

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

**ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ
ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ
І СТУДЕНТІВ ХДАДМ**

ЗА ПІДСУМКАМИ РОБОТИ 2018/2019 НАВЧАЛЬНОГО РОКУ

25 травня 2019 р.

Харків 2019

2018/2019

// . 25 2019 . -
, 2019. - 248 .
(. , .)
. .
: (, , , web,
, ; , - .);
;
- , , , ;
.
.
: editor2016@ukr.net.

Редакційна колегія:

- Даниленко В.Я. головний редактор, дійсний член (академік) Національної академії мистецтв України, доктор мистецтвознавства, професор;
- Гончар О.В. доктор педагогічних наук, професор;
- Мироненко В.П. доктор архітектури, професор;
- Соколюк Л.Д. доктор мистецтвознавства, професор;
- Бондаренко І.В. кандидат архітектури, доцент;
- Котляр С.О. кандидат мистецтвознавства, доцент;
- Кутателадзе В.В. кандидат мистецтвознавства, доцент.

ЗАХИСТ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ ПІД ЧАС ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ

Життя людини без сумніву визнається найвищою соціальною цінністю, але чи можна залишити без уваги культурне надбання, яке дає світло для кожної душі та навіть життя?

В останній час збройні конфлікти тільки підтверджують актуальність даного питання. Усвідомлення трагічності ще не дійшло до кожного - розграбування історичних пам'яток, пошкодження та навіть знищення творів мистецтва.

Загальні принципи та норми захисту культурних цінностей давно встановлені в міжнародних угодах, та нормах національного законодавства. Основою в сфері правового регулювання обігу рухомих культурних цінностей є Конвенція ЮНЕСКО про заходи, спрямовані на заборону та запобігання незаконному ввезенню, вивезенню та передачі права власності на культурні цінності, прийнята в 1970 році в Парижі. Конвенцію ратифікували 122 держави в тому числі й Україна.

Держави, які підписали і ратифікували Конвенцію, взяли комплекс зобов'язань по охороні культурних цінностей, що перебувають на їх території, зокрема:

- розробити законодавчі та нормативні акти, забезпечити захист культурної спадщини;
- встановити національні служби по збереженню культурних цінностей;
- встановити перелік важливих культурних цінностей, державних і приватних, вивезення яких означав би значне збіднення національної культурної спадщини;
- заснувати ліцензію на право вивезення культурних цінностей зі своєї території;
- встановлювати для зберігачів, колекціонерів, антикварів правила, що відповідають етичним принципам, сформульованим в Конвенції;
- вживати заходів, спрямованих на запобігання придбання музеями культурних цінностей, викрадених або незаконно вивезених з іншої держави;
- здійснювати контроль над археологічними розкопками і перешкоджати незаконним розкопкам;
- надавати широкого розголосу будь-якому випадку розкрадання або незаконного вивезення культурної цінності, вживати відповідних заходів для її пошуку і повернення законному власнику.

Викрадення голландських картин з музею Вестфріс міста Горн, які після десяти років пошуку знайшлися на території України, а саме п'ять

картин: «П'єса на кухні» Ван Шутена, дві картини художника Якова Вабена «Світська жінка», «Повернення Ієфая», «Весілля фазанів» Хендріка Боогерта і «Кухонна сцена» Флорис ван Схотен.

Оскільки всього з музею було викрадено двадцять чотири картини та сімдесят виробів зі срібла, частина творів досі знаходиться на території України, що тільки підтверджує той факт, що норми міжнародного законодавства не забезпечують охорону та захист творів мистецтва, їх вивезення за кордон.

Відповідно до ст. 10 Конвенції про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту від 14.05.1954 року під час збройного конфлікту культурні цінності, які знаходяться під спеціальним захистом, повинні бути відображені спеціальним знаком і повинні бути доступні для міжнародного контролю, як встановлено в Виконавчому Регламенті.

Однак, аналітика та проведені експертизи Українською Гельсінською спілкою з прав людини показують невтішну ситуацію у сфері забезпечення охорони культурних цінностей на сході України. На культурних цінностях не розміщувались розпізнавальні знаки, не вживались спеціальні заходи архітектурного характеру (для попередження і полегшення боротьби із пожежами та руйнуваннями), не були створені резерви матеріалів, необхідних для евакуації культурних цінностей, також на багатьох об'єктах культури та мистецтва були відсутні плани евакуації на випадок збройного конфлікту.

Все це призводить до серйозних втрат для вітчизняного мистецтва та культури. Від руйнувань, які в більшості припадали на 2014 рік, найбільше постраждав Донецький красназничий музей, з 29 залів – 25 було зруйновано, що призвело до втрати більшої частини колекції.

У Преамбулі Гаазької конвенції та преамбулі Конвенції про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини вказується про роль національних культурних пам'яток для всього людства. У Преамбулі останньої також зазначається, що все міжнародне співтовариство має брати участь в охороні природної та культурної спадщини, надаючи колективного сприяння, яке, не замінюючи діяльності заінтересованої держави, на території якої перебуває цінність, ефективно доповнить її».

Виходячи з вищевикладеного, можна дійти висновку, що на сьогодні норми захисту культурних цінностей в Україні не діють та не забезпечують захист.

Необхідно підкреслити, що спеціальний захист культурних цінностей має бути підготовлений ще у мирний час спільними силами законодавців та урядовців. Крім того, необхідно задіювати інструменти Конвенції Юнеско 1970 року, адже зобов'язання щодо повернення незаконно вивезених культурних цінностей виникає у державі–місця знаходження культурних цінностей у разі отримання запиту від держави–походження культурних цінностей та удосконалювати норми чинного законодавства щодо відповідальності за посягання на культурні цінності.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОНАННЯ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «КОЛЬОРОЗНАВСТВО» ДЛЯ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ДИЗАЙН».

«Кольорознавство» відіграє важливу роль у фаховій підготовці спеціалістів у всіх напрямках дизайну та образотворчого мистецтва.

Екзаменаційне завдання для кожної спеціалізації напрямку «Дизайн» має свою специфіку, що відповідає задачам які мають вирішувати майбутні фахівці. Так, для спеціалізації «мультимедійний дизайн» вельми важливо засвоїти закономірності руху, взаємодії та розподілу кольору як на площині так і просторі, а також гармонізації колірних відношень у композиції. Особливістю виконання екзаменаційного завдання даної спеціалізації є можливість виконання роботи за допомогою комп'ютерних технологій. Для цього студенти повинні мати навички у роботі з програмами Adobe Illustrator, CorelDRAW, Adobe Photoshop. Також мати базові знання з кольорознавства, а саме: принцип ритмічної розтяжки кольору, систематику і кваліфікацію кольорів, їхню ієрархію – головні й другорядні кольори. Знати принципи побудови колірної гармонії та вираження колірних переваг, а також принципи організації колірного простору композиції. Вельми важливі знання основних типів кольорової організації композиції, та закон «золотого перетину». Отримані знання з кольорознавства допомагають студентам «мультимедійного дизайну» грамотно виконати екзаменаційне завдання для якого потрібно вміти виявити середній сірий, діапазон світлот згідно ахроматичної шкали, загальний світлотний тон композиції, побудувати модульну сітку, вільно володіти прийомами роботи з кольором.

Отже, засвоєння базового матеріалу з кольорознавства та вміле користування комп'ютерними програмами дають можливість студентам «мультимедійного дизайну» побудувати колірну композицію за власним творчим задумом.

ФЕНОМЕН ЧОЛОВІЧОЇ СПІДНИЦІ У СУЧАСНІЙ МОДНІЙ ІНДУСТРІЇ

Під терміном unisex розуміють стиль, придатний для осіб обох статей. З'явився він у другій половині ХХ століття завдяки змінам у традиційному розподілі ролей між чоловіками і жінками. Розвитку стилю також сприяла поява все нових субкультур, де молодь шукала щось “своє” та кидала виклик суспільству.

Історично стиль унісекс завжди припускав “заступ” жінок на територію чоловічого одягу. Поступово жінки перейняли з гардеробу чоловіків майже все: брюки, сорочки, піджаки, смокінги та ін. Чималий вклад у цьому на-

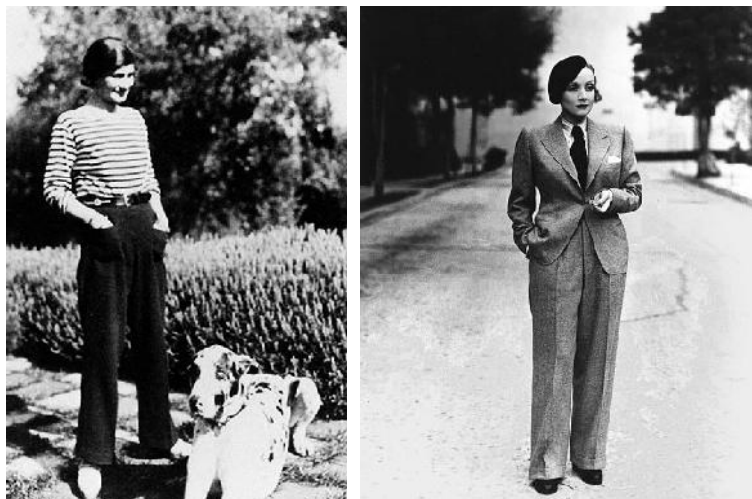


Рис. 1-2

прямку зробила у 20 рр. XX століття модельєр Коко Шанель. Вона використовувала мотиви чоловічого одягу, щоб зробити жіночий більш зручним та комфортним (рис.1). І сама Шанель була яскравим представником свого стилю La Garçonne, що з французької перекладається “як хлопчик”. Еталоном стилю були пласкі груди, вузькі стегна, тонка довга шия, коротка хлоп’яча зачіска. Ще одним видатним амбасадором чоловічого стилю своєї епохи була Мерлін Дітріх. Вона одягала чоловічий костюм та дуже елегантно подавала свій образ (рис.2).

І все це запозичення елементів чоловічого одягу у жіночий гардероб тривало аж до переламного моменту — епохи Девида Боуї. Це був перший приклад в історії моди використання жіночого одягу чоловіком: яскраві речі у стилі глем-рок, сукні, трико, ботфорти, макіяж. Він посмертно отримав нагороду Board of Director’s Tribute за неоціненний вклад у світову моду.

У сучасній модній індустрії майже кожен модельєр у своїх жіночих колекціях час від часу звертається до елементів традиційного чоловічого одягу, а брюки у жіночому гардеробі давно незамінна річ. Проте паралельно набирає обертів і протилежний тренд — чоловіча спідниця. Історично відомо, що чоловіча спідниця — був елемент традиційного чоловічого одягу у багатьох країнах. Це шотландський кілт, японська хакама, балканська фустанелла, спартанська спідниця птерюгес та ін. Перш за все через свою зручність при бойових діях, і слід зазначити, що мужність тут проявлена на максимум.

Тенденція чоловічої спідниці не є новітньою. Вона з’являється у моді ще у 80 рр., завдяки стилісту Рею Петрі та модельєру Жану-Полу Готьє, пізніше у колекціях Марка Джейкобса. Слід додати, що чоловічі спідниці та сукні запропонував і харківський модельєр Костянтин Пономарьов ще у 2007 році на Ukrainian Fashion Week. Колекція мала назву “Гедонізм” та була натхненна східною темою. Проте задум сильно випереджав свій час у Україні і у 2007 викликав чимале здивування навіть у фахівців модної індустрії.



Рис. 3-4

Сьогодні чимало прикладів модних чоловіків у спідницях можна зустріти на street style фотографіях з тижнів моди, а іноді і звичайних європейських вулиць (рис.3). Чоловіча спідниця може бути вдягнена поверх штанів, або взагалі імітуватися довгою сорочкою чи худі. Спідниці для чоловіків почали представляти навіть мас-маркет бренди, такі як H&M. Бренди Alexander McQueen (рис.4), Thom Browne (рис.5), Comme des Garçons (рис.6) кидають виклик сучасним стереотипам, іронізують, ведуть свою певну “дизайнерську гру” з чоловічою спідницею. Джон Гальяно у колекціях бренду Margiela сміливо та епагажно експериментує з образами мускулітнінних жінок та фемінних чоловіків (рис.7,8).

Один з найбрутальніших акторів Він Дізель у 2003 році на церемонію MTV Europe Music Awards з’явився у шкіряній спідниці, що за силуетом була схожою на кілт. Через рік сміливий образ повторив і співак Стінг, коли з’явився на церемонії Grammy у чорному піджаку зі спідницею. У 2012 році репер Каньє Вест створив скандал, вийшовши на сцену у схожому образі — чоловічій шкіряній спідниці від бренду Givenchy (рис.9). Варто додати, що всі вищевказані зірки виглядали достатньо мужньо за рахунок чорного кольору, силуету та своїх даних.

Трохи інша картина з актором Біллі Портером, що є відомим пропагандистом гендернофлюїдного стилю. Подібна гендерна ідентичність передбачає те, що людина не ототожнює себе з чоловічою або жіночою статтю, а відчуває себе періодично то чоловіком, то жінкою, то особою без статті, або ж обох статей одночасно. Це явище дуже яскраво відображається і



Рис. 5-6



Рис. 7-8



Рис. 9



Рис. 10



Рис. 11-12

в зовнішньому вигляді. Біллі Портер шокував усіх своїм епатажним виглядом на червоній доріжці цьогорічної премії “Оскар”: чорна оксамитова сукня з приталеним піджаком від дизайнера Крістіано Сірано (рис.10). Образ дійсно мав в собі як щось чоловіче, так і щось жіноче.

Приймати чи ні чоловічу спідницю сьогодні — це скоріше момент рівня консерватизму, світосприйняття, менталітету тощо. Звісно, хоча дизайнери вже понад 30 років і пропонують нам подібні варіанти, приживається даний предмет гардеробу поки що лише в вузьких модних колах. Проте все одно залишається ряд питань, на які поки що складно дати однозначні відповіді. Це прорив чи загроза усталеній системі цінностей? Чи перестає чоловік у спідниці бути чоловіком? І чи можемо ми сьогодні казати, що є одяг лише чоловічий або лише жіночий?

Задум ділити одяг за гендерною ознакою сучасними спеціалістами модної індустрії вважається застарілим. Сьогодні унісекс стає все більш андрогінним (рис.11). Чимало брендів, такі як Hood by Air та Random Identities (рис.12), налаштовані ігнорувати поняття гендеру при створенні свого одягу. Відкрива-

ються агендерні бутіки з гендерно-нейтральним одягом, наприклад, однойменний Agender у Лондоні. Подібні магазини пропонують абсолютно однаковий одяг для чоловіків і жінок. Найбільш затребувані для модних з'йомок стають актори з андрогінною зовнішністю: Тільда Свінтон та Едді Редмейн.

