зазначає дизайнер, немає значення, найважливіше – бажання навчатися. В Академії Антре Тана завжди панує творча атмосфера з постійною підтримкою викладачів.

Дизайнер в цьому році буде представляти свою колекцію «ВЕЧНА-ЛІТО» 2024 на LA Fashion Week, яка проходить у Лос-Анджелесі 22-24 березня 2024 року!



Рис. 1 – Фото Андре Тана



Рис. 2 – Мультиборд



Рис. 3 – ANDRE TAN KIDS

Дизайнер та його бренд ANDRE TAN, створює унікальні та різноманітні образи для жінок з будь-яким типом фігури, якщо хочете виглядати не тільки модно, стильно і впевнено, а і зручно, то цей бренд саме для вас!

Андре Тан наш співвітчизник, який надихає студентів дизайну одягу(взуття) Харківської Державної Академії Дизайну та Мистецтв, на ідеї та реалізацію цікавих та унікальних речей!

Список використаних джерел

1. Інтернет-магазин ANDRE TAN: <https://andretan.ua/>
2. Сайт Академії Стилю та Дизайну: <https://academy.andretan.com.ua/>
3. Вікіпедія: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B5_%D0%A2%D0%B0%D0%BD

Інформація про автора

СЕНЧЕНКО Єлизавета Максимівна, студентка 1 курсу Дизайну одягу (взуття)

Науковий керівник: МАЛІК Тетяна Вікторівна, старший викладач кафедри «Дизайн тканин та одягу»

АРТ-ТЕРАПІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ПОДОЛАННЯ НУДЬГИ ТА ТРИВОГИ В РОБОТІ ДИЗАЙНЕРА

Вікторія СКІРКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Явища нудьги та тривоги часто зустрічаються в процесі професійної діяльності та на шляху опанування професії. На жаль, професія дизайнера в цьому не виключення. Метою цього дослідження є ознайомлення з основними підходами в розумінні нудьги та тривоги та огляд досвіду корекції засобами арт-терапії.

За визначенням вчених В. Мікулаша та С. Водановича (Mikulas, W. L., & Vodanovich, S. J.) нудьга це стан незадоволення, який виникає в результаті нецікавого середовища та обмеження уваги, і пов'язане з численними негативними наслідками [1]. Нудьга може бути викликана як зовнішніми наслідками і бути ситуативною, так і характеристикою особистості як схильність до нудьги. Як було зазначено вище, двома основними компонентами нудьги є монотонне середовище та обмеження, що негативно впливає на здатність утримувати увагу. Дослідники Д. А. Гамільтон та М. Б. Харріс (Hamilton, J. A. & Harris, M. B.) висунули теорію, що саме дефіцит уваги викликає схильність до нудьги. Згідно цієї теорії, культивування уваги має призвести до зменшення схильності до нудьги [1]. На нашу думку, також варто розглянути поняття уважності в науково-педагогічній літературі і дати їй визначення. За М. Епштейном (Epstein, M.) уважність – це здатність миттєво усвідомити те, що відбувається в даний момент. За дослідженнями останніх десятиліть, уважність негативно корелює з такими явищами як депресія, тривога, та зловживання психоактивними речовинами, тобто чим вищий рівень усвідомленості, тим нижчий рівень тривоги та інших негативних явищ [1].

Також вважаю доречним розглянути нудьгу та тривогу через призму теорії потоку запропоновану М. Чиксентмігаєм (Csikszentmihalyi, M.), оскільки вона набула значного медійного поширення. «Стан потоку характеризується повним залученням людини в процес, і може бути настільки приємним, що стає самоціллю. Для досягнення цього стану необхідні деякі умови: чіткі цілі, зворотній зв'язок та відповідність складності завдання, тобто завдання має достатньо складним щоб викликати інтерес, але достатньо легким щоб можна було впоратись» [3, с. 62]. М. Чиксентмігаї бачив причину виникнення нудьги та тривоги в неможливості досягнення стану потоку і виділяв внутрішні та зовнішні перешкоди на цьому шляху. До внутрішніх належать: надмірна сором'яз-

ливість та соціальна тривожність, [3, с. 73], надмірна складність або простота завдання [3, с. 65], ефект «надувимкнення стимулів», надмірна егоцентричність [3, с. 73]. До зовнішніх причин належать такі явища, як «аномія» та «алієнація». Аномія – це повна відсутність правил та чітких обов'язків в компанії, дизайнер може не розуміти кордони своїх обов'язків та відповідальності [3, с. 74]. Алієнація – це протилежне явище, коли компанія пригнічує своїх працівників, змушує їх працювати всупереч своїм інтересам. Явище алієнації можна порівняти з роботою на конвеєрі, коли людина змушена повторювати однакові дії, щоб прогодувати себе [3, с. 74]. Вважається, що діяльність дизайнера неможливо порівняти з роботою на конвеєрі, але ті, кому не пощастило працювати в деяких великих агенціях легко впізнають свій досвід в цілому прикладі.

Спируючись на теорії наведені вище, можна окреслити напрями роботи арт-терапевта для зниження рівня нудьги: робота на покращення уваги, зниження тривоги, збільшення самоусвідомленості, зниження соціальної тривожності. Так American Art Therapy Association (AATA) зазначає позитивний вплив арт-терапії на покращення уваги у дорослих з синдромом дефіциту уваги [2]. Для подолання тривожних станів нам важливо навчити людину розпізнавати та керувати власними емоціями. Для цього ми пропонуємо людині такі види арт-терапії, де можна виразити емоції за допомогою мистецьких засобів, таких як колаж, ліплення, малювання. Також для подолання тривожних станів добре зарекомендували себе танцювальна терапія, казкотерапія, пісочна анімація, метафорично асоціативні карти [4]. Всі ці методи можуть використовуватись як окремо, так і комбінуватись в мульти-модальному підході.

Висновки: нудьга – це негативний стан який може з'явитися в роботі дизайнера через зовнішні чинники або через внутрішню схильність. Зниження уваги є причиною схильності до нудьги. Високий рівень тривоги є перешкодою в досягненні стану потоку, і як наслідок призводить до нудьги та ще більшому посиленню тривожних станів. Можна припустити, що тренування довірливості уваги та зниження тривоги методами арт-терапії знизять рівень нудьги в роботі дизайнера. Аналіз літератури показав що арт-терапія добре зарекомендувала себе як інструмент подолання тривожних станів з клієнтами різних вікових категорій. Арт-терапія добре впливає на рівень усвідомлення власних емоцій та почуттів, що допомагає клієнту керувати емоційними станами.

Список використаних джерел:

1. Nicole LePera, M.A., Relationships Between Boredom Proneness, Mindfulness, Anxiety, Depression, and Substance Use. The New School Psychology Bulletin 2011, Vol. 8, No.2, <https://doi.org/10.2466/pms.1990.71.3>
2. Case Study: Using Art Therapy for a Client with ADHD. Art Therapy Resources. URL: <https://arttherapyresources.com.au/case-study-adhd/> (date of access: 22.03.2024).

3. Чиксентмігаї М. Потік. Психологія оптимального досвіду. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2017. 259 с.
4. О.В Карапетрова. Використання методів арт-терапії у роботі психолога з корекції тривожних станів особистості. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. 2020. Серія «Педагогіка і психологія». Пед. Науки. 2020., № 2 (20). С. 34–39.

Інформація про автора

СКИРКО Вікторія Вікторівна, студентка 1 курсу магістратури, Арт-терапія та комунікативні практики

Керівник: КОРНЕЙКО Юлія Миколаївна, кандидат педагогічних наук, доцент, ХДАДМ

УНІВЕРСАЛІЗМ ВАСИЛЯ ЄРМІЛОВА ТА СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МИСТЕЦЬКОГО НАВЧАННЯ

Людмила СОКОЛЮК

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Поняття «універсалізм» прийнято пов'язувати з добою Відродження в Італії, коли виникло поняття “*homo universalis*”, тобто «універсальна людина», «енциклопедист», інтелектуальні здібності якої та практична діяльність не обмежувались однією галуззю знань. Саме таким був не лише Леонардо да Вінчі, а й чимало інших представників тієї легендарної епохи.

Утім, часи минали, а універсалізм час від часу знову і знову ставав характерною ознакою нової доби. Як показує історія мистецтва, досить поширеним явищем він входить в українську художню культуру першої третини ХХ ст. Яскравим його представником, універсалом рідкісного масштабу був, перш за все, засновник школи «українського монументалізму» Михайло Бойчук, який до того ж був творцем нового стильового напрямку, що увійшов в історію мистецтва як неовізантизм, а згодом — бойчукізм. Сам М.Бойчук у власній художній практиці виявився одним з найвидатніших реформаторів своєї доби як в мистецтві монументального і станкового живопису, так і в різних видах графіки, займався реставрацією, сценографією тощо. Досить характерним універсалом з когорти діячів доби українського розстріляного відродження показав себе Василь Кричевський — засновник стилю «українського модерну» в архітектурі. Окрім архітектури, він мав досить високі здобутки в мистецтві живопису, графіки, був художником театру і кіно, майстром декоративно-прикладного мистецтва. Людиною універсального складу мистецького обдарування був і мистець-літератор Михайло Жук — живописець, майстер різноманітних графічних форм і декоративних панно, театральний художник, кераміст і до того ж ще й поет, прозаїк, драматург. Сама доба українського національного відродження характеризувалась співіснуванням і конкуренцією різноманітних художніх поглядів, мистецьких угруповань, маніфестів тощо. Авангардисти в Україні пропонували кубофутуризм, примітивізм, конструктивізм, супрематизм тощо. Вони увійшли в історію світового мистецтва як представники «українського авангарду» з його неповторними національними рисами. Серед них були і А.Петрицький, і О. Екстер, і Б. Косарев, і В. Єрмілов та ін. Але універсалізм як мистецький принцип, обраний за основу їхньої творчості, характеризував її не лише за доби українського національного відродження першої третини ХХ ст., а й після його знищення сталінською репресивною машиною.

Звільненому з роботи в Харківському художньому інституті у 1935 році за «формалізм» Василю

Єрмілову (1894 – 1968), хоч і вдалось зберегти життя, але трохи не три десятиліття доводилось виживати, постійно знаходячись у злиднях, сприймаючи за щастя, коли вдавалось за безцінь продати якийсь із своїх творів, що традиційно не вкладався у рамки, відведені соцреалізмом. Авангардні експериментальні пошуки відійшли в минуле. Але з настанням хрущовської «відлиги» почав з'являтися суспільний запит на мистецтво в архітектурі, все більшого розвитку набували мозаїчні панно, особливо в творчості представників Клубу творчої молоді в Києві на чолі з Аллою Горською. Чимало ескізів мозаїчних панно з початком 1960-х років створив у Харкові і В. Єрмілов [1, с. 40 – 53], хоча всі вони залишились не реалізованими. Утім, засновник українського дизайну залишався вірним ідеалам 1920-х років, не став конформістом, а з реформуванням ХХІ в 1963 році в Харківський художньо-промисловий інститут знову виявився затребуваним в навчальному процесі. І йому, рідкісному професіоналу в художньо-промисловій сфері, авторів численних міських проєктів (збірних кіосків, агітаційних фургонів, трибун-реклам, вітрин, оформлення площ та вулиць Харкова, плакатів), театральних декорацій, ескізів обгорток, малюнків для тканин, товарних знаків, шрифтовиків, а окрім того, ще й майстру в портретному й пейзажному жанрах, було чим поділитися зі студентами, передаючи свій досвід у відновлюваній мистецькій професії.

Як розповідав авторці цих рядків один з перших учнів В. Єрмілова в ХХІІ Ю. Д'яченко, який вступив до цього вишу після закінчення Харківського художнього училища, його однокурсники були неймовірно здивовані, зіткнувшись із системою викладання Василя Дмитровича, який повертався до педагогічних напрацювань 1920-х років. Згідно з одним із завдань, наприклад, слід було намалювати куб, на один з кутів якого насадити кулю таким чином, щоб зберегти рівновагу мас. Начебто просте завдання виявилось на практиці досить складним. Зв'язок із навчальними вправами 1920-х років простежувався і в завданнях на створення композицій з плоских геометричних форм (трапеція, коло, трикутник, прямокутник, квадрат), що в результаті нагадували деталі промислових виробів. У педагогічній практиці В. Єрмілов відновлював конструктивістську форму 1920-х років. «Зберігати вірність духу покликання і рухатись вперед» — залишалось для Василя Дмитровича непорушним правилом, наслідувати яке він закликав і студентів [2, с. 227]. Щодо себе Майстер зізнався, що в 1910 році він «вперше відчув аромат імпресіонізму», наступного року Ван Гог став для нього «значити більше ніж батько рідний», у 1912 році «був зачарований Пікассо, і відтоді захоплений ним досі» [2, с. 227].

Це він писав у лютому 1963 року, перед тим, як, повертаючись до відновлення авангардних пошуків в педагогічній діяльності, запрацював одразу на двох факультетах, які тоді було створено в ХХІІІ — конструкторському і декоративно-оформлювальному. Єрмілов пильно слідкує за подіями художнього життя, новими

виданнями з образотворчого мистецтва і нарешті, після заборони «формалізму» за сталінських часів, представником якого його розглядала партійна номенклатура, 1962 року провів першу персональну виставку своїх творів і мріє про наступну. У травні 1964 року на нього чекав значний творчий успіх у зв'язку з виконанням величезного стенду (42 кв. м. в довжину) для 8-го Державного підшипникового заводу в Харкові: робітники вранці настільки були вражені, що півгодини не могли приступити до роботи.

Утім, здоров'я мистця починало давати збої, а у січні 1968 року він відійшов в інший світ, залишаючись у бідності і невідомості. Лише після смерті до нього прийшла світова слава. Сьогодні його твори, як одного з найвидатніших майстрів українського авангарду, знаходяться в музеях Києва, Харкова, мистецьких колекціях США, Німеччини, Франції, продаються на міжнародних аукціонах на кшталт Sotheby's. Мистецтво В. Єрмілова демонструється на різних міжнародних виставках. У Харкові на його честь у 2012 році відкрито виставковий центр сучасного мистецтва під назвою «ЄрміловЦентр». Творчість забороненого за сталінських часів Майстра досить активно вивчається [3; 4].