Сьогодні у всьому світі феміністки продовжують боротися за рівноправ'я, різні європейські країни розглядають закони, за якими дитина сама зможе обирати собі стать, користувачі соціальної мережі Facebook у Америці можуть вказувати на своїй сторінці стать із запропонованих 54 різновидів... А мода, як і завжди, лише максимально швидко реагує на усі соціальні зміни та явища.

• ” • • ” , , ,
 ” • • • , • • • •
 • ” • • • , • • • •

НЕЗВАЖАЮЧИ НА ПІДПИС, РІЧ СПРАВЖНЯ

Сучасний антикварний ринок вражає величезною кількістю неавтентичних предметів, інакше кажучи, підробок. І чи не на найбільша доля в них припадає на твори живопису відомих майстрів. Коли картина надходить до експерта, то перш за все він цікавиться написами, що на ній розташовані як з лицевої, так і зворотньої сторін – як технологією нанесення, так і почерково-знавчими ознаками їх виконання. Найчастіше експертів-почеркознавцю доводиться визначати справжність підпису художника, якого вважають автором досліджуваної картини, оскільки кожен митець зазвичай залишає свій посвідчувальний знак (підпис, монограму, запис прізвища) на власних витворах. Зразки підписів відомих художників збереглися як на оригіналах їхніх картин, так і в інших друкованих чи рукописних джерелах.

Як вважає відомий вчений Мечислав Морка, підпис, безумовно є найважливішим елементом при встановленні авторства твору[1]. Але важко мати абсолютну впевненість її справжності. Якщо експертиза доведе, що написи на картині виконані не рукою автора, то необхідно знайти переконливі аргументи, щоб довести беззаперечність авторства. На жаль це вдасться далеко не завжди, але переконливий висновок про автентичність твору можливо отримати тільки в результаті спільної праці експертів різних спеціальностей – мистецтвознавців, почеркознавців, істориків, техніко-технологічних та інших досліджень. Прикладом такої спільної праці є дослідження невідомої широкому колу картини видатного українського митця Миколи Бурачека. Картина на полотні розміром 62,5x100см з зображенням пейзажу належала відомому колекціонеру-шевченкознавцю Артеменуку Є.Г. та після його смерті перейшла у власність нащадкам.(рис.1)

На лицевій стороні не було ніяких написів, що засвідчували б авторство майстра. На зворотному боці був запис «Бурачек» (рис.2).

Такий напис давав підстави вважати автором твору художника-пейзажиста, педагога, сценографа, шевченкознавця, громадського й культурного діяча, дослідника історії вітчизняної культури, одного з перших

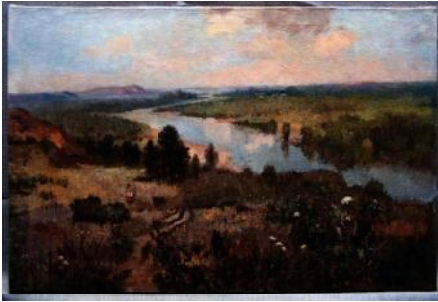


Рис.1



Рис.2

директорів Харківського художнього технікуму та засновників Української державної академії мистецтв Бурачека Миколу Григоровича (1871-1942).

Тематика твору, імпресіоністична манера зображення, композиційне рішення та особливості зображення неба підтвердили припущення про авторство твору видатного українського живописця Миколи Бурачека, який в своїх численних творах зображав небо, яке він дуже любив та, як визначає відомий дослідник його творчості В. Петрашик, «якої б пори року чи дня не зображував красевиди Дніпра – на світанку, на заході сонця, опівдні і в сутінках, під час весняної повені, з хмарами, що насуваються, усі ці твори засвідчують високу майстерність автора, який особливу увагу в цих творах приділяє небу» [2]. Близькість композиційного та колористичного рішення цієї картини, притаманне творам Бурачека особливо помітно в його творах «Дорога до колгоспу», «Колгоспне поле» та «Чернеча гора. Дорога до могили Т.Г.Шевченка. Канів». Тобто, художній рівень та особливості манери живопису досліджуваного твору засвідчували ознаки авторства Бурачека М.Г.

Почеркознавча експертиза цього підпису, яка виконувалась в порівнянні з підписами на його автентичних творах, що зберігаються в харківському художньому музеї, дала негативну відповідь про її автентичність. Таким чином, твір втрачав свої ідентифікаційні ознаки та право на визнання і переходив в ряд якщо не підробок, то просто сумнівних.

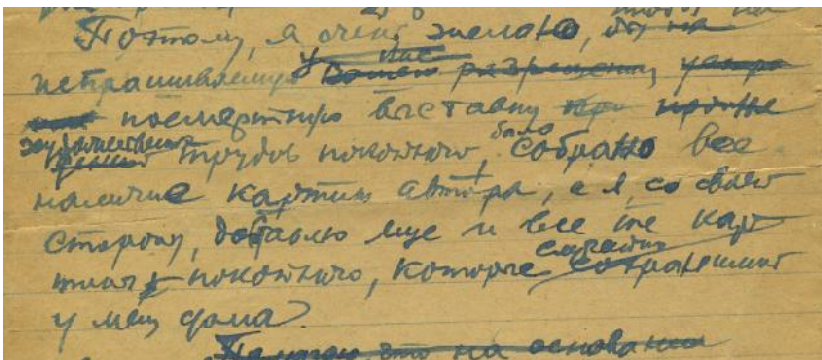


Рис.3

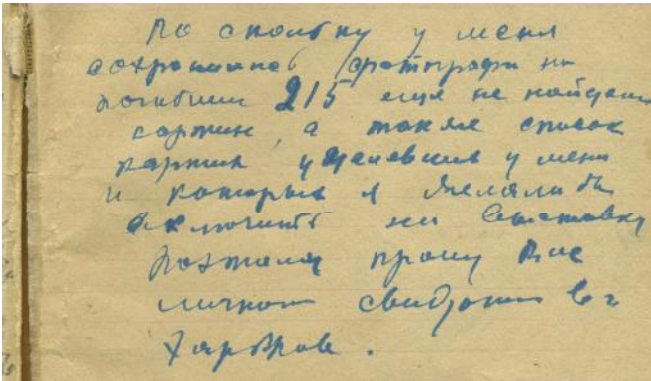


Рис.4

Проте іноді трапляється так, що автор з якихось причин не підписує свій твір власноруч, натомість його посвідчує хтось із близького оточення художника. Експертиза вийшла з цього припущення і почала пошук тих, хто міг підписатися за автора. Найближчим оточенням були дружина та діти. Зразки почерку дружини художника Ольги Бурачек (Тимофєєвої) знайшлися в архівних записках, де вона звертається до урядових осіб управління мистецтв з проханням організувати посмертну виставку робіт видатного митця та повідомляє, що вона також готова передати картини, які збереглися у неї вдома. Відомо, що дружина художника, вела активну роботу з розшуку та збереження картин свого видатного чоловіка, особливо у післявоєнні роки, оскільки чимало його творів було втрачено.

Отже, при аналізі досліджуваної картини в експертів виникла версія, що імовірно виконавцем рукописного запису на її звороті могла бути дружина художника Ольга Бурачек (Тимофєєва), котра підписала дану роботу, готуючи її до виставки.

Для перевірки цієї гіпотези було організоване почеркознавче дослідження рукописного запису «Бурачек».

При дослідженні використовувались: загальна методика дослідження почерку при ідентифікації виконавця, методика дослідження підписів, методика дослідження рукописних записів і підписів, виконаних на незвичному матеріалі письма незвичними пишучими приладами.

У ході почеркознавчого аналізу експертом встановлено, що почерк, яким виконаний рукописний запис характеризується стилізованими рухами простої будови, ступінь виробленості яких високий, темп письма вище середнього. Розмір букв великий та середній, положення поздовжніх осей букв вертикальне та злегка лівонахильне, розгін середній. (рис.5)

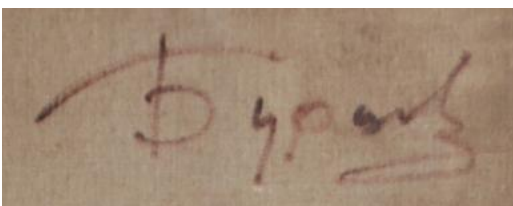


Рис. 5 Досліджуваний рукописний запис

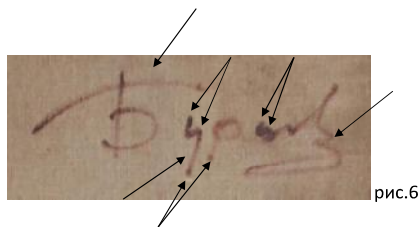


рис.6

Порівняльним дослідженням описаного рукописного запису зі зразками підпису та почерку дружини художника – Ольги Бурачек (Тимофєєвої), встановлені збіжності усіх зазначених загальних і окремих ознак (таких, як, форма та напрямок рухів при виконанні елементів букв, зокрема верхньої частини букви «Б», підстрокової частини букви «у» та заключної частини букви «к», яка ускладнена додатковими штрихами, схожими на розчерк у підписах Ольги Бурачек. Крім того, встановлені збіжності таких ознак як розміщення рухів по горизонталі та вертикалі при виконанні елементів букв: «у», «р», «а», їх протяжності тощо) (рис.6).

Далі відповідними позначками відмічені збіжні окремі ознаки з почерком Ольги Бурачек (Тимофєєвої) (рис.7).

Відмічені збіжні загальні і окремі ознаки стійкі, суттєві, утворюють індивідуальну сукупність, достатню для категоричного висновку про те, що досліджуваний рукописний запис на картині виконаний дружиною художника – Ольгою Бурачек (Тимофєєвою).

Порівняльний аналіз наданої на дослідження картини з іншими відомими творами Бурачека Миколи Григоровича вказує на загальні риси, притаманні цим творам як за художнім рівнем, так і за композиційним та колористичним рішенням. Таким чином, при проведенні комплексного судово-почеркознавчого та мистецтвознавчого дослідження, експертами встановлено, що твір є автентичним та виконаний Бурачеком Миколою Григоровичем.

З таким висновком погодилась і онука Бурачека М.Г. Наталя Германівна, яка пригадала, що в далекому дитинстві ця робота прикрашала кабінет бабусі та висіла над її столом. На згадку про це

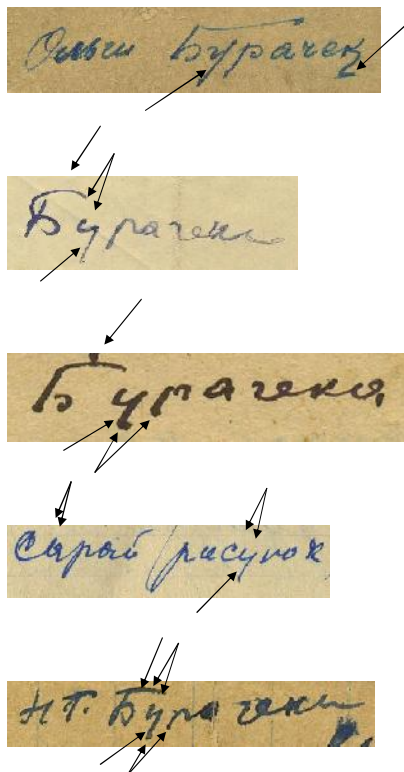


Рис. 7 Зразки почерку Ольги Бурачек (Тимофєєвої)



Рис.8. Бурачек Н.Г. з картиною свого діда, 2018

Наталя Германівна Бурачек сфотографувалась з картиною свого знаменитого діда (рис.8).

Література:

1. Честных С. «Мечислав Морка О ценности подписи и об ответственности при написании [экспертизы]» Антикварное обозрение №1/2002г, стр. 45-47
2. Петрашик В. Микола Бурачек: портрет на тлі епохи / В. Петрашик. – Київ: Сіті експрес компанії, 2014. – с.176

ЭЛЛИНИЗМ

Греческие полисы были покорены царем Македонии Филипом II, создавшим самую мощную армию Древнего мира. В 338 г. до н.э. в битве при Херонее участвовал сын царя Филипа II, 18 летний Александр Македонский, который после длительных войн создал империю от Дуная до Инда.

Александр Македонский, завоевав Персию, занял трон египетских фараонов и объявил себя богом и сыном Зевса. Произошел переход от рабовладельческой демократии, к монархии. После смерти Александра Великая империя распалась и была разделена между военачальниками великого полководца. Возникли эллинистические (греко-восточные) государства. Наиболее мощным было царство Птолемеев в Египте. В эллинистических монархиях устанавливается культ единоправного владыки, который был приравнен к богу – эта традиция существовала со времен фараонов.

Культура эллинизма расширила границы отражения искусством жизненных явлений к конкретным условиям и личности человека. Произошло размежевание частной и государственной жизни, которых

не было в демократических Афинах. Формообразующими принципами эллинистического искусства являлись традиции поздней классики. В искусстве «государственном» официальном, в монументах и общественных сооружениях традиции «переработаны» в сторону «помпезности».

Эллинистическое искусство разнообразно – гигантское и миниатюрное, парадное и бытовое, натуральное и аллегорическое и т.д. Эллинистическая культура расширяет кругозор художников, которые стремились к изображению индивидуальности человека, и как следствие его психологии. С этим связано развитие скульптурного портрета – пластическое отражение «внутреннего и внешнего» облика человека. Происходит отход от традиций поздней классики – обобщенного человеческого типа – героя атлета или олимпийского бога. Художники выявляли неповторимость внутреннего и внешнего облика не только современников, но и предшественников – Сократа, Аристотеля, Гомера и т.д. Эллинистическое искусство создало много известных произведений скульптуры – Ника Самофракийская, Афродита Мелосская, Колосс Родосский (высота 30 м), Пергамский алтарь Зевса и др. До настоящего времени сохранились артефакты скульптур эпохи эллинизма.

Представления о живописи эллинизма, как правило составляют по римским копиям и подражаниям – росписи стен жилых домов в Помпеях. В росписях стен стал появляться пейзаж, ландшафтные картины – «Приключения Одиссея». Традиции и направленность поздней классики были фундаментом дальнейшего развития искусства эпохи эллинизма.

В конце I в. до н. е. Рим подчинил себе эллинистический мир. Римская изобразительная культура возникла на основе искусств эллинизированных народов Европы и Азии. Морская торговля и греческие поселения на берегах Средиземного, Черного и Азовского морей способствовали распространению культуры Эллады в Европе.

ДИСКУРС «ФІГУРАЦІЇ» В ЕСТЕТИЦІ ТА СОЦІОЛОГІЇ (ЗА РОБОТОЮ Н. ЕЛІАСА «ПРИДВОРНЕ СУСПІЛЬСТВО»)

Стаття присвячена розгляду взаємодії соціологічного і естетичного аспектів поняття «фігурація». В роботі Н. Еліаса «Придворне суспільство» на прикладі королівського двору Людовика ХІУ досліджується дворянське суспільство як соціальне явище з суворою ієрархією людей двору як єдиний механізм, що функціонує за суворими правилами. У процесі перекладу книги на російську мову виникли термінологічні труднощі, зокрема, це стосувалося поняття «фігурація» (Figuration). Одні перекладачі вважали, що цей термін означає структурний аспект відносин між людьми, сам факт їх приналежності до певної суспільної структури, інші пояснювали «фігурацію» як «суспільне утворення», «соціальну групу», «соціальну структуру», «конфігурацію». Але слід відзначити, що терміни «фігуративність», «фігурація» притаманний саме мистецтвознавству.

Мета статті: на основі текстуального аналізу роботи Еліаса розглянути поняття «фігурація» в його соціологічному і естетичному аспектах.

Ключові слова: фігурація, фігуративність, соціальне утворення, система, соціологічна модель, мистецтвознавство, класицизм, мімесис, ілюзорне зображення, Жорж Брак, В.Кандинський.

Звернімося до тексту. У першому розділі книги Н.Еліас пояснює причину виникнення цього поняття. Він наполягає на взаємозалежності суспільства та індивідів, які його складають. І поняття «фігурація» служить для того, щоб висловити цю обставину. Однак «вживання традиційних слів заважає нам вести мову про індивідів, які об'єднуються в товариства, або про товариства, що складаються з окремих людей» [5. 29]. Саме тому, - вважає Н.Еліас, - використовуючи менш навантажене слово, можна легко і чітко пояснити, як «окремі люди разом утворюють фігурації різного роду або що суспільство є ні чим іншим, як фігурації окремих людей» [5. 29]. Тут чітко простежується розуміння соціологом «фігурації» як якогось громадського утворення, що не має жорсткої структури.

У 6-му розділі книги під назвою «Скутість короля етикетом», Н.Еліас знову звертається до пояснення причини вживання поняття «фігурація». Двір, що включає в себе безліч окремих людей, можна було б назвати «системою», - розмірковує він. Але вживання цього терміна розходить з істотою, який соціолог вкладає в поняття «двір». Він знову наполягає на тому, що «двір є фігурація окремих людей». На відміну від поняття «система», поняття «фігурація» «не втілила до розуму людини увявлення ні про радикальну замкнутість, ні про внутрішню гармонію» [5.175]. «Поняття «фігурація» нейтрально. Воно може відноситися як до гармонійних, мирних і з доброзичливими відносинами людей, так і до недружніх і напружених відносин між ними. Придворне суспільство сповнене суперечностей, але це анітрохи не шкодить його характеру специфічної фігурації людей» [5. 175]. Як бачимо, Н.Еліас використовує «фігурацію» як термін нейтральний, прагнучи піти від вживання звичних, традиційних понять. «Тим самим, - стверджує він, - дійсно пом'якшуються труднощі, через які в попередній історії соціології із завидною постійністю сходилися теоретики, звертаючи увагу на індивідів як таких, і інші теоретики, звертаючи увагу на суспільство як таке» [5.175].

Н. Еліас прагне виявити взаємозалежності між індивідами, складовими придворного суспільства, «показати на деяких специфічних прикладах, - наприклад самого ЛюдовікаXIV, - як окрема людина використовує свободу вибору, яку надає йому його позиція в фігурації, в стратегії його особистої поведінки» [5. 45]. І може виявитися корисним, - приходять до висновку Н.Еліас, - перевірити під цим кутом зору «соціологічні моделі довготривалих процесів - наприклад, модель процесу цивілізації і освіти держав або моделі специфічних фігурацій всередині подібних процесів - наприклад, придворного суспільства. Всі вони виникають з прагнення намацати взаємозв'язки, укладені в самому предметі»[5. 47].

Отже Еліас розуміє «фігурацію» як суспільне утворення, яке не має строгої структури і вживає його як слово, менш навантажене традиційним змістом.

Розглянемо термін «фігурація», «фігуративність» в його істинному, мистецтвознавчому сенсі. Це - центральна проблема класичного і некласичного мистецтва - наслідування видимим формам, хоча в кожному з цих напрямків мистецтва вона вирішується по-різному.

Здавалося б, як сполучаються ці два підходи до пояснення терміна «фігурація» - мистецтвознавчий та соціологічний?

Але мистецтво, так чи інакше, вбудоване у соціальну модель суспільства певного періоду.

Класицизм ХУІІ століття був включений до соціальної моделі двору Людовика ХІУ, описуваний в роботі Н.Еліаса. У самій моделі двору ЛюдовикаХІУ мистецтво класицизму займало важливе місце, складалися різні взаємини з художниками, архітекторами, включеними до соціальної спільності двору. Саме на цьому шляху зустрічаються мистецтвознавчий та соціологічний підходи до даної проблеми.

Розглянемо «фігурацію» в 2-х планах: по-перше, в мистецтвознавчому - як відповідність реальних об'єктів і, по-друге, в соціологічному сенсі - класицизм ХУІІ століття в придворному суспільстві ЛюдовикаХІУ.

У класичному мистецтві «фігуративність» включається в більш широке поняття - «мімезис» - наслідування.

Протягом історії мистецтва змінювалися уявлення про мімезис, але його основа залишалася незмінною - схожість з реальністю. І в цьому сенсі фігуративність протиставляється творам мистецтва, які мають духовну складову і, в цілому, духовну спрямованість.

Розглянемо кілька прикладів з історії образотворчого мистецтва.

Іконопис Давньої Русі. У живописі Давня Русь знайшла найбільш адекватну форму свого духовного вираження. Її основа - канонічність і символічність. А.Рубльов по-новому осмислив філософсько-естетичну сутність християнства. «Трійця» Рубльова - вершина давньоруського живопису. Для художньої мови Рубльова характерна гармонійність, просвітленість, м'який ліризм. У ній, як висловився П.Флоренський, «матерія, пророблена духом».

Однак у ХУІІ столітті під впливом посилювання контактів із Західною Європою церковне мистецтво все частіше і частіше порушує встановлені канони іконопису. Іконопис часто зупиняється на поверхні зображуваних явищ, втрачаючи глибину духовних смислів. Нові іконописці Симон Ушаков і Йосип Владимиров стверджують, що писати ікони слід фігуративно, живоподібно, наближаючись до парсуни.

П.Флоренський такий підхід до іконопису критикував і, звертаючись до мистецтва Відродження, стверджував, що, використовуючи біблійні сюжети, художники зупинилися на поверхні зображення, забувши про їх духовну основу.

У Західній Європі новий тип культури з опорою на природу і нова концепція людини поставили в інше співвідношення фігуративність і духовність. Художники Відродження зосереджуються на ілюзорному зображенні тілесності, взявши за основу античні принципи мистецтва, домагаючись повної ілюзії живого тіла. За цією метою вивчають анатомію і

розробляють принципи світлотіні для передачі обсягу в двовірному просторі. Леонардо да Вінчі пише трактат про тіні, де призводить різноманітні прийоми її проявів, розробляє принципи лінійної перспективи для передачі ілюзії тривимірного простору.

Фігуративність художників епохи Відродження виявлялася в їх прагненні передати на двовірному мальовничому полотні або фресці ілюзію обсягу і простору, застосовуючи лінійну перспективу і світлотінь.

У другій половині ХІХ століття, в процесі руху в бік нонкласики, фундамент класичного мистецтва «дає тріщину». Французький живописець Едуард Мане своєю творчістю спростовує непорушні постулати класичної естетики, перш за все, лінійну перспективу, вносячи деякі зміни в розуміння фігуративності.

На цей інноваційний характер живопису Е. Мане звернув увагу Мішель Фуко. Розглядаючи картини Мане, він звертає увагу на радикальний розрив художника з традиційним живописом, показуючи, як художник послідовно демонструє матеріальну реальність картини: прямокутник обрамленого полотна, покритого фарбами і вміщеного на світло обличчям до глядача. Тут ми бачимо не ілюзорне зображення, що долає двовірність простору, а жорстку матеріальну площину картини.

Е. Мане висуває на перший план матеріальні якості поверхні полотна, насичуючи картину красивими плямами і контрастами. В цьому сенсі його можна вважати предтечею імпресіонізму.

У своїй лекції, прочитаній на семінарі в Тунісі, Фуко бачить заслугу Е. Мане в тому, що художник «уможливив увесь живопис після імпресіонізму, увесь живопис ХХ століття, увесь той живопис, в руслі якого і донині розвивається сучасне мистецтво» [2. 20]. Полемізуючи з традицією в живопису епохи Відродження, з її ілюзією простору, тобто глибокого простору, збоку освітленого сонцем і видимого як видовище з певного ідеального місця, Е. Мане, на думку М. Фуко, «заново винаходить (а може, винаходить вперше?) картину-об'єкт, картину як матеріальність, картину як щось розфарбоване, те, що висвітлюється зовнішнім світлом і перед чим і навколо чого може ходити глядач» [2. 20]. Фуко зазначає грандіозність зміни в живопису, виробленої Е. Мане, перш за все в тому, що він винайшов картину-об'єкт, повторне введення матеріальності полотна в зображення. «У цьому сенсі, - стверджує Фуко, - Мане потряс самі основи західного живопису, починаючи з кватроченто» [2. 22]. Тут ми бачимо не ілюзорне зображення, що прагне подолати двовірність простору, а жорстку матеріальну площину картини. Е. Мане висуває на перший план матеріальні якості поверхні полотна, насичуючи картину красивими плямами і контрастами, і в цьому сенсі його можна вважати предтечею імпресіонізму.

Основою некласичного мистецтва були ті зміни, які виникли на рубежі ХІХ - ХХ століття. Це і ревізія гуманістичних цінностей мистецтва, повний відхід від традиційних форм класичного мистецтва і, в першу чергу від принципів фігуративності.

Американський мистецтвознавець Хофман в роботі «Основи сучасного мистецтва» аналізує витоки модернізму. Він стверджує, що початок нової

художньої епохи ознаменували кілька провокаційних тез. Їх авторами були Пікассо, Кандинський і Мондріан. «Всі троє, - пише Хофман роблять те, що з точки зору колишнього мистецтва можна позначити як вихід за межі мистецтва.» [4. 51].

У 1910 році Жорж Брак пише картину «Натюрморт зі скрипкою і глечиком» у кубистичній манері, де у верхньому краю картини помістив цвях, від якого падає тінь. І цвях, і тінь намальовані з граничною достовірністю, створюється ілюзія реального цвяха, що сприяє обману зору. «Приклеюючи» на полотно реальний предмет, Брак полемізує з фігуративним мистецтвом, з його головним постулатом - зображення реального світу. Хофман: «У вклеваних в картину фрагментах реальних предметів святкує перемогу ворожість до форми, притаманна будь-якому натуралізму (читаємо - фігурації А.Л.), що зберігає вірність предметному світу» [4. 59].

У 1910 році В.Кандинський пише свою роботу «Перша абстрактна акварель», і цей рік можна назвати роком виникнення мови безпредметного живопису. І якщо Ж.Брак якимось грає з предметами, то «Кандинський, - за твердженням Хофмана, - жорстко відкидає все, що він знаходить у своїх сучасників у площині формул або основних конструктивних елементів, - і в цьому полягає основна провокуюча сила його акварелі» [4. с. 64].

У книзі «Про духовність в мистецтві», написаної в 1910 році, Кандинський пояснює свою художню манеру: коли людина звертає свій погляд від зовнішнього, матеріального світу до духовного, виникає необхідність до передачі «чистого», незалежного від матерії духовного життя. Художник протиставляє «Велику Реалістику», основу якої складала відповідність змісту і форми, і «Велику Абстракцію», «Велика Абстракція» виключає предметне, фігуративне, і включає зміст в нематеріальні форми. Кандинський підкреслює, що духовність є відображенням внутрішнього світу людини і може адекватно розкритися тільки в безпредметних формах, бо предметність, з його точки зору, - це бездуховний, вульгарний матеріалізм.

В середині ХХ століття формується постмодернізм як полеміка з модерністським світосприйняттям .. У модернізмі була якась проєкція в майбутнє, в постмодернізмі цієї спрямованості в майбутнє немає. Для постмодернізму характерна установка на плюралізм. Саме цю особливість постмодернізму відзначав відомий американський теоретик постмодернізму Хасан [3. 5.]. Він формулює головні принципи постмодернізму в мистецтві: невизначеність, неясність, фрагментарізм, іронія, гра, алегорія як найважливіші принципи мистецтва, змішування, перехрещення звичайних жанрів мистецтва. Він пише, що постмодернізм розвивався в бік художньої анархії.

У 70-і так звані «нові дикі», або нові фовісти повернулися до фігуративності, апелюючи до німецького експресіоніста Кеті Кольвиц і фовіста Анрі Матісса. «Нові дикі» пропонують новий підхід до фігуративності, іноді вдаючись заради дестабілізації звичного погляду до естетичного шоку. До таких «фокусів» вдавався, наприклад, Георг Базеліц, перевертаючи свої картини для виявлення їх глибини і шокуючі глядачів. Італійська група «нових диких» - Ф.Клементе, С.Кіа, М.Палладіо, зберігаючи фігуративність, включали до своїх полотен масу загадкових знаків.

Виставка в Лондоні в 1981 році під назвою «Новий дух в живопису» об'єднала твори молодих художників з творами їх попередників Пабло Пікассо, Е. Уорхолла. Вони запропонували по-новому поглянути на мистецтво художників старшого покоління, акцентуючи увагу на відповідність постмодерністської установки і художньої спадщини минулого.

Можна припустити, що ностальгія по модернізму, який до 50-х років ХХ століття вичерпав свої можливості, провокує «нових диких» звертатися до минулого, наповнюючи його новим, постмодерністським підходом.