І хоч у Худпромі після кількох десятиліть вигнання Василю Єрмілову довелося попрацювати недовго, але залишений ним спадок важко переоціни-

ти. Зрозуміло, що сьогодні, під час воєнного стану в Україні, склалася обстановка, що не є сприятливою ні для розвитку художнього життя в нашій країні, ні для навчання мистецької молоді. Утім, універсалізм В. Єрмілова, його відданість обраній справі, незламність духу залишаються прикладом як для сучасних українських мистців, так і для майбутніх художників, зокрема дизайнерів.

Література

1. Денисенко О.О., Скульський М.Ю. Василь Єрмілов : відомий і невідомий: Харків: ХДАДМ, 2005. 81 с.
2. Єрмілов В. Листи до Віктора Платонова. 1960 – 1967 роки // Український художній авангард: Маніфести, публіцистика, бесіди, спогади, листи / Упоряд. Д. Горбачов за участі С. Папети та О. Папети. Вст. ст. М. Дмитрієвої. Наук. ред. А. Пучков. Київ: Дух і літера, 2023. С. 219 – 248.
3. Павлова Т.В. Василь Єрмілов же весну. Київ : Родовід, 2012. 108 с.
4. Павлова Т. Мистці українського авангарду в Харкові. Харків : Графпром, 2015. 476 с.

Інформація про автора

Соколюк Людмила Данилівна, доктор мистецтвознавства, професор, професор кафедри теорії і історії мистецтв ХДАДМ, член-кор. НАМ України

ІВАН СВЯТЕНКО — ВИДАТНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ МИСТЕЦЬ БЕЗ БІОГРАФІЇ

Оксана СОКОЛЮК

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

У Лебединському художньому музеї ім. Б.К. Руднева на Сумщині зберігаються два майстерно виконаних портрети авторства харківського мистця Івана Микитовича Святенка, які, вочевидь, потрапили сюди у зв'язку з націоналізацією майна одного з представників славетного роду Капністів, родовий маєток якого знаходився неподалік у с. Михайлівка, розграбований і спалений в період захоплення влади більшовиками у 1918 р. Зараз в музеї зберігається значна кількість високохудожніх предметів домашнього вжитку, що належали родині графа Василя Олексійовича Капніста (1838 – 1910). Його поясний парадний портрет з великою кількістю нагород на грудях цього Лебединського повітового і Харківського губернського предводителя дворянства В.Капніста виконано у 1910 р., як видно, незадовго до смерті. Граф зосереджено, вдумливо дивиться згори вниз на глядача. Світлом виділено обличчя і руки. Відомо, що В.Капніст замовляв І. Святенку і портрет своєї дружини Варвари Василівни Капніст (уродженої княжни Репніної), але він загинув під час пожежі в жіночій гімназії, якою опікувалася ця високоповажена особа. Відкіля Василь Капніст знав блискучого харківського портретиста, важко сказати. Можливо, з маєтку В.Капніста в с. Михайлівка потрапив до Лебединського міського художнього музею і портрет ще однієї видатної людини місцевого краю — Якова Володимировича Кучерова (1834 – 1909). Його справжнє прізвище Кучеренко, змінене під час перебування на військовій службі в Санкт-Петербурзі. Вийшовши у відставку у статусі штабс-капітана, за 40 років цивільної служби він зробив надто багато для місцевої земської громади, постійно відстоюючи її інтереси. Портрет поколінний. Я.В. Кучеров (Кучеренко) стоїть, опершись рукою о стіл і занурившись у роздуми. Зображений у темному костюмі на гладкому тлі, він притягує увагу глядача досить високим рівнем колористичного виконання.

Утім, викликає здивування, що в Лебедині зберігається не менш блискуча за своїми художніми якостями ікона Св. Апостола Іоанна Богослова (іл. 1) роботи І.Святенка.

Улюблений учень Христа, євангеліст Іоанн Богослов зображений як проповідник після смерті Вчителя. Він показаний на повний зріст, босоніж, з книгою в одній руці й гусячим пером в іншій, а поверх білої сорочки до п'ят накинута червоний гіматій, а поверх нього ще й шматок червоної тканини. Як бачимо, ікона вже не трактується як вікно в інший світ, а набуває вповні реалістичних рис, як це сталося за доби



*Іл. 1. І. Святенко. Св. Апостол Іоанн Богослов.
Фото О. Соколюк. Наводиться вперше*

модерну. У св. Іоанна Богослова широко розкриті очі, він шаленіє у своїй проповіді, звертаючись до грішного людства. Виконана на рельєфному позолоченому тлі з вирізьбленим автором оригінальним орнаментом з хрестиків, ікона вражає досконалістю малюнка і композиції.

Утім, залишається нерозв'язаним питання, де здобував професійну освіту цей непересічний майстер. На сьогодні відомо, що він був блискучим портретистом, майстром сакрального живопису, працюючи як в станкових, так і в монументальних формах. У Харкові він розписав один з найбільших у Східній Європі Благовіщенський кафедральний собор, який споруджувався у 1888 – 1901 рр., а автором проекту був професор Харківського технологічного інституту Михайло Ловцов (1849 – 1907). Прикметним

є той факт, що Іван Святенко співпрацював з ним, розписуючи цей храм і виконавши в ньому основні іконографічні сюжети. Однак вони були переписані (понівечені) сучасними горе-майстрами. Тим не менше, в Харківському технологічному інституті (зараз Національний технічний університет «Харківський політехнічний університет») на фізичному факультеті ще збереглися портрети видатних європейських фізиків, виконаних І. Святенком на стіні в кінці 1880-х рр. (іл. 2 – 3), тобто тоді, коли будувався Благовіщенський собор у Харкові за проектом М. Ловцова. Можливо, Святенко співпрацював з ним у цьому навчальному закладі разом з цивільними інженерами, архітекторами і художниками. Відомо, що з харківських архітекторів там працював академік архітектури Олексій Бекетов, а з художників — Михайло Пестриков, який був викладачем школи Раєвської-Іванової і працював в архітектурі як художник-монументаліст. Настінні портрети І. Святенка виконані в техніці «грязайль». Портрет французького фізика Саді Карно (іл. 2), який сформулював Перший закон термодинаміки, зараз вже почав осипатись і потребує реставрації. Особистість іншого видатного фізика (іл. 3) ще потребує уточнення, але цей портрет був відреставрований на кафедрі реставрації ХДАДМ: знято верхній тоненький шар тинку, його перенесено на дерев'яну основу і знову вмонтовано на місце на стіні, де він знаходився. Слід звернути увагу, що розписи, так само виконані у техніці «грязайль» роботи І. Святенка ще збереглися у Харкові по вул. Гоголя, 7 в будівлі колишньої домової Трьохсвятительської церкви так само колишньої Третьої чоловічої гімназії. Пошуки продовжуються з метою повернути історії українського мистецтва ім'я непересічного майстра Івана Микитовича Святенка.

Інформація про автора

Соколюк Оксана Василівна, аспірантка кафедри теорії і історії мистецтв ХДАДМ

Наук. кер. АЛФЬОРОВА Зоя Іванівна — докторка мистецтвознавства, професорка, зав. кафедри методології крос-культурних досліджень ХДАДМ



Іл. 2. І. Святенко. Портрет фізика Саді Карно. 1887. Грязайль. Фото А. Долуди. Наводиться вперше



Іл. 3. І. Святенко. Портрет фізика (?). 1887. Грязайль. Фото А. Долуди. Наводиться вперше

ГЕОРГІЙ НАРБУТ: ВНЕСОК

У ШРИФТОВИЙ ДИЗАЙН (ШРИФТ «КАЛИНА»)

Софія СТЕШЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Шрифт «Калина» є одним із найяскравіших прикладів насиченого національними мотивами графічного дизайну України. Цей шрифт, створений у 1929 році видатним українським художником Георгієм Нарбутом, втілює в собі дух української культури, став виразником національної ідентичності та віддзеркаленням традицій і символіки українського народу.

Дизайнер Георгій Нарбут, ім'я якого прославлене не лише в нашій країні, але й далеко за її межами, відіграв важливу роль у розвитку графічного мистецтва, подарувавши світові такі творіння, як перші українські державні знаки (банкноти і поштові марки) та численні ілюстрації до книжок. Він зробив значний внесок у галузь дизайну завдяки своєму унікальному та обдарованому підходу. Як зазначила українська дослідниця Марися Тишкевич, «його графіка відрізняється декоративністю і чіткістю контурного малюнка [1]». Що ж приніс Г. Нарбут у дизайн, чим викликав таке бурхливе пошанування української графіки? – Він зміг створити не лише окремий шрифт, а й цілу естетику, яка пронизує всі його роботи. Шрифт «Калина» став символом національного відродження та національної гідності, виражаючи той самий дух, який є незгасною іскрою в серці кожного українця.

Все почалося у 1910-х роках, коли у шрифтових роботах Г. Нарбута почало проглядатися його захоплення класичною антиквою; у той час він також почав експериментувати зі старою кирилицею. Цей період став ключовим у становленні художника-графіка як шрифтового дизайнера». Він активно досліджував різні стилі та форми, що відобразилося в його роботах. «Сам оригінальний шрифт „Калина” відрізнявся новаторськими стилістичними особливостями, наприклад асиметричними зарубками» [2]. Стилізовану літеру «Σ» Нарбут використав для створення «С», а для «З» вживалася літера, подібна до латинської «Z», але із хвостом донизу. Так само й літера «N» у Нарбута не співпадала з латинською «N». Надзвичайно цікаве у Нарбута накреслення літери «У», яка привертає увагу своєю незвичною формою, та особливо – літери «Д», що є однією з найбільш проблемних у сучасній кирилиці. Також і у шрифті «Калина» літера «Д» випадає з решти інших. Крім того, особливістю шрифту «Калина» є те, що у нього трохи менша контрастність штрихів, за рахунок чого він виглядає більш світлим і сучасним, хоча й зберігає той «нарбутівський» стиль.

«Родзинкою» шрифту є орнаментальний додаток до нього, зроблений на основі однієї з обкладинок журналу «Мистецтво». «Орнамент складається з кількох

елементів, які різноманітно komponуються між собою» [2]. «Калина» стала втіленням українського стилю та культури, що знайшло своє відображення у графічному дизайні. Вона не лише передає глибину, а й зберігає спадок та неповторність національного мистецтва.

Про популярність нарбутівської розробки свідчить той факт, що згодом до неї неодноразово повертались інші дизайнери. Так, у 1970-х роках на основі шрифту «Калина» створив свою роботу відомий київський дизайнер Олег Снарський, який практично повністю повторив накреслення літер «Калини», запропоновані Г. Нарбутом. «Одинадцятого червня 2014 року найбільша шрифтова інтернет-крамниця Myfonts поповнилася українським шрифтом «Калина», який випустила львівська дизайн-студія 2D Туро» [2].

Сучасні українські дизайнери шрифту звертаються до напрацьовань минулого й охоче використовують багатий мистецький спадок початку ХХ сторіччя, так само як Г. Нарбут, В. Кричевський, П. Ковжун, Р. Лісовський та інші майстри свого часу спиралися на шрифтовий спадок XVII–XVIII століть. Стара кирилиця дійсно зберігає в собі чимало надзвичайно цікавих особливостей графічного рішення і здатна надихнути вдумливого сучасного дизайнера на якісну й оригінальну роботу.

Висновок. Шрифт «Калина», створений Георгієм Нарбутом, є невід'ємною складовою українського графічного дизайну та частиною культурної спадщини. Він не лише втілює в собі символіку та дух українського народу, а є свідченням внеску відомого художника у розвиток шрифтового та графічного мистецтва. Це не лише літери, а й історія, яка продовжує жити та надихати дизайнерів покоління за поколінням.

Вплив шрифту на графічний дизайн проявляється не лише у його застосуванні у різноманітних проектах, але й у формулюванні нових стандартів та тенденцій розвитку української шрифтової культури. «Калина» несе в собі не лише красу, але й глибокий зміст справжньої культурної спадщини та генетичний код нашої нації, які стають мостом між минулим і сучасністю. Шрифт продовжує впливати на сучасний графічний дизайн, підтримуючи традиції та символіку українського народу.

Література

1. Тишкевич М. Георгій Нарбут: Я московщину не люблю. Український інтерес. URL: <https://uain.press/blogs/georgij-narbut-ya-moskovshhinu-ne-lyublyu-1191893> (дата звернення: 25.02.2024).
2. 1886 – народився Георгій Нарбут, художник. Український інститут національної пам'яті. URL: <https://uin.gov.ua/istorichnyy-kalendar/berezen/9/1886-narodyvysya-georgiy-narbut-hudozhnyk> (дата звернення: 25.02.2024).

Інформація про автора

СТЕШЕНКО Софія Євгенівна, студентка 4 курсу ОПП «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. СБІТНЄВА Надія Федорівна

ТВОРИ ВАСИЛЯ ЄРМІЛОВА В КОЛЕКЦІЇ ХАРКІВСЬКОГО ХУДОЖНЬОГО МУЗЕЮ

Наталя ТИТАРЕНКО

Харківський художній музей

Історія побутування творів художника Василя Єрмілова в колекції Харківського художнього музею, способи їх надходження до державної установи, оцінка, фондова класифікація, експонування і каталогізація наочно демонструють еволюцію сприйняття суспільством творчості майстра як представника мистецького авангарду і одного із засновників сучасного дизайну. Відбір і підготовка музейних експонатів до презентацій (виставок, каталогізації, публікацій) зазвичай суттєво активізують процес їх дослідження, надають можливість осмислити творчість художника на кожному новому етапі розвитку громадської і національної свідомості.