80-ті роки ХХ століття формуються ще два напрямки в мистецтві, в назві яких є поняття «фігуративність» - у Франції - «вільна фігуративність» - кичевий сюрреалізм з анатомічними подробицями оголеного тіла, і в Бельгії - «нова фігуративність», де спостерігаємо повну відсутність патернів реалістичного зображення. Розглянуті приклади з історії образотворчого мистецтва дозволяють зробити висновок про відмінність інтерпретації поняття «фігуративність» як в класичному і некласичної мистецтві, так і всередині цих напрямків.

Звернемося до соціологічного підходу до інтерпретації поняття «фігуративність» в мистецтві класицизму ХVII століття, часу дворянського суспільства Людовіка ХІV.

Відомо, що в основі мистецтва класицизму - раціоналізм і суворі канонічність. Ієрархія королівського двору перегукується тут з ієрархією в канонах образотворчого мистецтва: розміри полотна - на картинах великого розміру - портрети королів, батальні сцени, а побутові сцени - на полотнах малих розмірів. Нікола Пуссен - найбільша фігура французького класицизму. Його живопис відрізняла холодна розсудливість, нормативізм, що дуже подобалася Версальським двору.

Але з боку соціології нас більше цікавить Лебрен, учень Пусена, який мав титул «першого королівського живописця». У його портретах Людовік ХІV представлений у всьому королівському величі «Короля-Сонця». А сюжет картини «Апофеоз Людовіка ХІV» зводиться до пересічних придворних лестошів. У серії полотен з життя Олександра Македонського, написаних на замовлення короля, проглядається паралель між діями полководця і Людовіка ХІV.

Лебрен з'явився організатором Французької академії живопису і скульптури, але як педагог виявив себе як диктатор, вимагаючи від студентів-живописців строго дотримуватися штампів, канонів, що виключало прояви творчої індивідуальності. Отже класицизм Лебрена цілком укладався в модель абсолютизму французького двору Людовіка ХІV.

І таким чином можемо зробити висновок, що мистецтво Лебрена як представника класицизму вбудоване в соціальну модель двору Людовіка ХІV. Але ми беремо готовий зріз. Надалі можна було б простежити, користуючись теорією Еліаса, сам процес становлення стилю Людовіка ХІV, виявити взаємозв'язки, укладені в самому предметі.

Література:

1. Баткин Л.М. Леонардо да Винчи и проблеме ренессансного творческого мышления. – М: 1990
2. Бычков В.В. Русская средневековая эстетика ХІ – ХУІІ века. – М: 1992

3. Дж.Ваттимо Прозрачне общество. –М: 1990.
4. Кандинский В.В. Избранные труды по теории искусства в 2 т. – М: 1991
5. Леонардо да Винчи. Суждения. – М: 1999
6. Флоренский П.А. Избранные труды по искусству. – М:1990
7. Фуко Живопись Э.Мане. С приложением: М.Фуко «Взгляд» - СПб: 2004.
8. Хасан И. Расчленение Орфея. Вперед к постмодернизму. – М.: 2002
9. Хофман В. Основы современного искусства. – СПб.: Академический проспект, 2004.
- 10.Элиас Н. Придворное общество – Studia Historica - 2002.

. .

,

« . . . » , ,

МИСТЕЦЬКІ ПЛЕНЕРИ ЗАПОРІЖЖЯ. ПРОЕКТ «ЗАПОРІЗЬКИЙ ПЕЙЗАЖ»

Постановка проблеми. Всеукраїнський пленер «Запорізький пейзаж» є молодим мистецьким проектом, заснованим Запорізьким обласним художнім музеєм у 2016 році. Однією з головних цілей цього проекту було відображення та збереження образу міста, його індивідуальності у творах митців, наповнення фонду музею роботами, які відображають різні етапи історичного розвитку міста. Іншою, не менш важливою метою стало бажання звернути увагу громади на сучасні проблеми міського середовища: збереження пам'яток архітектури, перевантаження міського середовища зовнішньою рекламою, безконтрольну перебудову будівель без урахування цілісності архітектурної композиції тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Історія виникнення міського пейзажу як самостійного жанру живопису досліджувалась у статті Л.Кулик [4, 347]. Тенденції втілення теми міста в малярстві Івано-Франківщини 1960—80-х років розглядала М.Осадца [5, 119]. Міський пейзаж у творчості сучасних митців Кам'янецьчини розкриває у своїй статті Н.Урсу [6, 333]. Жанрове та стилістичне розмаїття доробку мистецького проекту «Запорізький пейзаж» виствітлювалось О.Дворною у вступних статтях до каталогів робіт [1, 2, 3].

Метою дослідження є висвітлення тенденцій розкриття художнього образу міста у творах сучасних мистців та роль пленеру у художньому житті Запоріжжя.

Виклад основного матеріалу. Місту Запоріжжя випала цікава історична доля. За часів козацтва на острові Хортиця відбувались визначні для того часу події. У XVIII ст. під владою Російської імперії було побудовано Олександрівську фортецю, а багато прилеглих земель було віддано німцям-менонітам, які залишили по собі деякий архітектурний спадок. Згодом, на початку XIX століття, Олександрівська фортеця перетворилась на повітове містечко Олександрівськ, від якого у спадок залишився район, що зараз у народі має назву «старий Олександрівськ». У наступному, XX столітті відбулися кардинальні зміни як у суспільно-політичному устрої, так і в буденному житті міста. У 1921 році місто перейменовано на Запоріжжя, а побудова у 20–30-х рр.

Дніпрогесу та промислових гігантів призвела до стрімкого збільшення кількості населення. Це у свою чергу потребувало змін у плануванні міста: так, у кінці 20-х – початку 30-х років почалося будівництво району у стилі конструктивізму, що тепер має назву «Соцмісто».

Існування у Запоріжжі декількох несхожих між собою районів, що мали власне історичне та архітектурне обличчя, близькість острова Хортиця давали можливість мистцям обирати для творчості найбільш цікаві для них види. Так, Ольга Дворна зазначає: «Історію розвитку та своєрідну ауру міста в різні часи відтворювали на своїх полотнах відомі запорізькі художники – Володимир Коробов, Георгій Колосовський, Євген Чуйков, Михайло Акіньшин, Валентин Ступін, Григорій Соколенко, Віктор Герцено, Олексій Якушенко» [1, 6]. Але у кінці ХХ – на початку ХХІ століття цікавість серед художників до відображення міста значно зменшилась.

Сьогодні мистецький проект «Запорізький пейзаж» відроджує у Запоріжжі жанр міського пейзажу. Його особливістю є те, що його організатором став художній музей. Він об'єднав живописців, графіків і фотохудожників з багатьох куточків України. Серед учасників пленеру були як відомі художники України, так і молоді мистці. Відвідуючи найрізноманітніші куточки міста, острів Хортицю, промислову зону тощо, кожен знаходив собі вид або мотив для натхнення.

Реалістичне відтворення архітектурного пейзажу, передача його багатоплановості завдяки гри кольору та сонячного світла характерно для творів Віктора Ковтуна – «На проспекті Соборному» (2016) та «Біологічний факультет Запорізького національного університету» (2016), а такожі Наталії Дерев'яно «По дорозі на роботу. Вулиця Південноукраїнська» (2018) та «Весна на вулиці Жуковського» (2018).

Імпресіоністична манера передачі міського простору, в якому поєднуються минуле і сучасність характерна для творів Дмитра Разіна «Запоріжжя. Проспект» (2011), Аліни Славгородської «Вулиця Грязнова» (2012), Катерини Гончаренко «Будиночок біля синагоги» (2017), Євгена Понагайби «Старий Олександрівськ» (2017).

Звернення до архітектурного спадку німців-менонітів відображається у творах Любові Миленької «Замок Вальмана» (2016), Сергія Міхно «Запоріжжя. Колонія Розенталь» (2016).

Камерно-ліричні мотиви вуличок старого Олександрівська відображають засобами графіки у своїх творах Ірина Гресик «Запоріжжя. Вулиця Покровська, 16» (2016), Юрій Калашніков «Дош, якого не було на пленері» (2017), Ольга Ключко «Стара електростанція м. Запоріжжя» (2017).

Деякі мистці обирають неочікувані ракурси та види, що дає глядачу можливість подивитися свіжим поглядом на давно знайомий архітектурний мотив: Пітлик Вікторія «Театральний простір» (2018), Катерина Гончаренко «Спілка художників» (2017).

Прагнення передати глядачу уявлення про козацьку добу відчувається у живописно-реалістичних творах Михайла Довганя «Напоготові. Етюд» (2016), Василя Красьохи «Весна на Хортиці» (2018), Анатолія Кіргеєва «Козаки в дорозі» (2017).

Експресивна передача кольору з умовним вирішенням образу міста характерна для живописних творів Наталії Волянчук «Вечір» (2017), Анжели Прокоф'євої «Проспект Соборний» (2017), Андрія Федосеєнка «Музей» (2017), Олега Винника - Штепа «Запоріжжя, на проспекті Соборному» (2016).

Різноманітними засобами виразності вирішують мистці тему індустріального пейзажу. Живописом, у кольорі працює Ольга Харьякова «В мартенівському цеху «Запоріжсталі» (2017), Анна Булгакова «Зникаючий вид» (2016) та інші. Засобами графіки цю тему розкривають Олександр Смородін «Запорізьке лівобережжя» (2016), Олена Хмель «Запоріжжя індустріальне» (2016).

Деякі художники привозять на пленер роботи, виконані у своєму рідному місті, а повертаються додому з краєвидами Запоріжжя, як, наприклад Анатолій Кравченко «Седнів. Туман ранковий» (2014), Галина Кравченко «Осінь в Одесі» (2016), Віра Чурсіна «Цибуля» (2008), Василь Ганоцький «Осінь мереживо» (2017). Відбувається своєрідний обмін, що є цікавим явищем у практиці пленеру. Це створює мистецький діалог між художниками, містами та регіонами, сприяє зміцненню культурних зв'язків, активізує мистецький рух у художньому житті, збагачує колекцію художнього музею роботами визначних художників України.

Незважаючи на свій молодий вік, мистецький проект «Запорізький пейзаж» є значним мистецьким явищем як регіонального, так і всеукраїнського рівня, оскільки об'єднує митців з різних куточків України. В процесі пленеру відбувається екскурсії, творчі зустрічі, майстер-класи за участю відомих художників. Підсумкові виставки проводяться не тільки у Запоріжжі, а й у області та збирають багато глядачів. За результатами пленеру видаються каталоги. Можна зазначити, що головну мету пленеру досягнуто, адже за результатами трирічної роботи фонд Запорізького обласного художнього музею поповнився більш як 150 роботами. Архітектурне обличчя міста з плином часу змінюється, а в останні десятиліття це відбувається надто стрімко. Отже, важливим є збереження художнього образу міста різних періодів історичного розвитку у творах митців.

Література:

1. Запорізький пейзаж – 2016. Каталог пленеру. – Запоріжжя: ПРИВОЗ ПРИНТ, 2016. – 80 с.: іл..
2. Запорізький пейзаж – 2017. Каталог пленеру. – Запоріжжя: ПРИВОЗ ПРИНТ, 2017. – 76 с.: іл..
3. Запорізький пейзаж – 2018. Каталог пленеру. – Запоріжжя: ПРИВОЗ ПРИНТ, 2018. – 32 с.: іл..
4. Кулик Л. С. Історія виникнення міського пейзажу як самостійного жанру живопису / Л. С. Кулик // Молодий вчений. - 2018. - № 9(2). - С. 347-349. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_9\(2\)_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_9(2)_17).
5. Осадца М. Тема міста в малярстві Івано-Франківщини 1960–80-х років: тенденції втілення // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв : зб. наук. пр. / за ред. Даниленка В. Я. – Вип. 7. – Х. : ХДАДМ, 2015. – С. 119 – 125.
6. Сучасне мистецтво: Наук. зб. / Ін-т проблем сучас. мист-ва НАМ України; Редкол.: В.Д.Сидоренко (голова), А.О.Пучков (заст. голови), О.В.Сіткарьова та ін. — К.: Фенікс, 2010. – Вип. VII. – 368 с.: іл.

АВТОРСЬКА КЛАСИФІКАЦІЯ СУЧАСНОГО ГРАФІТІ

Специфіка графіті, як художнього напрямку в контексті сучасного суспільства, орієнтованого на індивідуалізм, оригінальність особистості і самореалізацію, створює активний запит у теоретичному аспекті. Мистецтво сучасного графіті характеризує велике розмаїття видів, стилів письма. З-поміж них можна виокремити наступні види графіті:

Бомбінг (Bombing). Зазвичай малюється на транспорті і в дуже швидкому темпі. Він ставить собі за мету створення неякісних графіті, а великої кількості малюнків, зроблених за дуже короткий час.

Комерційне графіті (Commercial graffiti), також відомі як аерозольна реклама або графіті на прокат — це комерційна практика, коли графіті-художникам платять за їхню роботу. Зокрема, в Нью-Йорку комерційне графіті є великим бізнесом, і з 1980-х років він проявив себе в багатьох великих містах Європи, таких як Лондон, Париж і Берлін.

Цифрове графіті (Digital graffiti) — це акт створення графіті з використанням комп'ютерної візуальної системи. Спеціальний аерозольний балончик може випромінювати інфрачервоне світло замість фарби, який потім відстежується комп'ютерною візуальною системою для відтворення «розпошеного» зображення на стіні за допомогою проєктора.

Царапини (Scratching або Scrabbing). Нарівні з тегами, є одним з видів сучасного графіті. Виконуються з використанням точильного каменю на склі в транспорті.

Скульптура в графіті (Лат. *sculptura*, від *sculpo* — «вирізаю», «висікаю») — твори якого мають об'ємну, тривимірну форму і виконуються із твердих чи пластичних матеріалів. Художньо-виразні засоби скульптури — побудова об'ємної форми, пластичне моделювання (ліпка), розробка силуету, фактури, у деяких випадках також кольору.

Тегінг (Taging) — підпис райтера, його псевдонім, яке виконується ним з використанням одного кольору. Це невід'ємна частина графіті, під усіма роботами сучасного графіті обов'язково проставляється тег.

Райтінг (Writing). Написи виконуються в звичному сенсі цього слова, малюнки, що виконуються райтерами в різних стилях на стінах, вагонах тощо.