Інтерес до особистості Василя Єрмілова «зажєврив» на початку 1960-х років. На хвилі так званої «хрущовської відлиги» відбулося реформування радянської художньої школи і утвердження в ряді її професійних вишів промислового напрямку. До цього процесу обережно залучалися старі кадри. 1962 року майже сьомидесятилітнього Єрмілова, як одного з найдосвідченіших фахівців прикладної графіки, який до того ж мав педагогічний досвід, запросили на викладацьку роботу до Харківського художньо-промислового інституту. Тоді ж відбулася і перша персональна виставка художника, склад якої окреслив його шлях у мистецтві. Однак, «у ранзі неіснуючих», за саркастичним виразом самого Єрмілова, він перебував до кінця свого життя і ще майже десятиліття по тому [1.с.260]

Персональний фонд Василя Єрмілова у Харківському художньому музеї було закладено у сьомидесяті роки минулого століття. Перша закупка відбулася 1974 року. В удови художника було придбано фактично за безцінь, по 20-30 рублів за одиницю, тринадцять графічних робіт митця. В тому числі шість офортів 1912-1913 років і вісім графічних ескізів 1919-20-х років: дві обкладинки, два варіанта розписів агітпоїзда «Червона Україна», проект «Вікно УКРОСТА», упаковка коробки цигарок «Українка» та ескіз декорації до вистави «Лісова пісня». Слід зазначити, що за життя Єрмілов, який завжди знав собі ціну (що особливо драгувало функціонерів від мистецтва), скорше б голодував, ніж погодився продати за таку ціну навіть невеликий свій начерк. Дослідник українського авангарду Дмитро Горбачов з цього приводу згадував, що за плакат «Потухшіе паровозы, стоящие фабрики ждут уголь Донбасса» закупівельною комісією у Києві Єрмілову було призначено мізерну ціну. Горбачов тоді запевнив художника, що роботу оцінено в 100 рублів, а різницю виплатив зі своїх коштів.

Закуплену 1974 року графіку Єрмілова члени фондової комісії музею класифікували як «другорядні експонати» і рекомендували взяти на облік у науково-допоміжний фонд. Однак, ескізи розписів агітпоїзда «Червона Україна» і «Вікно УКРОСТА» відразу зайняли місце в експозиції відділу, що на той час мав назву «відділ радянського мистецтва». Дорогу в публічний простір постійної експозиції роботам відкрила не скільки інноваційна образотворча мова цих рідкісних, чудом вцілілих зразків українського мистецького авангарду 1920-х років, скільки їх відповідність хрестоматійно-відомому в історії сучасного мистецтва Плану монументальної пропаганди. Належність цих ермілівських робіт до радянської пропаганди наразі може бути обґрунтуванням для їх потрапляння під дію закону про декомунізацію. Тому ще доведеться захищати від однозначної оцінки і твори, що виникли у вирії невідворотних подій історії, і їх автора.

Шість офортів 1912-13 років на той час не викликали особливої зацікавленості. Наразі стало зрозумілим, що ця група представляє надзвичайно змістовну сторінку біографії митця, яка пов'язує його творчість із багатограним художнім процесом порубіжжя XIX-XX століть [2.с.113] та історією становлення харківської школи офорту [3.с.110]. З часом зростає художня вартість інших робіт Єрмілова з першої закупівлі. Так, обкладинки журналу «Пути творчества» (1919) і брошури «Голод» (1922) демонструють активізацію практики художника у поліграфічній галузі, авторські пошуки шрифтових варіантів. Єрмілов передає характер змісту кожного видання – спокій погодженості відчутно у «кам'яних» літерах першого зразка, захват стрімчастих, драматично-гострих форм – у другому. Але в обох відзначаємо чіткий робочий ритм владного механізму, який з часом буде опрацьований у оригінальний варіант шрифту, що тепер називається «ермілівський». Акцидентний шрифт ескізу упаковки цигарок «Українка» дещо перегукується з вишуканими розчерками нарбутівських літер. З тим, відчутно їх «демократизацію», яку передбачає специфіка рекламного продукту. Ескіз декорації до вистави «Лісова пісня» за поемою Лесі Українки, який також потрапив до групи першої закупівлі, є рідкісним у порівнянні з масовістю зразків інших жанрів, де проявився талант Єрмілова і демонструє ще одну творчу грань універсального майстра.

Друге за часом поповнення музейної збірки творами В. Єрмілова відбулося 1982 року. За дарчою заявою харків'янина Я. Усики до колекції надійшла акварель «П'ятихатки», датована 1962 роком. Місцем зберігання цієї роботи вже було визначено основний фонд.

Утвердження державної самостійності України, зростання національної свідомості у всіх сферах суспільного життя активізувало процес повернення в історію українського мистецтва забутих імен. 1989 року у художника М. Молочинського було придбано дві роботи Єрмілова – малюнок «Молодий селянин», що

попереднім власником атрибутовано як роботу 1920-х років, і авторську листівку з флористичним рисунком, виконаним у характерній ермілівській стилізації. Ця закупка свідчила про те, що цінова політика на твори мистецтва 1920-х років кардинально змінилася. Змінився і статус робіт Ермілова у музейному зібранні. Тепер вже всі шістнадцять одиниць збереження було зосереджено у основному фонді сучасної графіки. 1994 року у повному кількісному складі графіку Ермілова представлено на виставці, яка ознаменувала 100-річний ювілей митця. В архіві наукової частини музею пам'ять про цю важливу подію зберігає анотація до виставки і список учасників Вечора пам'яті. Адже це була перша за довгі роки забуття публічна презентація творчості художника.

Відтоді і дотепер увага до мистецької спадщини Василя Ермілова незмінно зростає. Наразі ні одна презентація його творчості не обходиться без посилення на експонати з харківської колекції. Твори «беруть участь» у різноманітних проєктах, входять до складу виставок українського мистецтва у багатьох країнах світу, «виринають» у монографіях і публікаціях, що висвітлюють різні аспекти діяльності Ермілова. Вони змістовно поповнюють той унікальний і рідкісний візуальний матеріал, що представляє багатозаровий культурний пласт початку минулого століття, виявляє його головні мистецькі тенденції і соціально-політичні виклики. Жанрова різноманітність цих робіт, оригінальні авторські способи реалізації в них творчої ідеї є переконливим свідченням того, що митець по-

стійно знаходився в стані художнього експерименту, а його робота – «на кінчику пера» епохи. Ретроспекція творів Ермілова з колекції Харківського художнього музею вочевидне процес переходу від реалізму раннього періоду творчості до майбутніх конструктивістських винаходів вже реальних, а не зображених речей, за що художника високо поціновано у дизайнерському середовищі. Валер'ян Поліщук, перший біограф Василя Ермілова, влучно порівнював майстра з «чутливим художнім апаратом, що сигналізує й виявляє зміни художнього розвитку сучасності і як чутливий барограф не тільки відзначає тиснення сучасності, але й показує симптоми майбутнього» [4. с.12]

Література

1. Василий Ермилов. 1894-1968. Материалы к творческой биографии: статьи, письма, дневники, воспоминания, каталог приведенный/сост. А.Парнис. – М.: Галерея «Проун», 2012
2. Савицкая Л.Л. На пути обновления. Искусство Украины в 1890-1910-е годы: Монография. – Х.: ТО «Эксклюзив», 2006
3. Титаренко Н.В. Офорт в творчості Василя Ермілова. Вісник Харківської академії дизайну і мистецтв. – Харків, 2015. №1. С.108-113
4. Поліщук В.Л. Василь Ермілов. – Х.: Рух, 1931

Інформація про автора

ТИТАРЕНКО Наталя Володимирівна, мистецтвознавець, Харківський художній музей, зав. науково-методичним сектором

ФОРМУВАННЯ І ДІЯЛЬНІСТЬ ХУДОЖНЬОЇ

СПІЛКИ У КРОПИВНИЦЬКОМУ

Роман ТКАЧЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

В українському мистецтвознавстві на сьогодні залишається чимало недосліджених і не введених до наукового обігу фактів, які вплинули на загальний процес розвитку мистецтва в Україні. Зокрема, це стосується й історії регіональних мистецьких осередків, один з яких є Кропивницький (раніше Кіровограді, а ще раніше — Єлисаветград). Історія образотворчого мистецтва на Кіровоградщині має майже 150-річну історію, починаючи з Вечірніх рисувальних класів Єлисаветградського земського реального училища, Єлисаветградського Товариства грамотності і ремесел та Товариства заохочення красних мистецтв, коли формується місцева творча еліта. На жаль, більшість митців того часу розкидало по різних частинах світу через війни, революції, більшовицький терор.

Нове народження професійного художнього гурту на Кіровоградщині започатковується з др. пол. 1940-х рр. із заснуванням Кіровоградської художньої артлілі, яка на поч. 1950-х рр. переформовується в Товариство художників. Стають популярними проведення художніх виставок-звітів до тих чи інших знаменних дат на базі обласного будинку народної творчості. В основному в таких вернісажах беруть участь самодіяльні митці та майстри народних ремесел. Але зустрічаються і професіонали. З середовища живописців виділяються випускники Одеського художнього училища (Микола Бондаренко, Володимир Федоров, Борис Вінтенко, Броніслав Домашин, які стануть основою формування Кіровоградської обласної організації Національної Спілки художників України.

Осередок професійних художників Кіровоградщини — КіООНСХУ бере свій початок від роботи Кіровоградських художньо-виробничих майстерень Художнього фонду УРСР та активної діяльності головного художника КХВМ в 1982-1989 рр., нині Народного художника України Михайла Надєждіна як яскравого представника ідей нонконформізму, чий творчі погляди сформувалися на межі 1950-х — 1960-х рр. Ключовою для історії формування спілки стала виставка «Єлисаветград — Кіровоград. 1913 — 1988 рр.» до 75-річчя 1-ої міської художньої виставки, організована Кіровоградськими ХВМ Художнього фонду України разом з картинною галереєю (нині Кіровоградський обласний художній музей) та Кіровоградською дитячою художньою школою (заснована 1959 р). Було представлено 62 художники і понад 250 творів живопису, графіки, скульптури та декоративно-ужиткового мистецтва.

Слід відзначити, що М. Надєждін один — з небагатьох українських модерністів, який не звертався до якихось історичних чи етнографічних ремінісценцій і демонстрував свій погляд на соціальні, моральні і політичні конфлікти часу, декларуючи неприйняття диктатури насильства, жорстокості, ставить питання відносин особистості та суспільства, життя людини в умовах прогресуючої технізації природного середовища. В 1960-ті він створив роботи «Хіросіма», «Страти», «Ростомір», «Художник і модель», які виявляли трагічність духовного стану людини в умовах закритого суспільства, в 1970-ті — на поч. 1980-х рр. звертається до інтимної лірики у творах «Сон», «Портрет матері», «Світлий день», у 1980-ті — на поч. 1990-х рр., з проголошенням Україною незалежності, з'являються його картини, що вирізняються монументальністю, широтою осягнення простору («Відображення», «Переможець», «Сади Едему»).

М. Бондаренко та В. Федоров, з одного боку, дотримувалися офіційної лінії соцреалізму, і в їхній творчості знайшли відображення реалістичні тенденції, притаманні українському образотворчому мистецтву радянської доби, що не входили в протиріччя з її ідеологією. Обидва художники пройшли Другу світову війну кадровими офіцерами, тому не випадково зверталися до воєнної теми. Окрім того, їхній потяг до створення станкової жанрової картини втілювався в різного роду популярних історичних ремінісценціях («Битва за Кіровоград», «Перехід через Хін Ган», «Страхиття війни» М. Бондаренка; «Розгін демонстрації в м. Єлисаветграді», «Корифеї українського театру» В. Федорова). В них художникам не відмовиш у професійній майстерності. А написана в 1990-х рр. Бондаренком серія картин з історії козацтва демонструє бажання художника бути у вирі подій сучасності. І все ж більш яскраво М. Бондаренко та В. Федоров виявили свій талант в численних пейзажах, натюрмортах, портретах близьких їм людей, вкладаючи в ці твори не лише майстерність, але й власні почуття та емоції.

Творчий доробок Броніслава Домашина, безсумнівно, є великим і багатоплановим. У його картинах живе любов до краю, де він народився і жив, до людей, яких оспівував у своїх картинах. Про це свідчать його роботи «Лісостеп», «Панорама м. Кіровограда», «Інгул», портрети різних людей тощо.

Іншим був мистецький шлях Заслуженого художника України Бориса Вінтенка. Наприкінці 1960-х — на поч. 1970-х рр., тобто за доби хрущовської «відлиги», в українському малярстві з'явилася і нонконформізм, і нова течія «нового реалізму», в якому Б. Вінтенко утвердив свою творчу особистість. Пейзаж-картина стала цариною митця. Образ рідної степової України, краєвиди села Обознівка, де народився художник, постійно давали наснагу його творчості. Ще під час навчання в Одеському художньому училищі, захопившись імпресіонізмом та живописним декоративізмом, він з роками напрацював власну техніку малярства, яка до-

помагала йому досягти на полотні ілюзії глибини та безмежності простору, насиченого сонячним світлом («Моє село», «Старий млин», «Мандри», «Тиша», «Ранок», «Веселка» та ін.).

Беручи активну участь у виставковій діяльності, ці майстри сприяли, а нерідко й ініціювали створення виїзних творчих груп, проведення колективних художніх виставок, студії вечірнього малюнку та ін. Так, Б. Вінтенко довгий час керував студією образотворчого мистецтва обласного палацу піонерів і один з його учнів — Юрій Луцкевич, наприкінці 1980-х – поч. 1990-х рр., став провідним майстром стилю українського необароко, Леонід Бондар понад 20 років очолював Кіровоградську дитячу художню школу (з 1992 року). З його легкої руки у світ мистецтва прийшли багато нинішніх членів НСХУ.