Багато сучасних аналітиків і навіть мистецтвознавців почали бачити художню цінність у деяких графіті та почали визнавати їх як форму громадського мистецтва. Розглядаючи їх в мистецтвознавчому аспекті, в сучасних графіті можна виокремити такі стилі письма:

3D графіті (FX, Daim style), яке охоплює трьохвимірні об'ємні зображення букв складної структури. Був вигаданий райтером DAIM'ом, рисуючим в одній із самих відомих команд під назвою FX Cru.

Блокбастер (Blockbusters). Цей стиль також відносять до простих стилів у сучасного графіті. Батьківщиною стилю вважається Лос-Анджелес. Блокбастер характеризується великими і широкими літерами, які можуть бути

намальовані за допомогою тільки одного кольору. Вважається, що його використовували в першу чергу для розмежування зон впливу вуличними угрупованнями. Графіті виконується, як правило, командою, де кожен учасник робить свою роботу. По завершенню, кожен з учасників прописує під малюнком свої теги (підпис райтера). Блокбастер або ролик — це великий шматок, майже завжди виконаний у формі блоків, виконаний для того, щоб повністю покрити більшу площу двома контрастними кольорами, іноді з єдиною метою, перешкодити іншим авторам малювати на одній стіні. Зазвичай це виконується за допомогою подовжених валиків і галонів дешевої фарби для зовнішніх робіт.

Бабли (Bubble — «бульбашка»). Всі літери схожі на дуті мильні бульбашки готові лопнути. У цьому стилі використовується два або три кольори. Користується популярністю у новачків.

Характер (Character, «керак» — характер). Малюнки — карикатури або комікси, тут часто виділяється типова для коміксів рамка з промовою персонажа. В цьому стилі найчастіше працюють райтери, що мають художні здібності.

Динамічні стилі (Dynamic styles). Сюди включають всі напрямки, які існували в 80–ті роки ХХ століття в Нью-Йорку. Використовувалися при розписі вагонів поїздів, звідси яскраво виражена динаміка форм, спостерігати яку слід під час руху. Динамічні стилі також мають підвиди: дикий стиль, комп'ютерний рок стиль, мессіан стиль, камуфляжний стиль, м'який динамічний стиль та електричний стиль.

Маркерне графіті (Marker graffiti) — його специфіка визначається вибором інструментів та матеріалів. При його виконанні застосовуються вуличні маркери, валики та ширококінцеві пензлі.

Пайсінг (Pissing) включає в себе перезапавний вогнегасник і заміну вмісту фарбою, з урахуванням міток приблизно до 20 футів (6,1 м). Націлювання та підтримання стійкості при цьому стилі графіті дуже важке, тому роботи зазвичай виходять хвилясті і неохайні.

Наклейки (Stickers). Деякі художники також використовують самоклеючі стікери як швидкий спосіб розповсюдити свої теги за короткий проміжок часу й не спіяматися. Хоча деякі критики з графіті-культури вважають цей стиль — «ледачим», наклейки можуть бути досить складними за художніми особливостями самі по собі і часто використовуватися в поєднанні з іншими матеріалами. Етикетки з наклейками зазвичай виконуються на порожніх поштових наклейках, так як їх можна безкоштовно отримати і легко нанести тег чи інший малюнок що є характерним для райтера. Багато майстрів графіті вважають, що створення складних творів вимагає занадто великих витрат часу, щоб виправдати цю практику. Виконання наклейки може зайняти (в залежності від досвіду і розміру) від 30 хвилин до декількох місяців поспіль.

Тру-апс (Thru-up) Найпростіший стиль, зазвичай його обирають бомбери, для яких, пріоритетом в роботі є не якість, а швидкість виконання. Найчастіше його також практикують новачки. Зародився в Нью-Йорку. Цей стиль має криві лінії літер, зафарбованих всередині певним кольором. Перший колір — контур, другий — заливка: у **тру-апс** використовується всього

два кольори, переважно, чорний і білий, або чорний і сріблястий. Основна умова тут — контрастність кольорів і їх сполучуваність один з одним. Це було продемонстровано райтером «САР» в документальному фільмі «Стильові війни», в якому продемонстровано конфлікт з цим райтером через те, що він замальовує графіті інших райтерів своїми швидкими начерками цього слова.

ТЕНДЕНЦІ В ДИЗАЙНІ НА НАЙБЛИЖЧІ 10 РОКІВ

Сучасний дизайн не обмежується тільки формуванням гармонічного предметного середовища, але й звертається до вирішення гострих соціально-культурних проблем, складних технологічних завдань, питань реального захисту довкілля. Компанії, підприємства, фірми активно залучають проєктувальників до участі в розробці інноваційних продуктів – від багаторазової екологічної упаковки до безпілотних автомобілів. Разом із швидким розвитком суспільства, бурхливими зрушеннями в економіці, невинним зростанням глобальних соц. мереж, масштаб використання потенційних можливостей дизайнерів ще не до кінця визначений. В значній мірі це пов'язано з недостатнім розумінням місця, ролі і механізмів дизайн-діяльності. Функції дизайну в сучасному суспільстві вже давно вийшли за межі звичного уявлення про створення красивого і зручного продукту, поширившись на різні сфери життєдіяльності людини. В умовах ринкової економіки дизайнер став своєрідним комунікатором між виробником, споживачем і предметним світом, активно включившись в маркетингові дослідження, в планування процесів організації праці, в розробку систем штучного інтелекту, в прогнозування моделей майбутнього. В останні роки галузь проєктно-художньої діяльності стрімко поповняється новими спеціалізаціями і напрямками, які роблять її міждисциплінарною і відкритою для подальших інтеграцій. Розглянемо ці питання більш детально та окреслимо ймовірні тенденції розвитку дизайну та деякі його функції на найближче десятиліття.

Узагальнена функція дизайну

Дизайнерська діяльність протікає на стику матеріальної і духовної сфер, являючи собою не тільки джерело соціальних змін, але й своєрідну форму контролю за індивідуальною поведінкою людини, плануванням основних соціально-онтологічних вимірів індивідуального буття людини. Разом із тим, в умовах розвинутого індустріально-інформаційного суспільства, незмінною константою і базовою функцією дизайн-діяльності залишається естетична гармонізація буття людини в предметному світі.

Організуюча функція дизайну

Дизайн впорядковує простір. Він допомагає управляти почуттями, увагою, емоціями людей. Він акцентує увагу на певних предметах, дозволяє сприймати простір як цілісну систему. Створюючи речі і системи речей, дизайн організовує предметний простір, а також поведінку людей, послідовність емоцій і почуттів. Таким чином, дизайн дозволяє управляти

увагою і координувати вчинки споживачів. Особливе значення дана функція дизайну має в організації простору виставкових залів, торговельних центрів, супермаркетів, офісних приміщень, зон відпочинку.

Творча функція дизайну

Дизайн постійно прагне знайти нові ніші в здавалося б переповненому просторі. Специфіка проектно-художньої творчості полягає в тому, що принципово нові форми в культурі і мистецтві надзвичайно рідкісні, а прообрази більшості форм вже існують. Нове часто виявляється добре забутим старим. Дану функцію легко уявити на прикладі дизайну одягу. Модельєри систематично звертаються до історико-культурних зразків, на основі яких формують відповідні стильові напрямки («ретро», «вінтаж», «кантрі»..) і створюють оригінальні, художньо виразні колекції.

Утопічна функція дизайну

Прогнозуючи можливі тенденції розвитку людини і його предметне оточення, дизайнер здатний втілити прогноз у певний промисловий вироб, об'єкт, послугу. Кожна гіпотеза потребує свого втілення для того, щоб бути всебічно сприйнятою і оціненою, будь-то бутафорія фільму, інтерактивна реклама, футуристичний інтер'єр або космічний транспортний засіб. Проектний утопізм зародився на ґрунті модерністських пошуків і експериментів. Він став своєрідним зверненням до перетворення світу, до досліджень можливостей машинного століття в удосконаленні умов і якості життя. Водночас він сприяв підняттю статусу дизайнера до рівня високого мистецтва, в якому фігура проєктанта-винахідника сприймалася б на рівні творця. Сьогодні утопічна функція дизайну здебільш матеріалізується у футуристичних проєктах, інсталяціях, в колекціях одягу, в оформленні виставок, в експозиціях для зйомок кінофільмів і т.д.

Естетична функція дизайну

Установка на створення естетичної привабливості речі на протязі багатьох століть була прерогативою ужиткового мистецтва. Із переходом суспільства до промислової ери, утилітарна і естетична складові склали діалектичну єдність і програмну сутність нової професії - дизайну. Естетична функція присутня в будь-якому продукті дизайну, і саме за її допомогою досягається гармонійне поєднання користі і привабливості. Споживча цінність товару обумовлюється балансом утилітарної і естетичної функцій. Додаткову цінність набувають символічні якості дизайнерського продукту, будь-то організація передвиборчої кампанії, розробка фірмового стилю підприємства або установи, ребрендинг корпорації чи популярного товару.

Ідеологічна функція

Вказана функція виростає з можливості речі втілювати або транслювати певні ідейно-теоретичні установки. Коли для замовника на перше місце виходять соціально-політичні, ідеологічні, ринкові мотиви, то саме дизайнер виявляється їх провідником у життя. Це, в свою чергу, ставить перед дизайнером ряд етичних питань, відповідь на які висвітлює його громадську позицію, світогляд, рівень культури.

Коротко окресливши певні функції дизайну, перейдемо до розгляду питань, пов'язаних з його найближчими перспективами.

Вимоги до дизайну в найближчі 10 років.

Щороку споживачі стають свідками нових трендів в дизайні, а самі дизайнери продовжують шукати інструментарій для реалізації нових ідей та виразні засоби для надання продукту стильного вигляду, покращених функцій, зручної експлуатації. Фірми-проектанти та виробники ретельно «сканують» споживчий ринок, намагаючись вгадати, що буде затребуване в наступному, щоб хоч би на крок випередити конкурентів. «Дизайн не стоїть на місці, але стабільно розвивається, знаходячи все нові і нові рішення. Із упевненістю в 100% ніхто не може сказати, що буде з дизайном на піку моди через п'ять, десять років. Але певні прогнози зробити все ж таки можливо» [2]

Наведемо деякі з них у тезисній формі.

- Дизайнерське мислення стане продуктивним мисленням. Дизайнер повинен буде створювати не тільки інтерфейси, але повний кінцевий продукт. Ті послуги і продукти, які містяться тільки на екрані, стануть винятком, а не правилом.
- Університетська програма підготовки дизайнерів стане багатопрофільною. Фахівець з промислового дизайну, що тільки закінчив ВНЗ, окрім профільних компетенцій, буде зобов'язаний знати принципи маркетингу, основи графічного дизайну, програмного, апаратного забезпечення та ін..
- Вибираючи високотехнологічну продукцію, люди будуть, в першу чергу, звертати увагу на її зовнішній вигляд і свої емоційні відчуття при її використанні, а вже потім - на її корисність.
- Засновниками більшості нових стартапів будуть дизайнери. Компанії зі штатом в більш ніж сто осіб без дизайнера в якості керівника підрозділу або заступника директора, стануть неконкурентоспроможними. У середині проектних бюро та виробничих компаній співвідношення дизайнерів до інженерів становитимуть 1:4, а не 1:8 чи 1:10, як на сьогоднішній день.
- Через 10 років дизайнери будуть використовувати зовсім інший набір інструментів; з'являться комп'ютерні додатки, які зроблять процес проектування і формоутворення більш потужним і ефективним.
- У сфері високих технологій ми побачимо велику різноманітність фахівців-дизайнерів. В проектному колективі десь половину складуть жінки, а кожен третій матиме іноземне коріння.
- Кожен кваліфікований виробник, не маючи дизайнерської освіти, буде розбиратися в основних дизайнерських поняттях і розуміти проектну мету.
- Продукти, незручні для використання, неохайно оброблені та зовні невизначні, зникнуть з прилавків. Найпопулярнішими стануть практично непомітні продукти і послуги, які складають повсякденне життя людини.[3]

Новітні напрямки і сфери дизайну.

В цієї частині статті ми торкнемося питання розширення діапазону дизайнерських компетенцій і повноважень, пов'язаних з опануванням високих технологій і розвитком штучного інтелекту. З урахуванням того факту, що сьогодні конкурентоспроможним товаром стає вже не тільки сам продукт, але і приписувані йому якості, виникає необхідність у створенні додаткових служб, працівники яких мають поєднувати в собі якості дизайнера, менеджера, ІТ-спеціаліста.

Дизайн штучного інтелекту (Д.Ш.І.)

Цей напрямок запропонував Бранко Лукич, засновник Nonobject: «Люди перебувають на порозі найбільшої технологічної революції, або назвіть це новою індустріальною революцією», - заявив він, наголошуючи наступні тези щодо дизайну штучного інтелекту.

«Дизайн як практична область буде розвиватися стрімко, збігаючись з темпом розвитку штучного інтелекту (Ш.І.) і нейронних мереж. Ш.І.-дизайн стане новим напрямком індустрії, отримавши статус, на зразок того, який є у режисера на зйомках фільму. Ш.І.-дизайнери керуватимуть мультидисциплінарними командами, створюючи еру штучного інтелекту. Ми стрімко розвиваємося в поліпшенні алгоритмів глибинного навчання. Сьогодні ми знаємо, що нейронній мережі потрібно всього чотири години, щоб грати в шахи на недосяжному для людей рівні. Ми вдосконалюємо велику кількість речей, над якими Ш.І. може попрацювати, і в той же час, ми збираємо безліч вкрай вузькоспеціалізованих функцій, не пов'язаних між собою. Зараз технології ведуть вперед розвиток Ш.І. Але точно так само, як дизайн зробив технології людяними, він зіграє найважливішу роль і в розвитку застосуванні Ш.І. Дизайн штучного інтелекту стане захоплюючою дизайнерською практикою в історії людства. Її поки що не існує, як не існує і шкіл для навчання цього. Але щасливі індустріальні дизайнери, які вмють нелінійно мислити і розуміють кроссплатформеність, спираючись на соціологію, етнологію, науку про матеріали, екологію, біологію, фізику, інженерію, розробку ПО і таке далі - саме вони стануть найбільш підходящими людьми на планеті, щоб впоратися зі створенням штучного інтелекту, який стане безпечним і корисним для людей».[1]

Дизайнер доповненої реальності

Вказаний напрямок обґрунтував Гевін Келлі - співзасновник і голова компанії «Artefact». Згідно його концепції, технології доповненої реальності будуть потужно розвиватися, і з часом нова інформація стане накладатися на об'єкти фізичного світу абсолютно гладко. Зросте і попит на дизайнерів, які зможуть забезпечити глибину і ясність сприйняття доповненої реальності в самих різних сферах - від розваг до освіти та медицини.