Ще однією цеглиною у фундаменті творчого про шарку Кіровоградщини стає завершення на початку 1970-х рр. будівництва нового комплексу приміщень КХВМ художнього фонду УРСР, який складають столярні майстерні та художні цехи. Вперше художники отримали можливість мати персональні майстерні. Це посприяло приїзду до міста після закінчення спеціальних навчальних закладів творчої молоді, переважно уродженців сіл та районних центрів Кіровоградщини. З Ленінградського художнього

інституту ім. І.Ю. Рєпіна — Олександр Логвинюк, з Київського художнього інституту — Сергій і Анатолій Шаповалови, Анатолій Янев, Віктор Перепічай, Віктор Френчко, з Одеського художнього училища ім. М.Б. Грекова — Емілія Руденко, Анатолій Пунгін, Неля та Микола Фірсови, Микола Алексєєв, Валерій Давидов, Володимир Плітін, із Львівського інституту прикладного і декоративного мистецтва — Наталя Федоренко та Анатолій Дворський. Хоча кожен з художників привносив традиції тієї чи іншої мистецької школи, в результаті творчого взаємозбагачення в новому художньому середовищі поступово з'являються особливі мистецькі риси, що стали проявом своєрідності місцевого степового колориту. Особливо активізується виставкова діяльність після відкриття художнього салону-магазину з виставковою залою, який швидко став одним з яскравих мистецьких центрів м. Кіровограда, не втративши цієї якості і в сучасному Кропивницькому.

Інформація про автора

Ткаченко Роман Сергійович, аспірант кафедри теорії і історії мистецтв ХДАДМ

Науковий керівник СОКОЛЮК Людмила Данилівна — доктор мистецтвознавства, професор, професор кафедри ТІМ ХДАДМ, член-кор. НАМУ

ЛОГОТИП В АВТОМОБІЛЬНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА РЕБРЕНДИНГ ROLLS-ROYCE

Дар'я ТРИГУБ

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Список брендів автомобілів, які нещодавно змінили свої логотипи на свіжі, зручні для цифрових технологій, зростає. Ребрендинг є дієвим засобом, за допомогою якого компанії мають можливість збільшити інтерес цільової аудиторії та покращити продажі. Але також ребрендинг може спричинити певні негативні наслідки, такі як втрату впізнаваності бренду, невідповідність новому стилю компанії та негативний відгук споживачів. Брендам автомобілей потрібно представити логотипи, які презентують споживачам знайомі транспортні засоби із сучасним оновленням.

Rolls-Royce – культова компанія, яка займається виробництвом автомобілів з 1906 року. Бренд доручив ребрендинг Pentagram – мультидисциплінарній студії дизайну, яка залучила Марину Віллер для створення оновленої айдентики. Серед існуючих видів логотипів «Rolls-Royce» належить до категорії лінгвістичних. «Класифікація за семіотичним напрямком дає можливість розподілити логотипи на певні види, залежно від наявності елементів лінгвістичної і / або іконічної природи. Тому, виділяють три основні типи логотипів: лінгвістичний (шрифтовий), графічний та комбінований логотип» [1, с. 74-75]. «Шрифтові логотипи завдяки правильно підібраному шрифту чітко передають характер компанії чи емоційну складову бренду. За допомогою різних видів шрифтів можна передати різне емоційне повідомлення» [2, с. 892]. Кожен шрифт має індивідуальний характер, який робить його образ більшою чи меншою мірою незабутнім у свідомості людей.

Логотип «Rolls-Royce» складається з вертикально розташованого прямокутника із закругленими кутами, напису та монограми бренду. Напис «Rolls-Royce» 1930-х років, заснований на оригінальному малюнку в стилі ар-деко, став більш витончений, але він все ще нагадує старий шрифт Rolls-Royce, де літери пропорційно були більш вузькими й вертикальними. Слова «Motor Cars» зменшилися у розмірі, акцент повернувся до «Rolls-Royce», а особливу увагу приділено літері «R», яка допомагає забезпечити додаткову стабільність і помітність нового чіткого шрифту, який є не лише сучаснішим, але й передає це надзвичайно важливе відчуття розкоші завдяки делікатним лініям і деталям (таким як скошені кінці літер «L» і «E»). Крім того, цей шрифт без засічок, що є хорошим способом продемонструвати сучасність. Також завдяки цьому ребрендингу Rolls Royce матиме власний шрифт під назвою Rolls Royce Pioneer.

Під час створення чи ребрендингу будь-якого логотипу важливою складовою є вибір кольорів. Різниця в кольорах може мати значний вплив на сприйняття

логотипу споживачами. Синій, сріблястий, чорний і червоний дуже часто використовуються саме автомобільними компаніями. Логотипи з монохромними рішеннями та простим дизайном виглядають більш вишукано та підійдуть брендам розкішних авто, тоді як бренд спортивних може використати яскравіші та енергійніші кольори, – вважає Майкл Бейкер [3].

Чорне оточення логотипу «Rolls-Royce», яке раніше домінувало, під час ребрендингу було замінено на темно-фіолетовий колір під назвою Purple Spirit. Рішення супроводжується серією яскравих акцентних кольорів, включаючи яскраво-рожевий і помаранчевий, що дозволяє бренду бути більш спокійним або енергійним залежно від контексту. До нової айдентики бренду додався візерунок, який є абстрактною версією піктограми «Дух екстазу». Відсутність прямих ліній передає шовковистість тканини, яка асоціюється з елегантністю та розкішшю. Pentagram залишила недоторканим лише монограму «RR».

Висновок. Більшість автомобільних компаній проводять ребрендинг у бік т.зв. «плаского» дизайну і спрощення, щоб зберегти актуальність у сучасному світі. Також, використовуючи нові цікаві шрифти, кольори та форми, бренди намагаються представити унікальні логотипи, що привертати б увагу споживача. Наявність логотипу, який випередить конкурентів, є обов'язковою умовою в автомобільній галузі, де конкуренція завжди була дуже високою. Rolls-Royce не просто вирішив розробити 2D-версію свого існуючого логотипу, а провели комплексний, орієнтований на деталі ребрендинг, який, від тонких оновлень шрифту до нового логотипу, успішно переносить відчуття розкоші компанії в епоху цифрових технологій для своєї дедалі молодшої та різноманітнішої цільової аудиторії. А оскільки виробники автомобілів продовжують впроваджувати інновації та розвиватися, можна очікувати, що в найближчі роки з'являться нові та захоплюючі способи продемонструвати ідентичність бренду автомобілів.

Література

- Гніденко М. С., Колесніков В. В. Дизайн логотипу як основи фірмового стилю. Вісник КНУТД. 2015. No 1 (82): Серія «Технічні науки». С. 73-78.
- Верстова В.Я. Шрифт і логотип як спосіб привертання уваги споживачів. Менеджмент і маркетинг у сфері туризму і готельно-ресторанної справи. 2020. С. 892–894. URL: <http://surl.li/lndog> (дата звернення 13.02.2024).
- Бейкер М. Механіка створення логотипів автомобілів. 16.10.2020. URL: <https://www.zilliondesigns.com/blog/mechanics-car-logos/#:~:text=Colors%20such%20as%20blue%2C%20silver,black%20shows%20control%20and%20power.&text=The%20iconic%20brand%20design%20of,symbol%20of%20luxury%20and%20style> (дата звернення: 10.02.2024).

Інформація про автора

ТРИГУБ Дар'я Євгенівна, студентка 3 курсу ОПП «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. СБІТНЄВА Надія Федорівна

СКУЛЬПТУРНИЙ ПОРТРЕТ В ТВОРЧОСТІ

КИТАЙСЬКОГО МИТЦЯ ХУН ТАО

Тянь ЦЗЯЛУН

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Протягом різних періодів розвитку культури скульптура була одним з потужних напрямів образотворчого мистецтва, що передбачала образне втілення людської особистості, її побуту і внутрішнього світу. Її тривимірність дозволяє передавати форму, простір і текстуру образів такими способами, які перевершують обмеження двовимірного мистецтва (графіки, живопису). Скульптор може використовувати універсальну мову, викликаючи емоції, викликаючи переосмислення сприйняття пластичних форм.

Скульптура в Китаї визначається багатовимірним впливом художніх традицій, які знаходять свій витік у величезному культурному багатстві давньої цивілізації. Китайської скульптура пройшла тисячолітній шлях еволюції, але при цьому вона не втратила своєї унікальної ідентичності і активно вивчається сучасними науковцями. На прикладі творів відомого скульптора Хун Тао можна простежити використання символічних образів, стилізації, що втілюють надбання східної культури в сучасній мистецькій практиці.

В останні роки відомий китайський скульптор Хун Тао занурений у створення образів історичних персонажів (Конфуцій, Гу Кайчжі, Бада Шанренъ та інші). Митець використовує техніки і концепції, які живляться в традиційній китайській культурі. В його творах простежується еволюція скульптурного портрета майстра, образотворчі прийоми поступово переходять від «точності» і «чіткості» до більшої експресивності і «чуттєвості». Дотримуючись інтересу до давньокитайської літератури, митець втілює духовні риси героїв («Серія портретів стародавніх китайських

літераторів»). Особливістю портретних образів Хун Тао є втілення через мистецтво відчуття самотності особистості, порожнечі, страху і смутку, що відбиває певні соціально-політичні аспекти сучасного суспільства на шляху глобалізації. Портретні твори скульптора є собою певний діалог між традиційною естетикою Китаю та сучасним мистецтвом.

Технічна майстерність і витонченість портретних робіт майстра є вдалим прикладом досягнень китайської скульптурної практики. Ключовим аспектом китайської портретної скульптури є використання традиційних технік та матеріалів у поєднанні з інноваційними підходами. Скульптор Хун Тао вдосконалює стародавні техніки різьблення та ліплення, сполучаючи їх з сучасними методами (інсталяція, мозаїка), щоб створити естетично вражаючі та високотехнологічні твори мистецтва.

В сучасній китайській портретній скульптурі відзначається особлива форма втілення національного духу, яка виражається тяжінням до високого художнього висловлення ідеї через зображення. Ця форма мистецтва пронизана багатством традицій, але водночас відкриває нові шляхи у висловленні національної ідентичності та глибокого патріотизму. Хун Тао вмilo вплітає символіку, легенди та історичні події в свої роботи, створюючи тим самим величезний резонанс серед глядачів. Портретні зображення художника є не тільки відтворенням індивідуальних рис персонажу, але стають мовною платформою для вираження своїх емоцій, думок і переконань. Ще однією визначальною рисою робіт майстра є вміння підкреслювати духовну глибину та внутрішню сутність особи. Скульптор ретельно працює над вираженням характеру, енергії та індивідуальності. Це віддзеркалює національну гордість та самосвідомість, які сприяють формуванню національного духу китайського суспільства. Такими рисами відрізняються відомі скульптурні портрети Чан Кай-Ше (іл.1) і Хун І (іл.2). Особливо цікавий образ художника, одного із засновників професійної художньої освіти в Китаї на початку ХХ століття – Хун І (1880–1942). Він був майстерним живописцем, музикантом, драматургом, каліграфом, поетом.

Таким чином, твори Хун Тао є прикладом експресивного потенціалу сучасної китайської портретної скульптури. Його зосередженість на відтворенні образів історичних персонажів і видатних фігур сучасників, обізнаність у традиційних методиках і експериментальній практиці демонструють шляхи розвитку сучасного скульптурного мистецтва.

Інформація про автора

Тянь ЦЗЯЛУН, аспірант 1 курсу ХДАДМ, ОМДМР

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, доцент КОВАЛЬОВА Марія Миколаївна



Іл. 1. Хун Тао. Чан Кай-Ше. 2016. Бронза. 51x23x21 см.



Іл. 2. Хун Тао. Хун І. 2015. Бронза. 67x25,5x25,5 см.

УКРАЇНСЬКИЙ СТІНОПИС

ДОБИ ШІСТДЕСЯТНИКІВ

Анастасія ХУДЯКОВА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Після смерті радянського диктатора Й. Сталіна у 1953 році і з настанням доби «хрущовської відлиги» (1953 – 1964) розпочався процес десталінізації і певною мірою повернення до «українізації» в суспільно-політичному житті України. Утім, незважаючи на певну лібералізацію, реформування національного життя в Україні не могло вийти за межі політики КПРС, спрямованої на творення єдиного радянського народу без національних ознак і визначеної головними ідеологічними принципами функціонування радянського тоталітаризму.

Утім, навіть така короткочасна і обмежена лібералізація лише підштовхнула українське суспільство до національно-духовного пробудження. Одним з його проявів став рух нонконформізму шістдесятників в українському образотворчому мистецтві, що означало виникнення художньої течії, яка не вкладалося в норми офіційного радянського соцреалізму. Найяскравішим проявом такої непокори став створений у кінці 1950-х рр. Клуб творчої молоді у Києві. КТМ складався з кількох секцій. До художньої секції увійшли А. Горська, В. Зарецький, О. Заливаха, Л. Семикіна, Г. Севрук, Г. Зубченко, які прагнули не просто оновити образотворче мистецтво, а й повернути йому національну самобутність, відійти від нормативів соцреалізму, зорієнтованого на станкові форми. Знову і знову привертала увагу знищений за сталінських часів «український монументалізм», що яскраво розкрився в діяльності школи М. Бойчука, тим більше, що з переходом до індустріальних методів будівництва та його розгортанням виникла проблема до художнього оформлення архітектурних об'єктів.

«Душею українського шістдесятництва» назвав Аллу Горську інший відомий діяч української національної культури Роман Корогодський. Виникають асоціації з М. Бойчуком, який з молодих років розумів, у якому напрямку рухатись, щоб українське мистецтво вийшло з колоніального стану і піднялось на рівень найновіших світових досягнень. Безумовно, чималий вплив на формування мистецького світогляду А. Горської з її безстрашністю і лідерськими здібностями мав той цвіт української творчої інтелігенції, що зібрався в Клубі творчої молоді, а КТМ ставало центром українського національного життя.

Як і М. Бойчук, А. Горська вважала, що праця монументаліста вимагає колективної співпраці. У 1964 р. у співавторстві з О. Заливахою, Л. Семикіною, Г. Севруком і Г. Зубченком, за замовленням ректорату Київського університету ім. Т.Г. Шевченка до 150-річ-

чя від дня народження Кобзаря, виготовили у техніці розпис на склі макет вітражу «Шевченко. Мати». Вітраж мав бути встановлений у холі червоного корпусу. За вказівкою «зверху» ректор університету знищив вітраж. Але ні це, ні виключення зі Спілки художників України не зупинило А.Горську. Вона переходить до експериментальних пошуків в мозаїці, що починала набувати все більшої популярності з 1960-х рр.