Програміст цифрових аватарів

Запропонована Гленом Мерфі (директором компанії «Android і Chrome UX») концепція базується на тому, що клієнтам знадобиться допомога, щоб перенести себе на віртуальний знімальний майданчик для VR, мобільних ігор і фільмів. Дизайнеру, який перебуває на цій посаді потрібно ідеально передати образ актора в низькополігональних і високополігональних моделях. Якість передачі залежить від створення руху і емоційного перетворення тексту в мову. Тут стануть в нагоді знання з програмування штучного інтелекту. Така професія, до речі, вже існує, але в майбутньому вона стане ще більш важливою і непростюю, оскільки ігри і VR вимагатимуть все більш реалістичності. Згодом цифрові образи стануть більш популярними та якісними, і актори захочуть мати над ними все більше влади - стільки ж, скільки у них є над своїми образами в інших медіаформатах.

Дизайнер дронів

Цю посаду запропонував Гевін Келлі, співзасновник і голова компанії «Artefact». Практика останніх років свідчить, що такі могутні компанії як Amazon вже почали використовувати для своїх послуг безпілотні дрони. Це означає, що в недалекому майбутньому зросте попит і на фахівців, які зможуть розробити весь процес взаємодії дронів з клієнтами. Дизайнер дронів повинен буде вирішувати питання не тільки формування цих напівавтономних виробів, але і знати, що буде робити дрон, коли прилетить до клієнта? Як обслуговувати весь парк дронів, як за ними стежити? Які ризики пов'язані з питаннями конфіденційності? Як підвищити довіру людей до цих машин?

Директор з кібернетики

Матіс Дуарте, дизайнер і віце-президент «Google» наголошує, що директора з кібернетики відповідатимуть за креативне бачення і незалежне надання індивідуальних медіапослуг. Вони навчатимуть візуальної мови бренду кібернетичних арт-директорів і ботів-дизайнерів. Фахівці на цій посаді будуть повністю відповідати за концепцію творчих проєктів з самого моменту їх створення до безпосередньої реалізації. Крім того, вони будуть активно брати участь в розвитку машинного навчання, щоб крокувати в ногу з інноваціями. Цілком ймовірно, що через п'ять років завдяки машинному навчанню, комп'ютери опанують майже такий художній смак, як і люди. І чим більше їх будуть цьому навчати, тим швидше це станеться. Навчання і координування роботи «творчих машин» стане найбільш незвичайною і важливою роботою дизайнерів нової генерації. І це майбутнє вже почалося.

Дизайнер віртуальної взаємодії

Цю посаду запропонував Метт Шоенхольц, глава відділу дизайну в «Teague». За останні тридцять років дизайнери дуже багато уваги віддавали екранам (моніторам), бо саме з їх допомогою вони отримували необхідну інформацію, займалися моделюванням форми об'єктів. Сьогодні екрани ще також вимагають уваги, але з'являється все більше програм, в яких звернення до «вікна» відбувається рідко. Екран у наявності, або він лише є накладенням на реальність, або це зовсім повноцінна віртуальна реальність – ось такий діапазон. Для такого нового типу взаємодії з користувачем потрібен і новий вид дизайнерської роботи, безпосередньо пов'язаною з віртуальною взаємодією. Чи буде це взаємодія з фізичним або віртуальним об'єктом, дизайнер нового типу має працювати з віртуальною і доповненою реальністю, а також з комп'ютерами, вбудованими в різні предмети і місця. На цій позиції повинен працювати фахівець з мов шаблонних інтерфейсів і сенсорних точок, які часто вважаються альтернативою або просто доповненням до екранних графічних інтерфейсів. Дизайнер віртуальної взаємодії повинен орієнтуватися на різні приклади з промислового дизайну та архітектури, оскільки взаємодія відбувається в певному просторі. Крім того, він повинен передбачати можливі відхилення в алгоритмах і великих системах, які можуть мати негативний вплив на людей.

Дизайнер-інтегратор

Цю спеціалізацію запропонувала Аста Роузвей, старший інженер-дослідник «Microsoft Research». Згідно з програмними положеннями,

дизайнер буде «інтегрувати» між собою мистецтво, інженерію, наукові дослідження. Саме здатність до критичного мислення і гармонійному об'єднанню кращих елементів з різних сфер діяльності зробить таку людину «інтегратором». Дизайн стане об'єднуючим фактором для отримання найкращих вражень від продукту або послуги. Цей процес уже почав проявлятися в злитті біовиробництва, яке виникло з біотехнології і стало новим міждисциплінарним рухом, що об'єднав в собі дизайн і науку. Завдяки йому з'явився новий вид екобезпечних матеріалів і засобів для виживання. В майбутньому біотехнології розвинуться настільки, що ними масово зацікавляться дизайнери та художники. Разом з інженерами вони зможуть створити технології, які будуть впроваджуватися у волокна і навіть шкіру людини. Для об'єднання цих різних сфер якраз і знадобляться дизайнери-інтегратори.

Дизайнер імплантатів

Означний вид вузької спеціалізації належить Гаді Амїту, засновнику «New Deal Design». Дизайнери імплантатів розроблятимуть дизайн нових органів і штучних частин людського тіла. Ці фахівці повністю відповідають за дизайн і процес впровадження стандартних або зроблених по індивідуальному замовленню імплантатів. Дизайнери імплантатів повинні відмінно розбиратися в програмному забезпеченні і техніці, пов'язаній з біоелектронікою, і працювати в команді, яка відповідає за безліч біологічних підсистем. Вже зараз людство близько до виготовлення біологічних тканин. Деякі виготовляються за допомогою генної інженерії, деякі створюються в біореакторах, а в деяких використовується мікроелектроніка. Майбутнє, в якому можна буде створювати штучні органи людини, вже близько. Хто буде їх проектувати і пристосовувати під запити клієнта? Рано чи пізно це зроблять дизайнери.

Спеціаліст по вирішенню проблем

Цю посаду запропонувала Ешлі Пауелл, директор з локацій «Ideo New York». Такі фахівці вже серед нас, просто ця професія не виділяється, і у неї ще немає чіткої назви. У міру того, як зростає організація і її завдання, стає все важче опрацьовувати нові ідеї і рухати їх в майбутнє. За справу повинен взятися фахівець з вирішення проблем. Тут в нагоді можуть стати навички дизайнера- комунікатора, який зможе подати суть проблеми так, що вона викличе емпатію, або ж перевести переговори в іншу площину, щоб не було сенсу в подальшій полеміці. Дизайнери цього напрямку повинні будуть обізнанні в питаннях психології і зможуть працювати зі співробітниками фірми з вирішення як особистих, так і корпоративних питань. Такі люди повинні бути експертами з ведення креативних розмов, вміти ставити несподівані питання і уникати небезпечних тем.

Дизайнер машиного навчання

Саме такою назвою визначив Аарон Шапіро - голова «Huge» спеціалізацію, сутність якої буде полягати в створенні моделей даних і алгоритмів, які дозволять компаніям створювати продукти, оснащені штучним інтелектом. Вони передбачатимуть бажання клієнтів і стануть виконувати їх перш, ніж вони будуть озвучені. Дизайнери машиного навчання будуть не тільки

відповідати за досвід взаємодії з іноземними інвестиціями, а і гарантувати використання найкращих алгоритмів поведінки. Об'єднання можливостей дизайну і штучного інтелекту стане новим проривом в цифровому досвіді. Конкуренція в маркетингу буде вирішуватися на основі того, чий штучний інтелект зможе краще підібрати індивідуальний підхід до клієнта. Компанії з найбільш просунутим Ш.І. зможуть краще за інших залучити й утримати клієнтів. В майбутньому якісний штучний інтелект стане невід'ємною частиною користувацького досвіду, і просунуті фірми завжди будуть на крок попереду.

Програмний директор

Згідно пропозиції Дейва Міллера, рекрутера компанії «Artefact», фахівець на цій посаді має гарно розбиратися в стратегії бізнесу, розуміти хто і що стоїть за тим чи іншим проектом або продуктом. Він веде запис усіх ефективних заходів, які впливають на кінцевий продукт, займається визначенням термінів, проводить переговори з клієнтами і, крім того, створює довгострокові відносини з бізнес-партнерами. Програмний директор, зазвичай, знаходиться на одному рівні з дизайн-директором, походить з творчих професій і має досвід в дослідженнях з дизайну або інженерії.

Real-time 3D-дизайнер

Віртуальна і доповнена реальність знаходяться на передовій досліджень в області дизайну і технологій. Тут переплітається інтерактивний і гейм-дизайн. Для кожній команді, яка працює в цій галузі, потрібен 3D-дизайнер. Щоб працювати в цій галузі на високому рівні, потрібні роки практики, тому старші за віком дизайнери 3D-рівнів стануть своєрідними першовідкривачами. Залишивши позаду функцію класичного дизайнера ігор, вони займуться створенням інструментів для роботи і розваги з дуже складною системою взаємодії. Команди 3D- і UX-дизайнерів будуть тісно взаємодіяти і працювати спільно, щоб винайти єдине перспективне рішення.

Дизайнер симуляторів.

Цю вузьку спеціальність запропонував Роб Герлінг, співзасновник і голова компанії «Artefact». Дизайнер симуляторів систематизує дані про клієнта, зразки поведінки і статичні моделі, щоб створити модель людини. За її допомогою можна буде передбачити поведінку потенційного клієнта. В майбутньому продукти, рекламні кампанії, програми, умови і послуги будуть проходити випробування на симуляторах користувачів. «Штучні люди» залишатимуть штучні відгуки, відправлятимуть твіти, рекомендації та можливі дані про користувачів. За допомогою таких симуляторів вдасться поліпшити дизайн будь-якої речі, перш ніж вона з'явиться на ринку.

Висновок. Ми знаходимося на межі дійсно безпрецедентного періоду в історії дизайну, коли виробничі технології і галузі творчої індустрії активно інтегруються. Те, як описується майбутнє, і деякі прогнози, що робляться зараз, можуть не підтвердитися через швидкі наукові відкриття і технологічні досягнення. Але значна частина прогностичних ідей, особливо таких, що окреслюють новітні напрямки і спеціалізації дизайну на найближчі 10 років, є достатньо ґрунтовними. Саме з ними - у викладі фахівців відомих світових фірм, читачі даної статті і змогли ознайомитися.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямку.

Почавши з опису функцій та завдань дизайнера в майбутньому, проаналізувати джерела і складові трендів у сфері проектної культури, у тому числі: спосіб життя (побут і суспільні відносини), комунікації (медіа, мода і стиль), виробництво (розробка, матеріали, технології). Вказані дослідження мають дати цілісну уяву про масштаби, місце і реальні можливості дизайну у розбудові сучасного світу.

Література:

1. Лабарре С. The Most Important Design Jobs Of The Future, с.1 Інтернет-джерело www.fastcodesign.com
2. Мульченко О. Яким буде дизайн через 10 років?, с.1, Інтернет-джерело freelance.today. <https://freelance.today/profile/OlgaMulchenko/created/topics/>
3. Чжо Джулі. 10 трендов в дизайне. Інтернет-джерело: [https:// vc.ru/social/8157-10-design-trends](https://vc.ru/social/8157-10-design-trends)

• •

ОСОБЛИВОСТІ ОСВІТЛЕННЯ ПРИ НАТУРНІЙ ЗЙОМЦІ

Багато незалежних природних чинників здатні впливати на існуюче натурне освітлення на пленері та створюють умови різноманітного освітлення під час зйомки. Серед позитивних чинників найголовнішим є потужність освітлення, а до негативних рис належать його практична некерованість, нестабільність і непередбачуваність. При зйомці на пленері фотограф залежить від чинників: погода, пора року, час доби і багато інших, тому він перед зйомкою повинен скласти її план, вивчити існуюче освітлення, а ще мати засоби його корекції. В пейзажній зйомці часто освітлення не повністю задовольняє фотографа, та існує лише один єдиний практично прийнятний спосіб досягнути його ідеалу – це дочекатись, коли небо подарує таке очікуване освітлення, а тому зйомка потребує значних витрат часу та незчисленної кількості дублів. Іноді на таке потрібні роки, якщо фотограф має змогу собі це дозволити.

Наведу приклад з особистого практичного досвіду. Свого часу (в 1999 році) я натрапив на таку точку зйомки на Холодній горі, з якої Успенський і Благовіщенський собори можна було зняти розташованими практично на одній лінії зору. На цій точці зйомки ефектне освітлення другої половини дня є оптимальним. Відповідні фотографії, відзняті наявною 4-х кратною телеоптикою, опинились в моєму архіві. Пізніше, уже в цьому столітті я отримав змогу повторити таку зйомку телеоб'єктивами з більшою кратністю (6-ти кратним, потім і 10-ти кратним), бо це надавало світлинам більшої монументальності. Декілька днів зйомки в серпні – вересні – жовтні, адже потрібна була чиста атмосфера без смокової імли над містом. Та ще згодом виникла ідея доповнити цей сюжет вранішнім сонцем, що сходить за храмами в наближенні до рівнодення дні в березні, чи в жовтні. Два роки я не мав змоги виконати таку зйомку, адже цьому заважала суцільна ранкова хмарність, та, нарешті, на третій рік я такі знімки отримав. Паралельно я

намагався відзняти ще й подібний же сюжет зі сходом повного місяця, та це завдання виявилось значно складнішим, тому що місячна повня не лише буває один раз на місяць, але вона ще повинна співпасти з моментом його сходу в бажаний час і в бажаному місці по за соборами.

ЧОЛОВІЧІ ОБРАЗИ В АКАДЕМІЧНИХ ПОСТАНОВКАХ 1970-80-Х РОКІВ (НА МАТЕРІАЛІ ФОНДІВ ХАРКІВСЬКОГО ХУДОЖНЬОГО УЧИЛИЩА)

Харківське художнє училище (ХХУ) – одне з відомих професійних закладів України, що має столітню історію. У 1970 – 1980- рр. училище очолював відомий харківський художник, заслужений діяч мистецтв Григорій Коробов. З часу свого утворення, в інституції надаються фундаментальні знання в мистецькій галузі, а саме – рисунку, живопису, декоративно-ужитковому мистецтві, дизайну, пластичній анатомії, перспективі та ін.