У 1966 р. за замовленням ювелірного магазину під назвою «Рубін» у Донецьку А. Горська разом з В. Зарецьким і Г. Синицею виконують мозаїчне панно «Жінка-птаха», на якому зображена фантастична жінка з головою лелеки, що приносить сяючий дорогоцінний камінь. Перегукуючись з народною фантазією, робота абсолютно нетипова за своєю тематикою. Наступного 1967 року на фасаді ресторану «Вітряк» у Києві разом з В.Зарецьким і Б. Плаксієм А. Горська виконує мозаїчне панно «Вітер», орієнтоване на українські народні мотиви. Це єдина збережена на сьогодні в Києві мозаїка А. Горської та ще й виконана з орієнтацією на українські народні мотиви. Подібна тематика використана мисткинею і в оздобленні корпусів експериментальної школи № 5 у Донецьку. На стінах окремих корпусів було виконано у 1965 – 1966 рр. 9 мозаїчних панно, на яких зображені різні природні явища — космос, сонце, вода, вогонь, вітер. Автором проекту виступив послідовник бойчукізму Г. Синиця, а в колективі з ним працювали А. Горська і В. Зарецький. Після російської окупації Донецька ця пам'ятка зазнала пошкодження, а мозаїчні панно «Дерево життя» і «Боривітер», створені у наступному 1967 р. в інтер'єрі ресторану «Україна» в Маріуполі колективом митців, до якого, окрім А.Горської, увійшли В. Зарецький, Г. Зубченко, Г. Пришедько, Б. Плаксіє, а також В. Прахнін і Н. Світлична, були сильно пошкоджені під час варварського обстрілу міста російськими загарбниками. Мозаїки притягують увагу не лише наближеністю своєї тематики до українського народного мистецтва, а й експериментальним підходом до техніки виконання: окрім традиційних смальти, керамічної плитки, використовувались відходи металургійного виробництва (шлакоситал) із заводу «Азовсталь», нині зруйнованого російським агресором, а також фрагменти алюмінієвих ложок тощо.

Своїм зверненням до невмирущих джерел народного мистецтва в керамічних панно відзначилась керамістка О. Грудзинська, яка увійшла до творчої групи по художньому оформленню станції метро «Хрещатик» після відкриття першої лінії Київського метрополітену; А. Рибачук і В. Мельниченко, які у 1965 р. оформили своїми яскравими мозаїчними композиціями Палац піонерів (нинішня назва — Палац дітей та юнацтва) у Києві. Серед творів цієї серії — «Чудесна сопілочка», «Вершники», «Сонце і золоті пташки», а також «Червона скрипочка», присвячена Марії Приймаченко.

Українська ментальність нагадувала про себе і в мозаїчних творах С. Кириченка і Н. Клейн. Учень бойчукістів М. Холостенка й А. Тарана, який закінчив

КХІ ще в 1941 р. як живописець, на все життя зберіг тяжіння до монументалістики. Особливе місце в його творчості у співавторстві з дружиною Н. Клейн зайняла Шевченкіана. Так, шевченківській темі присвячені такі їхні мозаїки, як «Зустріч Тараса Шевченка із сестрою Яриною в 1859 році» (1961), «Нічого кращого немає, як тая мати молодая...» (1963), «Кобзар» (1964 – 1967).

Вже з початку 1960-х рр. все більш помітним в українській мозаїці стає те, як смальта витискується керамічною плиткою, яка успішно використовується у монументальній творчості І. Литовченка, В. Ламаха, Е. Коткова. Не лише графічністю кладки відзначається керамічне панно на фасаді художньої школи ім. Т.Г. Шевченка в Києві у виконанні дисидентів І. Марчука й О. Рапай. Кераміст за фахом, І. Марчук володів глибокими знаннями української народної образотворчості. У техніці шамоту з використанням солей він, продовжуючи експериментувати в кераміці, виконав своє панно «Ярослав Мудрий» у холі 1-го поверху Інституту теоретичної фізики НАН України у Києві (1969 – 1972). Схожу позицію за тематикою і за ідейним змістом продемонстрував і М. Стороженко,

який працював над проєктами мозаїчних панно для 2-го і 3-го поверхів.

Самобутні мистецькі шедеври продовжували створювати у 1970-і рр. в мистецтві мозаїчних панно Г. Зубченко та її чоловік Г. Пришедько. Новаторським підходом відзначались і монументально-декоративні панно П. Ганжі і його дружини Н. Чернової на станціях Салтівської лінії Харківського метрополітену. Їхні фаянсові рельєфи, виконані на Будянському фаянсовому заводі, встановлені на станціях «Київська» і «Студентська».

Своїм шляхом відбувався розвій монументалістики у Львові, але і в цьому мистецькому осередку України у др. пол. ХХ ст. передувала мозаїка. Утім, сьогодні ці твори зазнають пошкоджень, осипаються або знищуються новими господарями будівель. Тож необхідні заходи з боку держави задля збереження нашої культурно-мистецької спадщини, що руйнується не лише через терористичні ворожі дії російських окупантів, а і внутрішніх невігласів, які в гонитві за прибутками нищать духовні цінності нашого народу, об'єкти його національної пам'яті.

Інформація про автора

ХУДЯКОВА Анастасія Геннадіївна, викладачка кафедри монументального живопису ХДАДМ

СТЕФАН ЗАГМАЙСТЕР: ВПЛИВ НА СУЧАСНИЙ ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН

Людмила ЦАРЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Не можна уявити сучасний світ, насичений інноваціями й технологічними досягненнями, без впливу талановитих і креативних особистостей, які роблять свій внесок у різноманітні галузі дизайну. Однією з видатних постатей у сучасному графічному дизайні є Стефан Загмайстер, який створив не лише графічні шедеври, але і власний неповторний стиль. На думку багатьох сучасних дизайнерів, Загмайстер має статус лідера у професії і тим самим надихає на експериментувати нові покоління творців.

Стефан Загмайстер – відомий сучасний графічний дизайнер і типограф, народився 6 серпня 1962 року в австрійському місті Брегенц. З раннього дитинства Загмайстер мав пристрась до дизайну, тому не дивно, що він почав свою кар'єру дизайнера у віці 15 років [1]. У 19 років Стефан Загмайстер почав свій шлях у графічному дизайні, вступивши до Віденського університету прикладного мистецтва. Його винятковий талант виявився вже під час навчання, що принесло йому стипендію Фулбрайта для навчання в нью-йоркському Інституті Пратта. Пізніше він заснував власну компанію та став відомим завдяки дизайну обкладинок альбомів для таких відомих клієнтів, як Музей Гугенхайма та HBO [1].

У 1993 році у Нью-Йорку Стефан Загмайстер відкрив студію дизайну «Sagmeister», що стала епіцентром інновацій у графічному дизайні. Студія спеціалізується на музичному, соціальному, корпоративному й авторському дизайні, працюючи з такими відомими клієнтами, як Rolling Stones, HBO та інші. Студія відома своїми дизайнерськими експериментами та вишуканістю у роботі. Крім того, Загмайстер утворив дует з Джессікою Волш, «Sagmeister & Walsh», який також відомий своїми провокаційними та концептуальними рішеннями в галузі дизайну [3].

Експериментуючи з формами й матеріалами, поєднуючи різні мистецькі напрямки, Стефан Загмайстер став відомим завдяки своєму унікальному стилю та високому рівню майстерності. Його проекти – це завжди справжнє дослідження, де концепція та глибокий зміст поєднуються з нестандартним використанням технологій. Роботи Стефана характеризуються вишуканою колірною палітрою, глибоким емоційним змістом та оригінальним поглядом на світ. Він працює в різних техніках, включаючи олійну фарбу, акварель, олівець і фотографію.

Проекти, такі як мурал «Beautification» у Відні та логотип для Casa de Musica у Португалії, демонструють його творчий підхід та унікальність. Книга

«Things I have learned in my life so far» – ще один приклад майстерності Загмайстера, де він поєднав текст із візуальним мистецтвом, створюючи унікальні шедеври [4]. Також не можна не згадати його відомий проект, кінострічку «The Happy Film» [2]. Фільм поєднує документальну форму із графічним дизайном, його цікавий візуальний стиль відрізняється оригінальністю й виразністю, створює атмосферу, що відображає психологічний стан головного героя та його пошук щастя. Від абстрактних композицій до виразних графічних ефектів, стиль фільму відтворює внутрішній світ персонажів та їхні емоції. Завдяки використанню графічних елементів, фільм ефективно передає ідею про пошуки щастя та спонукає до нових думок. Кінострічка створює контекст для розуміння та впровадження індивідуальності в творчому процесі та підводить до думки, що унікальний підхід може бути ключовим чинником як у досягненні професійного успіху, так і у задоволенні від власної творчості в умовах глобального характеру креативних індустрій.

Загмайстер стверджує, що інструменти, ресурси і програми, якими володіють графічні дизайнери, є однаковими для всіх. Водночас він вказує на необхідність володіння особливим, відмінним від інших, мисленням [5]. Важливість доробку Стефана Загмайстера у графічному дизайні сьогодні визначається його унікальним та емоційно насиченим підходом. Його особистий погляд на професію та вміння втілювати емоції у творчість відповідає попиту на автентичність у сучасному дизайні. Інноваційний характер його рішень відображає важливість експериментів у галузі, де постійно змінюються технології та стилі.

Висновок. У світі графічного дизайну Стефан Загмайстер займає визначне місце як креативна людина, інноватор та експериментатор. Його проекти, які включають у себе мурал «Beautification», логотип для Casa de Musica, книгу «Things I have learned in my life so far», а також кінострічку «The Happy Film», відображають його творчий підхід і вплив на сучасний графічний дизайн. Його внесок у графічний дизайн полягає не лише у створенні візуальних шедеврів, але й у спонуканні молодого покоління дизайнерів до новаторського, нешаблонного мислення, до пошуку власного унікального стилю. Дизайнер показує, що для досягнення успіху у цій галузі необхідно не лише володіти технічними навичками, але й мати сміливість експериментувати та виявляти свою самобутність. Таким чином, Стефан Загмайстер є не лише відомим дизайнером, а й впливовою постаттю, яка надихає молодь на творчість і самовираження у галузі графічного дизайну.

Література

1. Stefan Saigmester. URL: <https://www.famousgraphicdesigners.org/stefan-sagmeister> (дата звернення: 26.02.24).

2. Stefan Saigmester. The Happy Film. URL: <https://www.thehappyfilm.org/> (дата звернення: 26.02.24).
3. Протасова Є.Ю. Стефан Загмайстер – сучасний графічний дизайнер. Всеукраїнська наукова конференція професорсько-викладацького складу і студентів ХДАДМ за підсумками роботи 2018/2019 навчального року. Харків, ХДАДМ. 25 травня 2019 р. С. 169-170.
4. Офіційний сайт. Stefan Saigmester. URL: <https://sagmeister.com/work> (дата звернення: 27.02.24).
5. Стефан Загмайстер «Не копіюйте, навіть якщо про це ніхто не дізнається». URL: <https://artukraine.com.ua/a/stefan-zagmayster--ne-kopiyuyte-navit-yakshcho-pro-ce-nikhto-ne-diznayetsya/> (дата звернення: 28.02.24).

Інформація про автора

*ЦАРЕНКО Людмила Анатоліївна, студентка 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна*

ВИТОКИ СУБ'ЄКТИВНОЇ ФОТОГРАФІЇ В СРСР В ОСТАННІЙ ТРЕТИНІ ХХ СТОЛІТТЯ

Наталя ЧЕХ

ГО “Інститут промоції заходів культури”, м. Одеса

Внаслідок масового знищення радянських громадян у системі ГУЛАГ та участі діячів культури у Другій світовій війні у поезії, літературі, образотворчому мистецтві, театрі, кінематографії тощо у післявоєнний період почали висловлюватися умонастрої покоління, що подолали почуття страху перед радянською тоталітарною системою. Ці покоління прагнули на встановлення культурних зв'язків зі світовою спільнотою та повернення культурної пам'яті. Суб'єктивна фотографія у Радянському Союзі виникла на перетині 1) гуманістичної фотографії, на кшталт *Photojournalism* (фотографічного журналізму); 2) німецької *Subjective Photography*; 3) авангардних течій в культурі СРСР у 1950–1970-і роки та 4) народної культури, яка була неподільною частиною офіційної радянської культури.

Поняття гуманістичної фотографії в післявоєнні роки насамперед пов'язують з ім'ям міжнародної агенції *Magnum Photos*, що було створено в Парижі Анрі Картьє-Брессоном (1908–2004), Робертом Капа (1913–1954), Джорджем Роджером (1908–1995) та Девідом Сеймуром (1911–1956) у 1947 році. «Гуманізм — особливий тип філософського світогляду, в центрі якого — людина з його земними справами та звершеннями, з властивими йому природі здібностями та потягами, з характерними йому нормами поведінки й відносинами»¹. За свідченням С. Морозова, фоторепортери знають «ціну моменту». Фотографи *Magnum* створювали «великі репортажі» методом репортажно-жанрової знімання («репортажного реалізму», «динамічного реалізму») та ознайомили таким чином громадськість світу «<...> з правдою життя людей різних національностей та соціальних верств» [2, с. 229]. У США з 1936 по 1972 роки професійні репортери групувалися навколо щотижневого часопису *Life*. Серед американських фотографів-гуманістів особливе місце займає В. Френк Юджин-Сміт (1918–1978), твори якого були близькими до поезики фотографів раннього *Magnum*. «Репортажна фотографія довела, що образне рішення може виникати й на основі достовірності факту, який вдало зафіксований у кадрі, що збуджує у глядача емоції, змушує працювати уяву. Вдалий репортажний знімок робить глядача учасником події» [2, с. 249]. Публіцистика, жанр фотонарису було постійним виразним засобом й у радянських журналістів та фоторепортерів.

¹ В. Межуєв. Гуманізм. Нова філософська енциклопедія. URL : <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH0186d768b46fa93beb4e2d86> (дата звернення: 14.02.2022).