В різний час навчальний заклад закінчили такі відомі мистці як В. Аверін, О. Дейнека, І. Іванов, Б. Косарєв, І. Рик, Г. Цапок, Г. Шурина, П. Шигимага, лауреат Державної премії ім. Т.Г. Шевченка В. Гонтаров, народний художник України В. Ковтун та ін.

Основні складові художньої підготовки студентів в Харківському художньому училищі були спрямовані на класичне відбиття природи, засвоєння технічних прийомів і творчих засобів, що набувають нового звучання за рахунок різноманіття авторського розуміння мистецтва.

Вагомим внеском у скарбничку українського академічного живопису можуть стати аналіз робіт талановитих студентів 1970-80-х років Харківського художнього училища. У рамках програми ХХУ вивчення живопису голови натурника проводилася на другому році підготовки майбутніх художників. Твори учнів відповідного часу збереглися у методичних фондах Харківського художнього училища і вводяться до наукового обігу вперше. Зображення перебувають в дещо пошкодженому вигляді і потребують реставраційного втручання.

Академічне навчання привчало студентів до відходу від ілюзорності сприйняття форми, осягненню анатомічної побудови форм голови. Логічність і вдалість портретної композиції залежали від знайденості основних форм на картинній площині, чіткому чергуванні характерних ліній і силуетів, тобто ритмізації форм у єдину конструктивну основу. Ці задачі розвивали у студентів впевненість у відчутті пропорцій, правильну передачу світлотональних і колористичних відношень.

Найбільш виразними з колекції ХХМ можна назвати чоловічі образи, що демонструють традиції академічної харківської школи живопису. Портрет старого (рис. 1) виконаний у стриманому теплому колориті. Головною якістю роботи є змістовність передання психологічного стану природи. Відчувається схожість образу з гіпсовим бюстом філософа Сократа, тобто автор окрім

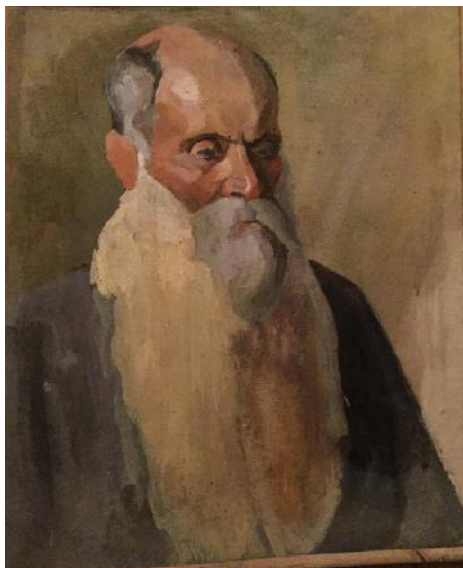


Рис. 1



Рис. 2

індивідуальних рис моделі втілює узагальнений тип мудрого старця. Незважаючи на відсутність деталізації, обмеженість технічних засобів виконання, пластична мова портрета позначена зрілою майстерністю.

Гармонійно підібрані тонові партії портрета, що зосереджують глядача на основному – глибокому, втомленому погляді старого чоловіка. Корпусне ліплення форм голови на випуклих частинах обличчя додають динамічності сприйняття живописного твору. Також, виконавець ретельно підійшов до передання теплохолодності колористичних відношень, що не відволікає від локального сприйняття загальної форми голови.

За характером образно-живописної подачі, до попередньої наблизений портрет чоловіка у зимовому вбранні (рис.2). Учень блискуче відтворив образ сильної роботящої людини. На протигагу першій роботі, яка сприймається як учнівсько-студійна, в цій простежується образне вирішення натурного об'єкту. В системному завданні беззаперечно видно ретельне вивчення природи і високий рівень майстерності. Чоловік представлений у профіль на тлі білого полотна, що дає можливість автору вдосконалити графічними засобами знайти виразний силует на безбарвному тлі. Можна побачити, що це робота не тільки вдалого живописця, а і цікавого графіка. Пастозні мазки на обличчі моделі поєднані з лесуванням на більш другорядних елементах постановки – одязі. Характерні деталі образу – насууплені брови, великий червоний ніс та засмагле обличчя – опосередковано нагадує найкращі роботи художників-передвижників, що намагалися втілити в мистецтві красу простого селянського люду та його побуту.

Задачі навчального процесу, що ставилися перед учнями ХХУ в означений період, демонструє робота В.Чумакова (рис. 3). Автор талановито

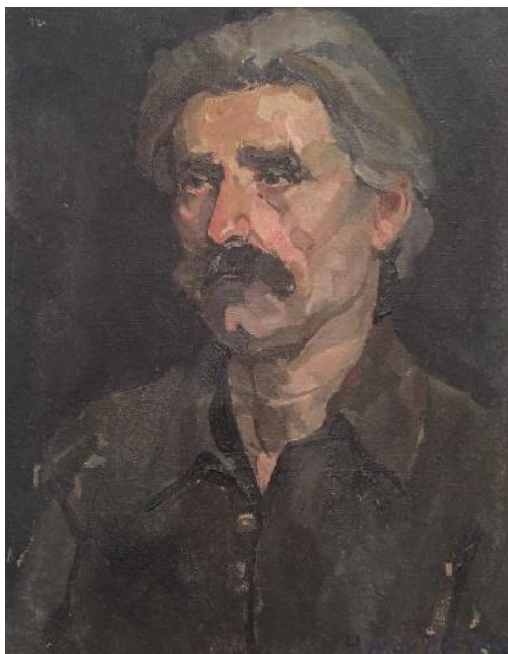


Рис. 3

підійшов до переосмислення природи в цілому, грамотно і незвично розмістив фігуру у картинній площі, піднявши голову майже у верхній кут полотна. Відсутність різких контрастів, збалансованість композиційного та колористичного вирішення свідчать про свідому відмову від ілюзорності зображення, надання живопису матеріальної вагомості.

Невимушений нахил голови додає легкої ліричної драматичності образу. Загострення у передачі індивідуальних рис особистості, наряду з

ліричною лінією в портретному мистецтві, певна гротескність – основні характеристики чоловічих образів, створених у 1970 – 1980-х роках у Харківському художньому училищі.

В усіх представлених роботах відчуються настанови досвідчених мистців, шлях засвоєння традицій реалістичного мистецтва харківської художньої школи учнями ХХУ та можливості їх фахового розвитку в царині образотворчого мистецтва та їх індивідуальні уподобання. В задумі композицій, в вирішенні колориту, живописній техніці робіт синтезуються багатогранні явища вітчизняної культури того часу. Таким чином, протягом тривалого часу саме в академічному навчанні зберігаються і розвиваються історично сформовані традиції харківського реалістичного живопису, які спираються на вивчення природи та її художньо-образну інтерпретацію.

• •
« »

УКРАЇНЬСЬКА СОРОЧКА: ЯК ПРАВИЛЬНО НОСИТИ ВИШИВАНКУ

Дома є сорочка, яку вишивала моя бабуся для свого чоловіка - мого дідуся. Знаходиться вона в нашій оселі на видному місці, створює особливий настрій і має особливе значення для нас. Ми любуємося красою, яку несе в собі український орнамент та теплою ручної роботи. Не раз жінки нашої сім'ї повторювали орнамент цієї вишивки, коли створювали свої вишиванки.

Мы бережемо її, як взірць однієї з більше, ніж сотнею технік виконання вишивки, що свідчить як про любов прашурів до краси та їх винахідливість, так і про незамінність вишитого одягу на всій території України.

Найбільш популярні прийоми: вишивка хрестом та гладдю, бігунок, мережка та ін. Визначають основні інтерпретації візерунків, які містять той чи інший елемент з широким смисловим навантаженням. Перш за все - це геометричний (Гуцульщина, Поділля, Полтава) та рослинний (Буковина, Волинь, Поділля, Побужжя) орнаменти. Як часто у звиклому житті ми носимо одяг в національному стилі?

Яке значення для нас має та сорочка? Данина традиції, чи сучасний модний аксесуар?

У вишиванці є дві іпостасі: традиційна і сучасна. Із плином часу вони набирають все більше різних ознак. Спеціалісти, які працюють з українськими національними костюмами наполягають на тому, що називати стародавні екземпляри «вишиванками» не є коректно. Треба вживати терміну «вишита сорочка». Однак, функція і сучасних, і стародавніх вишитих сорочок однакова - це повсякденна одежа.

Зараз вишиванка повертається в живу масову культуру. Цьому допомагають всілякі суспільні ініціативи. Такі, як фольклорні фестивалі, ярмарки, виставки та свята народної творчості.

Особисто треба відмітити День вишиванки, який святкують в Україні та по всьому світові в третій четвер травня.

Одяг дуже важко зберігати. З часом нитки псуються, тканина розсіпається, втрачає колір. Тому в етнографічних музеях ми не знайдемо дуже старого одягу. Найстаріші екземпляри, у кращому випадку, відносяться до початку XIX сторіччя. Але річ може сама про себе багато розповісти. Особливостями крою, тканиною, візерунками та кольорами. Спеціалісти-етнографи дуже чітко розрізняють регіональні особливості походження одягу, а іноді, навіть, можуть вказати на конкретне село, з якого походить та сорочка, або плахта. Наприклад, в Західному Поділлі густо зашивали рукава чорним орнаментом, або на Поліссі віддавали перевагу червоному кольору. Багато вказує на особливості походження розмір, геометрію та засіб вишивки.

Найвідоміший візерунок вишитої сорочки - це червоно-чорні рослинні мотиви у вигляді рожевих бутонів, або грон винограду. Дуже часто їх сприймають за чисто українські, традиційні. Але це - помилка. Такі сорочки спеціалісти називають «брокарівськими» за іменем французького парфюмера Анрі Брокара.

В середині XIX ст. компанія Брокара випускала мило, до випускання якого додавалися схеми вишивки хрестиками. Мило було дешеве, схеми безкоштовні, візерунки незвичні та оригінальні, тому вони швидко набули популярності у мешканок міст, а згодом і у селянок. Сьогодні «брокарівські» сорочки, в якійсь мірі вже можна вважати традиційно українськими, хоча вони повністю витіснили деякі техніки вишивки.

Сучасні дизайнери, які спеціалізуються на стелізованому народному одязі дуже часто говорять, що на створення тієї або іншої речі їх надихнули українські візерунки, які знаходяться в етнічних музеях. Беруть за основу

якийсь елемент і надають йому нового естетичного характеру. Однак, при детальному розгляді такого модного стилізованого одягу його вишивку треба перевіряти на аутентичність походження, інакше можна потрапити в конфуз. Такий приклад приводить етнограф, науковий співробітник Інституту народознавства НАН України у Львові Оксана Костіна. Дизайнерський дім Юлії Магдич створив сукню для співачки Джамали, в якій вона з'явилася на фестивалі «Євробачення-2017». На сайті дизайнерки Ю.Магдич вказано, що вона переосмислила естетику українського костюму. Але на сукні Джамали були вишиті коні, а це традиційно російський мотив, а не український.

В наш час вишиті сорочки популярні не тільки в Україні. В світовій індустрії моди зберігається прихильність до цього засобу прикрашення одягу. На те маються декілька причин. Це і зберігання традиційних та унікальних технік рукоділля, стародавніх ремесел, створення робочих місць для майстрів, можливість втілення етно-тенденцій в різних стилях моди. Наприклад в стилі Бохо, який є дуже вільним, нарядним та відкритим для різного роду прикрас.

Вишиванка є досить універсальною самодостатньою річчю. Вона не потребує зайвих аксесуарів і часто гармонійно підходить і до класичного одягу. Вишиванка може бути доречною і в офісі, бо гарно виглядає в ансамблі з класичною прямою спідницею і черевиками-човниками, і на вулиці в поєднанні з кросівками, або босоніжками.

Для чоловіків класична сорочка з білою, або блакитною вишивкою гарно пасуватиме до костюму, а більш стилізований варіант підійде до джинсів, шортів, або бріджів.

З плином часу традиційна сорочка втратила своє призначення, коли вона була одночасно і спідньою білизною, і ознакою суспільного статусу, і оберегом. Тепер на сучасному етапі свій крій і матеріали, але як і будь-який одяг її треба вміти правильно носити та намагатися, щоб така річ гармонійно вписувалась в гардероб сучасної людини.

2

ШЕКСПІРАНА У ТВОРЧОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ГРАФІКА СЕРГІЯ ЯКУТОВИЧА

Найбільш масштабним шекспірівським проектом в історії українського мистецтва ХХ ст. стало перше і єдине на сьогодні повне зібрання творів В. Шекспіра у шести томах (1984-1986) київського видавництва «Дніпро». До зібрання увійшли українські переклади середини ХХ ст., виконані видатними поетами, мовознавцями та культурними діячами (І. Стешенко, Б. Тен, І. Драч, М. Рильський, Л. Танюк, Д. Павличко, М. Лукаш). Графічне оформлення фронтиспису та шмуцтитулів (44 ілюстрації на сторінках, що передують розділам творів) виконав Сергій Якутович, на той час вже відомий художник.

За останнє десятиліття науковий інтерес до осмислення творчості майстра підвищився. Дослідники вивчають мистецький доробок художника у напрямку його станкової та книжкової графіки (О. Ламонова, П. Ліміна), у контексті образотворчої діяльності родинного кола Якутовичів (В. Михальчук), а також крізь призму загальних тенденцій українського графічного мистецтва останньої чверті ХХ ст. (Г. Скляренко, В. Олійник). Втім, шекспірівська графіка С. Якутовича не привернула наукової уваги.

На відміну від ілюстрацій періоду 1980-х рр., у яких застосовувалася техніка офорту (видання творів І. Гончарова, Л. Толстого, Ф. Достоєвського, О. Гончара, Ш. де Костера; серії станкових робіт), графічні аркуші до творів В. Шекспіра виконані в техніці ксилографії. Звернення С. Якутовича до ксилографії продовжує та збагачує величну спадщину його батька – художника Г. Якутовича (відомого за ілюстраціями до творів української класики). Шекспірівська графіка С. Якутовича монохромна. Можливості техніки торцевої гравюри дозволили художнику використовувати широкий діапазон пластичної виразності штриха (його тонові і фактурні можливості у зображенні перипетій сюжету, атрибутів персонажів, атмосфери епохи).