У жовтні 1966 року у виставковому центрі «Манеж» (Москва) з великим резонансом було проведено виставку переможців та учасників 4-го Міжнародного конкурсу фотографії «*Inter Press Photo*» («Інтерпрес–фото 66»), що проходила під девізом «За мир, дружбу, гуманізм та прогрес». Створення *IPP* було ініційовано країнами соціалістичної співдружності. Серед організаторів конкурсу були *Міжнародна організація журналістів* (ІОЖ), *Міжнародна федерація художньої фотографії* (FIAF), що діє під патронатом ЮНЕСКО, тощо. Метою конкурсу *IPP* було зміцнення «дружніх та професійних зв'язків між фотожурналістами та фотолюбителями всіх країн світу»². В конкурсі брали участь 2182 авторів з сімдесяти однієї країни світу. До експозиції було відібрано 1106 робіт³. Гран-прі у конкурсі було присуджено фотографу з Нідерландів Ральфу Принсу за фотографічний нарис «Люди світу, Хіросіма нагадує». В інтерв'ю з членами міжнародного журі президент Асоціації італійських фотожурналістів Етторе Басеві (1966) свідчить: «Особливо вразив та порадував мене високий рівень робіт фотоаматорів. Звичного поділу знімків на професійні та аматорські на цій виставці не має»⁴. В рамках конкурсу 19 жовтня 1966 року в Центральному будинку журналіста відбулася теоретична конференція, присвячена проблемам фотожурналістики. Під час конференції було зазначено: «Якщо раніше від фотографії ... [було] потрібно головним чином документальне відображення події, то найближчим часом цього буде вже недостатньо. Стануть надзвичайно важливі емоційне забарвлення знімка, образотворчі нюанси, які при нинішній якості не мають великого значення. Це позначає, що до фотографії будуть пред'явлені вимоги не тільки як до найшвидшого, не беручи до уваги телебачення, засобу зорової інформації, але і в якихось випадках як до твору фотомистецтва»⁵.

Термін *Subjective Photography* («суб'єктивна фотографія») пов'язано істориками мистецтва з ім'ям фотографа Отто Штайнерта⁶ (1915–1978) та фотографічною школою, що склалася в 1950–1970-і роки у приватному університеті *Folkwang Schule*, де поряд із класами скульптури, графіки, текстилю тощо, існував клас фотографії (*Werkgruppe Fotografie*), який з 1959 року очолював професор О. Штайнерт. «Суб'єктивна фотографія» — післявоєнний європейський фотографічний рух, що спирався на досвід довоєнної німецької фотографії — руху «*Нове бачення*» / *The New Vision* та обрав його формальні прийоми як своє завдання. М. Шмальріде в каталозі до виставки

² *IPP* состоить в Москві. *Советское фото*. 1966. № 3. С. 38.

³ Призи та нагороди учасникам «Інтерпрес–фото 66». *Советское фото*. 1966. № 12. С. 1.

⁴ «Інтерпрес–фото 66». Інтерв'ю з членами міжнародного журі. *Советское фото*. 1967. № 1. С. 6.

⁵ Проблеми сучасної фотожурналістики. *Советское фото*. 1967. № 1. С. 25.

⁶ Отто Штайнерт — фотограф, викладач фотографії, врач за фахом, був співорганізатором гурту *Fotoform*. У 1951, 1954 та 1958 роках О. Штайнерт організував в Німеччині три впливові фотовиставки під назвою *Subjektive Fotografie*, під час проведення яких було представлено весь спектр західнонімецької фотографії з часів Другої світової війни. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/Fotoform> [in English].

Subjektive Photography: Images of the 50's (1984) вказує, що «Претензія на об'єктивність, яку фотографія *Новаї Об'єктивності* [Neue Sachlichkeit, the New Objectivity] намагалася реалізувати в об'єктивному представленні об'єктивного світу, не було знайдено у післявоєнних фотографів. Їхнім інтересом було власне існування та людський елемент, що, таким чином, спричинило суб'єктивний екзистенціальний погляд, розуміння суб'єктивності як творчого джерела»⁷. Проте послідовники суб'єктивної фотографії використовували деякі мистецькі прийоми модерністів 1920–1930 років Ласло Мохой-Надя (1895–1946), Герберта Байєра (1900–1985) та Ман Рейя (1890–1976) тощо. С. Морозов зауважує, що на межі 1970–1980-х років у Радянському Союзі «<...> лабораторія знову почала панувати в практиці фотографів-художників. Тепер експеримент поєднується з документальністю; так, на думку прихильників такого методу роботи, можна точніше висловити своє сприйняття дійсності. У цьому досягається й суб'єктивне рішення тієї чи іншої теми, що не суперечить об'єктивності, тобто особисте судження відображається і як суспільне» [2, с. 357].

За визначенням В. Стігнеєва, саме творчість аматорів, тобто непрофесійних фотографів, було вагомим рушійною силою розвитку радянського фотомистецтва в 1960–1970-і роки [4, с. 261–262]. За даними журналу «Радянське фото» на кінець 1966 року в СРСР існувало понад 170 фотоклубів⁸, серед яких — 17 фотоклубів України, в том числі фотоклуби Криму. Фотоклуби отримували фінансову та технічну допомогу від держави для здійснення своєї діяльності від постачання обладнання фотолабораторій, сплати витратних матеріалів для фотодруку для членів фотоклубів, надання приміщень та необхідного устаткування для проведення виставкової діяльності, до сплати витрат на відрядження до участі в пересувній виставкової діяльності та участі фотографів-аматорів в освітніх семінарах та фотографічних фестивалях.

Перший фотоклуб в СРСР було створено в Ленінграді у Виборзькому палаці культури в 1958 році (фотоклуб «ВПК» / «ВДК», рос.). У 1961 році було засновано фотоклуб «Новатор»⁹ в Москві, що діяв у однойменному Будинку культури будівельників. У Ризі в 1962 році на базі факультету журналістики міського народного університету культури було створено Ризький фотоклуб¹⁰, який потім переїхав до Будинку культури поліграфістів. Ризькі фотолюбители були активними учасниками міжнародних та всесоюзних виставок у Москві, Калінінграді, Празі, Ростокі тощо. Гунар Бінде був переможцем у Франкфурті-на-Майні, Буенос-Айресі та інших конкурсів фотографії. На сторінках часопису «Радянське фото» у 1960-і роки

обговорювалося питання про створення в Латвії єдиного органу до керівництва фотоаматорським рухом. «У повноваження цього органу повинна входити організація республіканських творчих семінарів фотолюбителей, розробка планів роботи клубів, міських і республіканських фотовиставок»¹¹. Проте цим планам не вдалося здійснитися повною мірою.

Місцем особливої захопливої сили для фотографів у 1960–1970-і роки був пітерський фотоклуб «ВПК», в якому в 1962 році було ініційовано проведення всесоюзного конкурсу фотоклубів «Наша сучасність», та прибалтійські фотоклуби в Ризі, Вільнюсі, Каунасі, Шяуляї тощо. Знаковою подією було проведення виставки «Дев'ять литовських фотографів» в 1969 році в Центральному будинку журналістів в Москві, де свої роботи представили фотографи Антанас Суткус, Альгимантас Кунчюс, Вітас Луцкус, Маріус Баранаускас, Людвікас Руйкас, Ромуальдас Ракаускас, Антанас Мієжанскас, Віталій Бутирін та Александрас Маціяускас, що призвело до появи теоретичного дискурсу про «Литовську школу фотографії» [2, с. 194]. За свідченням С. Морозова «<...> майстри Литви вважають за краще виявляти приховану красу, зовнішню іноді трансформують засобами техніки так, що до глядача доходить зміст сюжету, а не ознаки поверхневої привабливості» [2, с. 290]. Багато фотографів з Литви створювали великі тематичні цикли, працюючи над цим ні один рік. Першу професійну спілку фотографів в СРСР — «Асоціацію литовських фотографів-художників»¹² було створено у 1969 році. За безпосередньої участі Асоціації проводилося Бієнале прибалтійської фотографії, міжнародні семінари з фотографії в Ніде та численні фотовиставки, де брали участь й українські фотографи.

В Україні найбільш активними були учасники фотоклубів Києву¹³ («Київ», «Ікар»¹⁴, «Зірка», «Либідь» тощо), Запоріжжя (1963), Львову («Семафор»), Дніпропетровську («Дніпро»), Харкова (ХОФК) та Одеси («Одеса» (1965), «Фотон» (1973) тощо. В середовищі Харківського обласного фотоклубу в 1971 році виникло незалежне співтовариство фотографів — гурт «Час» («Время»)¹⁵, що започаткувало дискурс про «Харківську фотографію» («Харківську школу фотографії»). До складу гурта входили Олег Мальований, Борис Михайлов, Євген Павлов, Юрій Рупин, Олександр Ситниченко, Олександр Супрун, Геннадій Тубалев та пізніше Анатолій Макієнко, які розвивали суб'єктивний погляд на фотографію [3, 5]. Головним героєм творів послідовників суб'єктивної фотографії у Радянському Союзі в останній третині ХХ століття

¹¹ Клуб фотолюбителей Риги. *Советское фото*, 1966. № 8. С. 26.

¹² Першим президентом Асоціації був фотограф Анастас Суткус. Його заступником був Александрас Маціяускас. Retrieved from <https://www.photography.lt/en/press/creating-history-an-3cwt.html> [in English].

¹³ У 1980-у році у Києві діяло більш десяти фотоклубів. Їх діяльність координував «Міжсоюзний дім самодіяльної творчості». URL : https://www.fotoclub.info/festival/collection/preview.html?club_id=357 (дата звернення: 15.03.2024).

¹⁴ Початком офіційної діяльності фотоклубу «Ікар» було 1980 рік.

¹⁵ Ініціаторами до створення гурту «Час» («Время») були харківські фотографи Є. Павлов та Ю. Рупін.

⁷ Manfred Schmalriede, «Subjektive fotografie' and its relation to the twenties», *Subjektive Fotografie*, 27.

⁸ Див.: Адреса фотоклубов. *Советское фото*. 1967. № 1. С. 46–47.

⁹ Засновниками фотоклубу «Новатор» були професійні фотографи старшого покоління О. В. Хлебников, Г. М. Сошальский, за участі В. І. Улітіна.

¹⁰ Засновником й першим головою фотоклубу був оператор Ризької студії телебачення В. Фолкманіс. У 1966 році в Латвії існувало вже 10 фотоклубів.

постає «маленька людина у незначних обставинах», де суб'єктивність Автора стикається з суб'єктивністю Іншого.

Список використаних джерел:

1. Вартанов, А. С. Нариси естетики фотографії доцифрового періоду. М.: ГИИ, 2018. 218 с.
2. Морозов, С. Творча фотографія. М.: Планета, 1986. 415 с.
3. Павлова, Т. В. Фотомистецтво в художній культурі Харкова останньої третини XX століття (на матеріалі пейзажного жанру) : дис. ... канд. мистецтвознавства: 17.00.01 / Харківська держ. академія культури. Харків, 2007. 219 арк. + 171 арк. дод.: рис. Рукопис.
4. Стігнеєв, В. Т. Вік фотографії. 1894-1994: Нариси з історії вітчизняної фотографії. М.: Либроком, 2019. 392 с.

5. Чех, Н. Б. Символічна подорож «Скрипки» Є. Павлова від актуального світу до віртуального та назад. ВІСНИК ХДАДМ. 2021; № 2: 389–391. <https://doi.org/10.33625/visnik2021.02.389>

Інформація про автора

Чех Наталя Борисівна, магістр філософії, ГО “Інститут промоції заходів культури”, м. Одеса

Науковий керівник: Овчиннікова Альбіна Петрівна, Міжнародний гуманітарний університет, зав. каф. мистецтвознавства та гуманітарних дисциплін, МГУ, м. Одеса, професор

ПОЛЬСЬКА ШКОЛА ПЛАКАТУ. БРОНІСЛАВ ЗЕЛЕК

Дарина ЧУРКІНА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Польську школу плакату не випадково вважають однією з найсильніших у світовому дизайні. Вона була дуже популярна у другій половині ХХ століття і продовжує впливати на сучасних дизайнерів. Представники школи включають групу видатних художників, графіків і дизайнерів. Вони були одними з перших, хто знайшов у проектуванні плакатів особливий підхід, який передбачав розробку не тільки концепції, композиції, пластичної інтерпретації, а й спеціальних шрифтів. Художники-плакатисти вміло давали глядачеві зачіпку, яскраву деталь, що інтригувала, прямо чи завуальовано передавала ідею, закладену в плакаті.

Найбільше визнання завоював польський видовищний (цирковий, кіно- та театральний) плакат. У роботах польських плакатистів, пов'язаних з кіноіндустрією, найчастіше можна побачити яскраві образи, які розповідали глядачеві про настрій і спрямованість кінокартини. Персонажі були виразними з яскравим набором рис, які показували характер героя. Для сильнішого впливу на глядача художники вдавалися до жорсткого обмеження колірної гами, залишаючи лише поєднання чорно-білих плям і ліній з рідкісним додаванням третього контрастного кольору. Оперуючи прийомами гіперболи, метафори та гротеску, використовуючи виразність рисованого шрифту та фотомонтажу, польські художники створювали змістовні плакати, які не тільки інформували про вистави чи кінофільми, але й були справжніми витворами мистецтва.

Одним із видатних представників польського кіноплакату був Броніслав Зелек. У своїй роботі майстер використовував різні техніки, прийоми та стилі, від фотореалізму до сюрреалізму. Його роботи відрізняються оригінальністю й виразністю, привертаючи увагу глядачів своїм нестандартним підходом. Сміливі й захоплюючі плакати були візитною карткою Броніслава Зелека. Його дуже характерний спосіб використання фотографій та обмеженої палітри кольорів, а також ідеальне поєднання зображень і типографіки зробили його широко визнаним як у Польщі, так у всьому світі.

Окреме місце у мистецтві польського плаката займає здатність художників передавати у своїх роботах те, що вкрай складно зобразити візуально – звук. Видатні твори плакатного мистецтва присвячувались різним концертам і музичним фестивалям. Окрім високохудожніх рішень, що приваблювали, чіпляли, вони дозволяли глядачам на чуттєвому рівні відчувати ту музику, яка ставала для художників джерелом натхнення. Віртуозність виконання цих плакатів поєднувалась з чітким розумін-

ням специфіки конкретного жанру музики й доцільності використання тих чи інших художніх і дизайнерських засобів, якими можна передати характерні особливості різних музичних стилів.

Плакат для VIII Міжнародного конкурсу піаністів ім. Шопена є одним із найвідоміших творів Броніслава Зелека. Він стильний, елегантний і стриманий, побудований на поєднанні чорного та білого. Так само дуже популярним свого часу був плакат, розроблений для фестивалю польського джазу, який мав назву «Джазове Джемборі», з характерними рисами цього музичного стилю. Це давало змогу глядачеві відчувати настрій джазової музики, через призму кольорів і форми, що застосовані під час створення плаката. Зокрема, у цьому рішенні привертають увагу дві великі плями – стилізоване зображення вуха з джазовим інструментом. Виконані яскравими, контрастними кольорними плямами, зображення апелюють до відчуття якогось драйву та внутрішнього ритму. Характерною рисою композицій Зелека є гармонійне поєднання типографіки з ілюстрацією. Ці складові настільки міцно поєднані, що не можуть існувати один без одного. Для опису цього явища в роботах Б. Зелека доречно використати слова Жана-Люка Годара: «Відношення між текстом і зображенням схоже на співвідношення між стільцем і столом: щоб сісти за стіл, вам потрібні обидва» [1].

У плакатах Зелека також важливу роль відіграє «грайливе» використання шрифту. Якось дизайнер сказав про себе: «Письмо переслідувало мене все життя, випадково, власне, не знаю чому» [2]. Пізніше це стало ще важливішим, коли він став відомим як дизайнер шрифтів. Загалом він створив п'ять шрифтів, які широко використовували в усьому світі, особливо в 1970-х роках. Його останнім і найвідомішим проектом шрифту був New Zelek, який у 1980-х роках використовувався компаніями Microsoft для створення логотипу та Wiener Satdtwerke для візуальної ідентичності. Цей найпоширеніший у світі шрифт польського автора доцифрованої епохи був натомість першим польським мультискриптовим (багатолітерним) шрифтом – крім латинських, він містить літери з інших алфавітів.

Висновок. Польська школа зростала на міцному мистецькому ґрунті, в умовах високого рівня професійної освіти, що демонстрували навчальні заклади. Сформувались стійкі ознаки польської школи плакату: оригінальність авторського задуму, метафоричність, парадоксальність, символізм, емоційна виразність тощо. Броніслав Зелек був майстром своєї справи. Оригінальні та захоплюючі кіноплакати були його візитною карткою. В його роботах був характерний спосіб використання фотографій та «аскетичних» кольорів. Ідеальне поєднання зображення й типографіки зробили його широко визнаним не лише у Польщі, а й у всьому світі. Як плакати Зелека в цілому, так і розроблені ним шрифти зокрема дістали світового визнання. У своїй роботі Зелек поєднував багато технік,

а його стиль містив складні та водночас дещо різкі структури. Майстерне використання шрифту є головним у його роботах, зокрема, в кіноплакатах. Вони підкреслюють настрій того фільму, до якого був зроблений плакат.

Література

1. Поль Паласіос Даленс, Жан-Люк Годар, типограф із кіноапаратом. URL: <https://pampatypre.com/blog/jean-luc-godard-the-typographer-with-the-movie-camera> (дата звернення: 10.11.2023).

2. Варнке А. Історія польських шрифтів. URL: <https://culture.pl/en/article/not-only-helvetica-a-history-of-polish-fonts> (дата звернення: 10.11.2023).

Інформація про автора

ЧУРКІНА Дарина Олегівна, студентка 3 курсу ОПП «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. СБИТНЄВА Надія Федорівна

ГРАФІЧНА МОВА КНИЖКОВОЇ ГРАФІКИ

РОБЕРТА ЛІСОВСЬКОГО

Дарія ШЕВЧЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Серед видатних митців-емігрантів, творчість яких є важливою складовою культурної спадщини України та світу, був Роберт Лісовський – багатогранна і до сьогодні малодосліджена постать української образотворчості ХХ ст. Наявні дослідження пов'язують ім'я художника, передусім, зі складним та плідним періодом 1920–1930-х рр., а у цьому контексті із школою Г. Нарбути, вплив якої на формування та розвиток національної графічної школи є незаперечним. Однак важливим моментом є те, що ідейно-естетичну платформу нарбутівської школи графіка Р. Лісовського репрезентувала значно довший відтинок часу – аж до 1970-х рр., демонструючи пріоритет «національної» форми українського образотворчого мистецтва як магістрального шляху його розвитку у ХХ ст. Незважаючи на те, що більшу частину свого життя Р. Лісовський провів в еміграції (шлях митця проліг через Берлін, Прагу, італійські міста Джезі, Рим, а також Лондон і Женеvu), його творчість становить важливу ланку в ланцюгу культурно-мистецької спадщини саме України [1, с. 478].

За своє життя Роберт Лісовський створив чимало прикладів книжкової графіки та інших прикладних робіт. Виразні засоби творчої мови Роберта швидко розвивалися під час його становлення як художника й базувалися, головним чином, на теоретичних і практичних основах школи Нарбути, а також на його духовному зв'язку з національними архетипами. Характерною рисою українського мистецтва, яка сприяла формуванню творчої позиції Роберта Лісовського, було тяжіння до національних традицій, пластичних мотивів і символічних образів, які можна знайти в мистецтві та культурі бароко. Творча програма Роберта Лісовського охопила майже усі актуальні на той час види образотворчого й ужиткового мистецтва, але саме книжкова графіка стала для майстра тим естетичним простором, де найповніше розкрився його талант та отримала візуальну форму свідомо, відпрацьовану роками мистецька концепція художника. Яскрава образність творів народного мистецтва, органічне сполучення декору та шрифту приводять Р. Лісовського до бажаного синтезу, важливого в мистецтві книги. Приваблювала митця і стародавня гравюра як взірць лаконізму, гостроти та справжньої графічності художньої мови; в її напруженій експресії ліній він не лише вбачав сучасні модерні ритми, але й черпав натхнення для власної творчості [2, с. 264].

Не зважаючи на вплив та філософію мистецтва Нарбутівської школи, під час становлення графіч-

них здібностей у Лісовського склалися свої прийоми. Митець наділяв традиційні образотворчі та барокові орнаментальні мотиви сучасною пластичною мовою та новим світосприйняттям. Характерною рисою робіт художника є тенденція до декоративності, його твори мають свій оригінальний почерк, що дозволяє вирізнити їх серед інших. Це кругла, розмашиста, ніби «кучерява» форма декоративних елементів, рівень пластичної проробки композиційних елементів, особливе співвідношення чорного та білого й форма та пластика шрифтових елементів.

Роберт Лісовський протягом всього творчого шляху був послідовним у виборі композиційної побудови обкладинки. Навіть у 1920–1930-ті, коли творчість митця була новаторською та відчутно впливала на формування нового образу української книги, композиція та образне наповнення малюнка були досить типовими – симетрична основа; рамковий мотив з двох, різної товщини ліній; декоративна віньєтка в центрі. Новаторським був метод графічного опрацювання елементів обкладинки. Лісовський надавав антропоморфним і рослинним декоративним мотивам оригінального, часто експресивного динамічного звучання [2, с. 267]. В деяких обкладинках він відмовляється від симетричної вертикальної осі, не використовує орнаментів чи декоративних елементів, порушує горизонтальне розміщення тексту та надає образам експресії та драматизму.

Стилістика книжкової графіки Лісовського набуває чистоти у період його перебування у Лондоні. Пластична мова обкладинок і прикладних творів змінюється в бік видимої статичності композиції та пишності декоративних деталей. Композиції складаються з округлих барокових картушів або сюжетних малюнків, які не мають символічного характеру, як у ранніх обкладинках, а набувають швидше розповідної інтерпретації. При цьому графічна подача та віртуозність опрацювання форм залишаються такими ж винятковими, як і раніше. Найбільш оригінальні свої графічні твори Р. Лісовський створив у Львові та Празі – в атмосфері постійного мистецького діалогу між молодими та досвідченими художниками. Цей факт промовисто характеризує творчу особистість майстра як органічну частину українського мистецького руху й доводить важливість для художника середовища спілкування, як одного із факторів його творчого формування та зростання. Справді, будучи часткою великої мистецької спільноти, Лісовський чутливо інтегрує нові ідеї й концепції у свою творчість [2, с. 268]. Джерелом натхнення для Р. Лісовського послужили народне мистецтво та традиції українського бароко.

Висновок. Роберт Лісовський зробив значний внесок у розвиток графічного дизайну, створивши безліч прикладів книжкової та журнальної графіки. Завдяки впливу наставників, дослідженню історичних взірців та власному бажанню розвивати національні традиції, він зміг вибудувати власні прийоми. Митець заповнював простір бароковими орнаментальними мо-

тивами, які поєднував з сучасною пластичною мовою та новим світосприйняттям, майже завжди дотримуючись власної стилістичної лінії. Лісовський Збагачував свої роботи новими формами, створював графіку, прийнятну та зрозумілу широкому колу глядачів, що зробило його роботи пізнаваними у всьому світі.

Література

1. Мельник О.Я. Прикладна графіка Роберта Лісовського: Поєднання функціональності та естетики. *Художня культура. Актуальні проблеми*. 2009. №6. С. 478–490.

2. Мельник О.Я. Значення досвіду Роберта Лісовського як графіка для історії українського образотворчого мистецтва. *Художня культура. Актуальні проблеми*. 2012. №8. С. 264–271.

Інформація про автора

*ШЕВЧЕНКО Дарія Русланівна, студентка 4 курсу
ОПП «Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна*

СТИЛІЗОВАНА ГРАФІКА АНАТОЛІЯ ПЕТРИЦЬКОГО З ТОЧКИ ЗОРУ СУЧАСНОГО ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Андрій ШУЛЬГА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Анатолій Петрицький – живописець, графік і сценограф, талановитий художник, що вплинув на світ мистецтва своїми оригінальними концепціями. Він визначав себе як оригінальний художник театру, вражав яскравою образністю й точним відчуттям епохи у створенні театральних декорацій, костюмів і плакатів. Роботи А. Петрицького характеризувалися фактурою та унікальною на той час стилізацією, яка була дещо схожа на школу Баухауз, якої на початку його творчого шляху ще не існувало [2]. Тож розглянемо його діяльність більш детально.

З точки зору графічного дизайну важливою є творчість Анатолія Петрицького у галузі плакатної графіки, її взаємодія з політичним і соціальним контекстом 1920-х років в Україні. Використання гротескних образів і національних символів у плакатах Петрицького свідчить про його ставлення до політичної ситуації і культурних реалій того періоду. Створення карикатур на представників революційного народу вказують на його здатність гостро відчувати актуальні на той час політичні рухи. Навіть кольори в його плакатах мають символічне значення й відображають ставлення художника до певних політичних або культурних процесів. Часто в його творах присутнє відчуття зверхності, з точки зору глядача, і це віддзеркалює те, що до того як він почав працювати в театрі, він вже мав певне уявлення простору як театральної сцени, де реальність можна спостерігати з балкона. Але в цьому було певне вираження критики, сатири та художнього відображення дійсності. Також, працюючи над своїми плакатами, він починає використовувати техніку аплікації та колажу [3]. Його аплікації більше схожі на сучасний корпоративний стиль у векторній ілюстрації, у той час як колаж використовувався для придання фактури та певної «карикатурності» образу. Але про колажі більш цікаво поговорити в контексті його сценографічних робіт.

Характеризуючи його роботу в театрі, зазначимо, що в період соціалістичного реалізму, коли від митців вимагалось дотримуватися чітких стандартів, театральний живопис надавав Петрицькому можливість зберегти його творчу індивідуальність. Фокусуючись на сценографії, він зміг синтезувати свої художні пошуки, об'єднати таланти станкового й театального художника. Його власноруч створені роботи та використані матеріали надавали йому неповторного стилю. Однак це було не лише виявом творчого таланту,

а й наслідком обмежених ресурсів, які не міг повною мірою забезпечити театр. Втілені з необхідності та «сміття», колажі виявилися унікальним поєднанням неочікуваних образів і текстур, що значно вплинуло на його творчість, додало унікальності його роботам, а також поклато їх у контекст соціально-економічних умов того часу.

Зараз у цифровому колажі, як і в творах А. Петрицького, можна побачити використання вирізок із газет, текстуру невідбіленого крафтового паперу та картону, матеріали для упаковки тощо. Художник майстерно грав із текстурами та привертая увагу до образів через колажі, де кожен шар матеріалу мав своє значення. Він вдало поєднував реалізм з певною карикатурністю, створюючи у своїх колажах емоційно насичені образи, зводячи все до простих геометричних форм. У своїх сценографічних рішеннях Петрицький використовував різноманітні кольори та нестандартні форми, що віддаляло його від академічних традицій того часу.

Цей підхід викликав інтерес до новаторських технологій та експериментальних рішень, що було характерним також для школи Баухауз [3]. Як і представники Баухаузу, Петрицький прагнув до синтезу різних видів мистецтва й використання передових на той час технологій. У його творчості відзначається злиття живопису, сценографії, костюмів та інших елементів театральної постановки. Важливо, що Баухауз так само просував ідею «злиття мистецтва і промисловості», вдосконалення дизайну як об'єднувального елементу різних мистецьких напрямків. Костюми й декорації А. Петрицького – це яскравий приклад стилізації, яку використовують сучасні графічні дизайнери під час створення логотипів або інших графічних елементів. Твори Петрицького роблять акцент на силуеті, передачі руху через форму та передачі настрою через колір [3].

Висновок. Анатолій Петрицький зробив свій внесок у різні галузі образотворчого мистецтва, такі як живопис, графіка, сценографія тощо. Але унікальним цього майстра роблять саме його пошуки в напрямі стилізованого зображення. Принципи, за якими він їх створював, залишаються актуальними й зараз. І хоча сьогодні про нього нечасто згадують чи користуються його роботами як підручником чи орієнтиром, але відомо, що такі всесвітньовідомі художники як П. Пікассо, Ф. Леже та О. Екстер мали видання з репродукціями творів цього українського художника і надихалися його роботами [1], а їх внесок у мистецтво і в графічний дизайн важко переоцінити.

Література

1. Чернігівська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Софії та Олександра Русових. URL: <http://secinfchounbk.blogspot.com/2015/02/12-120-1895-1964.html> (дата звернення 24.02.24).
2. Спогади про Анатолія Петрицького. URL: <https://uartlib.org/spogady-pro-anatolya-petrytskogo/> (дата звернення 24.02.24).

3. 3. Анатоль Петрицький, зламаний бунтар URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NfvDwj7oTI&t=1905s> (дата звернення 24.02.24).

Інформація про автора

*ШУЛЬГА Андрій Олегович, студент 3 курсу ОПП
«Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБИТЄВА Надія Федорівна*

ДОСВІД УЧАСТІ У ПРОЄКТІ

«ЛІПЛЕННЯ НА ДОТИК»

(В РАМКАХ ІНКЛЮЗИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ)

Владислав ЮДІН

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Інклюзивна комунікація – це людиноцентроване спілкування, спрямоване на задоволення комунікативних потреб осіб з особливими освітніми потребами та визнання їхньої цінності в колективі [3, с. 76–81].

Спілкування є однією з центральних проблем, через призму якої вивчаються питання щодо сприймання й розуміння людей одне одного, лідерства й керівництва, згуртованості і конфліктності, міжособистісних взаємин та ін. Розвинена комунікативна культура сприяє формуванню комфортного комунікативного простору. Під час спілкування умовно здорової людини та особи з особливими освітніми потребами можуть відчувати дискомфорт обидва співрозмовника. Це можуть бути некоректні висловлювання в бік людини з ООС, та, як результат, незручна ситуація та образа [1; 2, с. 23–27].

Отже, створення рівного митецького діалогу між людьми, які бачать світ очима, і тими, хто може побачити його тільки своїми руками; прагнення створити простір для творчого самовираження, у якому замість зору задіяні відчуття і уява є головною метою проєкту «Ліплення на дотик». Цей проєкт виник у 2019 році в рамках проєкту «Людський фактор», в якому було представлено тактильну зону експозиції «на дотик» та зону «проростання». Засновниками проєкту стали скульптор Владислав Юдін, художниця Поліна Кузнецова, активістка Іва Стішун за підтримки ХОФ «Громадська альтернатива» та «Центр гендерної культури».

Наразі в Україні люди з порушеннями зору сегреговані та обмежена можливістю доторкнутися до візуального мистецтва. Для цього потрібно налагодження зв'язків між різними категоріями людей, завдяки отриманню спільного досвіду. Тому, комунікація в рамках проєкту «Ліплення на дотик» сьогодні є актуальною, пов'язуючи емоції, думки, почуття, стани людей у одне середовище.

Проєкт налагоджував зв'язок між людьми з різним світосприйняттям і розширював можливості для самодослідження та самовираження. За час проведення майстер-класів (в рамках проєкту) у них приймали участь учні інтернатів і шкіл для дітей з порушеннями зору, дорослі з різними ступенями втрати зору, психологи, художники, пересічні громадяни та внутрішньо переміщені особи. Також було розпочато індивідуальні заняття з незрячими підлітками.

За цей час було проведено близько 20 майстер-класів, а можливості учасників ставали рівними за допомогою використання напівтемряви або масок для очей. В процесі ліплення кожен ділився своїми враженнями, концентруючись на інших органах чуття для сприйняття матеріалу і простору навколо.

Для прикладу наведемо один з майстер-класів, проведений у 2020 році, в якому взяли участь 6 людей різної вікової категорії, з яких тільки 2 людини були зрячими. Метою було знайомство учасників групи один з одним, дослідження та самоусвідомлення через створення свого емоційного автопортрету. Зустріч відбувалася у напівтемряві, зрячі люди одягли маски для очей. По черзі заводилися люди в темне приміщення, яке було частково освітлене червоним ліхтарем, щоб кожен знайшов зручне для себе місце і акліматизувався у новому просторі.

Структура зустрічі була наступною:

Вхід. Учасники діляться зі своїм сьогодинішнім настроєм.

Доторкання. Огляд робочого столу, тематичних предметів (стилізованих масок та рельєфів), що мають різну фактуру та температуру.

Знайомство. Перша комунікація з глиною. Вправа «Діалог» на розуміння властивості пластичного матеріалу.

Створення. Розробка емоційного автопортрету на основі отриманих вражень від попередніх етапів.

Перегляд. Учасники тактильно оглядають роботи один одного, діляться враженнями, спілкуються, розповідають про свої відчуття.

Тривалість: 2 години 30 хвилин.

Спілкування було центральною проблемою, через яку досліджувалися наші можливості при роботі з глиною. Учасники групи сиділи упорядковано на відстані, колом в напівтемряві, тож нам було важливо утворити спільне середовище у якому існувала згуртованість. Акцент на виразності та деталях давав вільний поштовх до пошуку архетипів, символів, та образів які використовували учасники для створення емоційного автопортрета. На останньому етапі майстер-класу – дотик, тактильність, творення, інтерпретація та діалог дозволяли краще об'єднати почуття різних людей, і на перегляді можна було помітити емоційний графік від напруги й дискомфорту до заспокоєння і концентрації.

Результатом зустрічі стало те, що між учасниками майстер-класу вибудувався комфортний комунікативний простір, у якому люди з різними освітніми потребами мали можливість неупередженого співтворення. Зі слів Евеліни Ахматової, учасниці майстер-класу: «...Дуже цікаво те, як кожен себе бачить, що відчуває, що він би хотів сказати іншим. І в мене також з'явилася така цікава можливість виразити щось своє. Можливо, я давно щось хотіла сказати. А тут така чудова можливість: саме в образі автопортрета виразити якісь емоції, думки, відчуття. Також це передусім творче спілкування. Я до цього тягнувся, це для мене дуже важливо» [4].

Список використаних джерел

1. Етика спілкування: «Інвалідність» та знання з «доступності» та етикету. Всеукраїнське громадське об'єднання «Національна асамблея людей з інвалідністю України»: веб-сайт. URL: <http://naiu.org.ua/useful/etika-spilkuvannya/> (дата звернення: 22.12.2021).
2. Нівня Г.О. Інклюзивна комунікація як фундамент інклюзивного суспільства. Гілея. Сер. «Філософські науки». 2023. Вип. 1-2 (180-181). С. 23-27.
3. Сухенко В.Г. Формування інклюзивної комунікації в системі вищої освіти. *Імідж сучасного педагога*, 2023. 6(213). С. 76–81. [https://doi.org/10.33272/2522-9729-2023-6\(213\)-76-81](https://doi.org/10.33272/2522-9729-2023-6(213)-76-81)
4. Фоторепортаж. Відчувати мистецтво на дотик: Як незрячі харків'яни опановують скульптуру: веб-сайт. URL: <https://www.google.com/amp/s/kh.depo.ua/ukr/kh/vidchuy-mistetstvo-na-dotik-yak-nezryachi-kharkiviyani-opanovuyut-skulpturu-fotoreportazh-202002181111451/amp>

Інформація про автора

ЮДІН Владислав Андрійович, студент 1 курсу СВО: Магістр, ОПП: «Арт-терапія та комунікативні практики»

Науковий керівник: доктор педагогічних наук, професор, зав. кафедри педагогіки, української та іноземної філології ХДАДМ ЄРМАКОВА Тетяна Сергіївна

ПЛАКАТНА ТВОРЧІСТЬ ПАВЛА КОВЖУНА

Надія ЯРОШЕНКО

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Незважаючи на відносно невеликий обсяг плакатних робіт у творчості Павла Ковжуна, варто зазначити, що цього було достатньо для розвитку графічного дизайну у другій половині XIX ст. Більше того, вплив робіт майстра ми можемо відчутти й сьогодні, зокрема його характерний прийом поєднання футуризму з українським символізмом, що набув популярності із загостренням політичних відносин між Західною Україною та Австро-Угорщиною. Стиль Павла Ковжуна – це характерний прояв його трансформацій та традицій тогочасного європейського мистецтва, що поєднували в собі не тільки футуризм і символізм, а й конструктивізм з неокласицизмом та декоративні, орнаментальні прийоми. «Власне, завдяки конструктивістським прийомам митець досягає сили концентрування на проблемі зображеного у малюнку там, де це необхідно», – зазначила дослідниця творчості Ковжуна Т. Сидорик [2, с. 804].

Аналізуючи еволюцію творчості Павла Ковжуна, можна побачити, як характерний експресіоністичний неспокій перших графічних плакатів з часом плавно синтезувався із базовими конструктивними й футуристичними стилями плакату того часу, разом із перехрещенням інших стилістичних засобів, які здавалося б неможливо поєднати між собою, а саме: експресивні гострі форми та м'які натуралістичні орнаменти, широкій, напружений набірний шрифт та легка й повітряна каліграфія тощо. Також на прикладі Ковжунівських шрифтів можна помітити, як саме він перетворювався протягом своєї творчості. Від вишуканих барокових, пластичних та орнаментальних шрифтів під впливом творчості Георгія Нарбута та символізму переходив до деструктивних, часто експресивних шрифтових елементів, закомпанованих на площині рівномірно із зображенням, «...причому Ковжунові належать передусім складні орнаментальні композиції. Тут він дуже щасливо поєднував дещо класичні форми Візантії та бароко, черпав і з народного мистецтва, шукаючи й тут вічної мистецької синтези в гармонії форми і кольору», – писав С. Гординський [1, с. 40]. Основними рисами робіт П. Ковжуна були: активна взаємодія зображених об'єктів із шрифтом, де шрифт перейшов із пластичного мальованого у більш набірний та строгий, а колірна палітра відрізнялась яскравими відкритими кольорами червоного, чорного, білого та синього кольорів, рідше зустрічались жовті та помаранчеві.

Стиль творів Павла Ковжуна, який характеризується органічним поєднанням тексту й зображення, використанням яскравих кольорів і геоме-

тричних форм, створює візуальний ефект, який швидко привертає увагу глядача. Водночас об'єднання тексту та зображення, колажність дозволяють ефективно передати й інформаційне повідомлення. Контраст футуристичного плакату полягає в наданні динамічного руху та неспокою шляхом використання виразних ліній та контрастних фарб, а притаманні плакатам схематичність, геометричність та експресивність дають змогу відірватися від реальності та сприйняти технічно-образотворчу ідею митця.

Висновок. Стиль плакатів Павла Ковжуна вже не дивує сучасних графічних дизайнерів, що мають у своєму арсеналі все більше різноманітних технік та методів експерименту, поєднують на одній площині плаката різноманітні шрифти із зображувальними формами. Проте, з появою штучного інтелекту, дизайнерам все більше доводиться вдосконалювати методи аналізу та дизайнерського пошуку для втілення своєї креативності. Бо штучний інтелект може полегшити й покращити роботу дизайнера, проте його автоматизація має свої обмеження, зокрема: шаблонність, відсутність оригінальної будови, емоційного та культурного контексту.

На відміну від творів штучного інтелекту, футуризм дозволяє відтворити у графічних розробках особливу експресивну манеру, яка синтезує конструктивізм і символізм, декоративність і водночас спрощення форми, що надає контрасту, сприяє передачі повідомлення й викликає яскраві емоції у потенційного споживача. Павло Ковжун усвідомлював це прагнення футуристів до гострішої мистецької оцінки нової дійсності завдяки підсиленню контрасту та був одним із митців, на якого відчутно вплинув цей стиль, надихаючи створювати плакати до важливих політичних і соціальних подій того часу.

Спадщину символістсько-футуристичного стилю можна побачити в сучасному дизайні плакатів, де його принципи продовжують надихати на нові форми творчого вираження. Зокрема ідея рішення плакатів та іншої графічної продукції в експресивній манері, разом із спрощеними формами, які вигідно підкреслюються чистими, насиченими кольорами. Навіть незважаючи на те, що на час творчості Ковжуна не було достатньо ресурсів у поліграфії для якісного друку та потенціалу набірних шрифтів, він майстерно знаходив шляхи реалізації ідей, використовуючи обмежену колірну палітру та власні художні здібності в малюванні каліграфії, графічних орнаментів та використанні готових шаблонів для створення професійного плакату.

Література

1. Гординський С. Павло Ковжун 1896-1939. Львів-Краків: Українське видавництво №3, 1943. 64 с.
2. Сидорик Т. Творча постать карикатуриста Павла Ковжуна на тлі взаємозв'язків традицій та західноєвропейських художніх впливів у розвитку львівської сатиричної графіки 1900–30-х рр.: Народознавчі зошити. Львів. 2009. № 5-6, С. 801-805.

Інформація про автора

*ЯРОШЕНКО Надія Олегівна, студентка 3 курсу ОПП
«Графічний дизайн»*

*Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф.
СБІТНЄВА Надія Федорівна*

Міжнародна наукова конференція
**ДИЗАЙН ХХІ СТОЛІТТЯ. УКРАЇНСЬКА МОДЕЛЬ ДИЗАЙНУ:
ВАСИЛЬ ЄРМІЛОВ**

International scientific and practical conference
**DESIGN OF THE XX CENTURY. UKRAINIAN DESIGN MODEL:
VASYL YERMILOV**

Харківська державна академія дизайну і мистецтв
28 березня 2024 року

Збірник наукових матеріалів

Свідоцтво про внесення до держ. реєстру суб'єкта видав. справи
ДК № 860 від 20.03.2002 р.

Оригінал-макет підготовлено в редакційно-видавничому відділі ХДАДМ
Відповідальний за випуск: Владислав КУТАТЕЛАДЗЕ
Комп'ютерна верстка: Тетяна КОЗАЧЕНКО

ХДАДМ, Харківська державна академія дизайну і мистецтв,
Україна, 61002, Харків-2, вул. Мистецтв, 8.