Український графік С. Якутович приділив чимало уваги створенню образної галереї шекспірівських персонажів. Розуміючи, що центром творів драматурга є людська натура, художник звернувся до зображення людської постаті засобами одно- («Тіт Андронік», «Перікл», «Коріолан»), дво- («Приборкання норовливої», «Міра за міру»), рідше багатогігурної композиції («Макбет», «Юлій Цезар»). Обравши портретний мотив, художник реалізує традиційну іконографію шекспірівських образів, серед яких наступні: нещасні закохані («Ромео і Джульєтта», «Венера і Адоніс», «Троїл і Крессіда»), герой-філософ («Гамлет»), антигерой-узурпатор («Річард III», «Король Джон») та ін. Митець графічно зобразив шекспірівську людину у всіх її найкращих і найгірших проявах, апелюючи до розкриття єства сучасного індивідуума. С. Якутович оголив характер Річарда III, буквально відобразивши його внутрішню сутність «монстра» за допомогою візуалізації казкового створіння. Таким чином, художник уникає безпосереднього ілюстрування сюжету, його роботи супроводжують романтизація, символ і метафора.

С. Якутович звертається до тем ворожнечі та ненависті, підказаних В. Шекспіром, включаючи дидактику іронії і трагедії до сюжетики графічних ілюстрацій. Художник шукає натхнення у минулому: слідує за пером автора, використовує колорит історичних епох (Античність і Ренесанс). В окремих ілюстраціях С. Якутович застосовує парафрази з відомих творів образотворчого мистецтва («Повернення блудного сина» Рембрандта, «Пієта» Мікеланджело, «Венера і Адоніс» Тіціана), що забезпечує пізнаваність зображуваних образів і встановлює асоціативні міжчасові зв'язки між українським і світовим мистецтвом.

Графіка С. Якутовича до творів В. Шекспіра з її узагальненим символічним характером і зосередженості на людині залишається однією з найважливіших праць в українському образотворчому мистецтві ХХ ст. за шекспірівською тематикою.

.., 4 . « »

НИЗЬКОПОЛІГОНАЛЬНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЯК СТИЛІСТИЧНИЙ ПРИЙОМ В КОМП'ЮТЕРНІЙ ГРАФІЦІ

На даний момент низькополігональне моделювання широко використовується при створенні проектів різного ступеня масштабності. Його застосування на різних платформах, а також його місце в індустрії анімації і дизайні в цілому на даний момент є дуже значним.

Полігональне моделювання (polygonal modeling) — це найперший різновид тривимірного моделювання, яке з'явилося в ті часи, коли для визначення точок в тривимірному просторі доводилося вводити вручну з клавіатури координати об'єктів X , Y і Z . Як відомо, якщо три або більше точок координат задані в якості вершин і з'єднані ребрами, то вони формують багатокутник (полігон), який може мати колір і текстуру. З'єднання групи таких полігонів дозволяє змоделювати практично будь-який об'єкт. Недолік полігонального моделювання полягає в тому, що всі об'єкти складаються з крихтих плоских поверхонь, а полігони повинні мати дуже малий розмір, інакше край об'єкта матиме огранений вид. Це означає, що якщо для об'єкта на сцені передбачається збільшення, його необхідно моделювати з великою кількістю полігонів (щільністю) навіть незважаючи на те, що більшість з них будуть зайвими [1].

Низькополігональна модель (Low-poly model) — тривимірна модель з малою кількістю полігонів. Тобто це моделі, які складаються з мінімального числа полігонів. При цьому їх кількості достатньо для візуального сприйняття одержуваного об'єкта [2]. Такі рішення мають поширення на мобільних платформах в ігровій індустрії в зв'язку з обмеженням продуктивності. Тобто такі моделі використовуються, коли в силу будь-яких обставин не потрібна висока деталізація.

Завдяки зростанню потужності процесорів і графічних адаптерів, в графічних програмах спостерігається перехід з полігонів на сплайни, і на даний момент вже існують програми, що абсолютно не містять підтримки полігонального моделювання. Проте, завдяки величезній популярності тривимірних ігор реального часу, полігональному моделюванню було віддано по заслугам. Але багатофункціональні засоби редагування полігонів поступово перетворюються в інструменти для роботи зі сплайнами.

Низькополігональних об'єкти мають в цілому досить примітивний незграбний вигляд, але коли раніше це було вимушеним заходом через низьку продуктивність техніки, тепер це швидше графічний прийом. Він використовується досить часто в різних сферах: рекламі, всіляких відеороликах різної спрямованості, в іграх для ПК, мобільних пристроїв і

в різних ігрових приставках. Найбільш популярними сучасними іграми, розробленими на основі низькополігонального моделювання, є Tunic (2019 р.), Bastion (2011 р.), Transistor (2014 р.) та інші. World of Warcraft, що випущена в 2004 році є, мабуть, найяскравішим прикладом низькополігональної гри, хоча б за рахунок своєї незгасаючої популярності. Вона розроблена ще в роки, коли технічно неможливо було створити багатокористувацьку гру з деталізованими моделями, навіть до 2018 року розробники зберегли стару «спрощену» стилістику. У грі Tunic моделі оточення, рослинності та ландшафту наймовірно прості і виглядають як звичайні рубані конструкції, але не дивлячись на це, зображення здається дуже цікавим і глибоким. Цей ефект досягається за рахунок грамотно підібраних кольорів, гри тіні і плям світла, вдалому фокусуванню.

Що стосується мобільних пристроїв, тут низькополігональне моделювання все ще частково є одною з основних технологій створення проєктів. Більшість мобільних платформ поки не мають достатньої продуктивності для роботи з реалістичною графікою, тому дизайнери часто йдуть або шляхом 2D-графіки, або використовують «лоу-полі» 3D-графіку.

Серед самостійних проєктів мультимедійних художників виділяється серія роликів російського дизайнера Микити Діакура (Nikita Diakur). Одним з найпопулярніших його роликів є робота «Fest» (2018 р.). Тут «лоу-полі» моделювання цілком і повністю є стилістичним прийомом, разом з усіма перешкодами, помилками анімації та іншими дефектами, які тут, як виявилось, і не дефекти зовсім. Поєднання грубої анімації, тремтливої невпадат камери, навмисно залишених на фінальному відео контролерів, разом з досить реалістичними освітленням і обробкою звуку — це все створює унікальний ефект. Проаналізувавши творчість цього художника, в якості висновку ми можемо сказати, що низькополігональне моделювання при грамотному підході легко може стати ключовим графічним прийомом, своєрідним стилістичним рішенням.

Китайська студія Nibanana створює в «лоу-полі» стилістиці велику кількість проєктів — заставки для телеканалів, музичні кліпи, візуальне оформлення концертних сцен і т. ін. В результаті аналізу однієї з найвідоміших робіт цієї студії, музичного кліпу «Нег» (2015 р.), ми можемо відзначити дуже різкий контраст у порівнянні з попередньою роботою. Це свідчить про те, що низькополігональна стилістика не припускає зацикленості на одному жанрі. При, здавалося б, досить обмежених коштах для візуалізації, у художників є великий розмах у творчому пошуку. Тут ми бачимо кардинально інший настрій і атмосферу ролика, що створюються за рахунок плавного руху камери, збалансованої колірної гами, синхронізації зображення з музикою і неспішного плавного руху об'єктів. Розглядаючи діяльність цієї студії, варто відзначити, що «лоу-полі» стилістика в повній мірі легко підходить як для особистих проєктів окремого художника, так і для об'ємних проєктів набагато більшого масштабу.

Ірландський аніматор Девід О`Рейлі є володарем багатьох нагород в області анімації та 3D-моделювання. Він використовує низькополігональне моделювання як основний графічний прийом для своїх робіт, в тому числі і

для знаменитого ролика «The External World» (2012 р.), а також кліпу гурту U2 «I'll Go Crazy If I'll not Go Crazy Tonight» (2009 р.). Для його робіт характерна жорстока сатира і чорний гумор. Це розвіює міф про те, що «лоу-полі» стилістика більше властива легким або звичайним сюжетам. Роботи О'Рейлі різко контрастують з переважною більшістю роликів, виконаних за допомогою нізкополігональних технологій, його творчості притаманні приглушені кольори, відповідні сюжетам, своєрідна композиція і звуковий супровід. Цинічна філософія сюжетів вже давно стала візитною карткою його творчості, виділяючи О'Рейлі серед сотень інших дизайнерів і 3D-аніматорів.

Всі ігри австралійської студії Hipster Whale виконані в приблизно одній стилістиці, і їх основною графічною мовою є якраз нарочито рубані ігрові моделі, прості настільки, що навіть не мають текстур. Мобільна гра «Crossy Road» є яскравим прикладом того, як грамотний дизайн з мінімальною кількістю візуальних засобів може виграшно виглядати на тлі навіть тих проєктів, які були оснащені більш деталізованою графікою. При поєднанні мінімалістичної стилістики і її підкреслення за рахунок статичної ортогональної камери, розробникам вдалося створити відчуття присутності, однак слід зазначити, що це ще й заслуга добре пропрацьованного звукового супроводу.

У якості висновку можна зазначити, що «лоу-полі» стилізація через роки все ще є актуальною, і, швидше за все, буде такою залишатися ще довгий час, незважаючи на ускладнення технологій і якісного натуралістичного моделювання, а також їх доступність для середньостатистичного розробника. Нізкополігональне моделювання, вже не є вимушеним шляхом створення графіки, а переростає в окремих стилістичний прийом, більше не обмежує, а розширює можливості дизайнера при створенні концептів об'ємного проєкту.

Література

1. Дж. Ли, Б. Уэр. Трёхмерная графика и анимация. — 2-е изд. — М.: Вильямс, 2002. — 640 с.
2. В. П. Иванов, А. С. Батраков. Трёхмерная компьютерная графика / Под ред. Г. М. Полищука. — М.: Радио и связь, 1995. — 224 с.
3. TerraininGames — детальний обзор технологий для рендеринга ландшафтов в движках 1997—2000 года [Електронний ресурс] - vtterrain.org. Режим доступу: <http://vtterrain.org/Games/>
4. Стаття «Анатомия игровых движков» [Електронний ресурс] - 3dnews.ru. Режим доступу: <https://3dnews.ru/183337>
5. Стаття «Технология создания 2d платформеров» [Электронный ресурс] - kychka-rc.ru. Режим доступу: <http://kychka-rc.ru/sfml/kak-sozdat-igru-zhanra-2d-platformer.html>
6. Стаття «Принципы Low-poly» [Електронний ресурс] – render.ru. Режим доступу: <https://render.ru/xen/threads/principy-low-poly/>

Використані ролики:

7. «Her», 2015, Hibanana Studio <https://vimeo.com/131323259>
8. «Fest», 2018, Никита Диакур (Nikita Diakur) <https://vimeo.com/257761642>
9. «Low Poly Planets», 2016, Francis Bièvre <https://vimeo.com/198052526>
10. «The External Worlds», 2010, David O'Reilly <https://vimeo.com/19723116>
11. «Crossy Road», 2014, Hipster Whale <https://vimeo.com/118609115>

НАПРЯМИ ДИЗАЙНУ ПЛАТФОРМЕРНИХ ІГОР ДЛЯ МОБІЛЬНИХ ПРИСТРОЇВ

Завданням даної роботи є аналіз сучасних платформерних ігор, відокремлення їх сильних та слабких сторін, виявлення характерних рис, унікальності дизайнерського рішення та інших факторів, які сприяли популярності цих проектів і визнанню серед користувачів мобільних платформ. Нами був переглянутий стан дизайну платформерних ігор, розроблених в період з 2009 по 2015 роки. Платформер — жанр ігор, основною рисою яких є стрибання по платформах, збір предметів, зазвичай необхідних для завершення рівня [1]. Оскільки платформер не є характерним жанром лише для мобільних ігор, у цій роботі також будуть розглянуті і декілька ігор на ПК, що мають схожу з мобільними іграми механіку.

Ми починаємо аналіз з гри американських розробників Moon Studios, що видали гру «Ori and the Blind Forest» (2015 р.), як з однієї з самих знакових у жанрі. Гравець управляє персонажем на ім'я Орі і її захищає дух на ім'я Сейн, за допомогою якого здійснюється атака на ворогів. В процесі гри можливості героя значно розширюються. Він вчиться дертися по стінах, пірнати у воду, парити у повітрі, здійснювати подвійні стрибки, відштовхувати від себе предмети та ворогів [3]. Таким чином, персонаж значно еволюціонує, створюючи сильний контраст між геймплеєм перших та останніх рівнів, і не даючи гравцю занудьгувати від однообразної гри. Ігрова карта, яка представляє собою різні ділянки лісу, завантажується цілком, тож гравець може йти куди хоче. Майже всі ігрові локації є різними частинами лісу, у дизайні карти переважають сині і зелені кольори, які змінюються через зміну ландшафту, часу доби або погодних умов. Варто також відмітити доволі реалістичну деталізацію локацій, яка створює контраст між майже фотореалістичними деревами або платформами, по яких стрибає герой, та самим героями та ворогами, що розроблені в відверто стилізованій манері. Глибока насиченість кольорів об'єктів на першому плані та їх розмитість на дальніх планах разом утворюють впевнену ілюзію повітряної перспективи і глибини зображення [5].

У мобільній грі Alto's Adventure від канадської інді-студії Snowman весь ігровий процес побудовано на їзді героя на ім'я Альто на сноуборді. З точки зору ігрової механіки, Alto's Adventure є типовим прикладом безкінечної гри-раннера, де гравець по мірі проходження виконує невеликі завдання, збирає монети, які є ігровою валютою для відкриття нових здібностей та героїв. Він живе доти, доки не зробить помилку, і гра починається з початку [2]. Дизайн локацій є дуже мінімалістичним, всі елементи залиті нюансним градієнтом. У дизайні оточення переважають прості форми, взагалі відсутні об'ємні об'єкти, однак не дивлячись на цю пласкість, гра дуже затягує, створюючи враження присутності за рахунок вдалого розташування джерела світла, утворюючи тим самим ефект реалістичності. Поєднання такого реалістичного освітлення локацій з простим, ніби вирізаним з кольорового паперу оточенням створило унікальний ефект чарівності і стало візитівкою гри [3].

Серія ігор Trine від фінської студії Frozenbyte може похизуватися аж трьома іграми, що свідчить про успіх серед гравців. Це мультиплеєрний платформер, в якому гравець керуючи трьома ігровими персонажами крадійкою Зоєю, чарівником Амадеєм та лицарем Понтієм вирішує головоломки та б'ється з ворогами [6]. В режимі для одного гравця користувач управляє лише одним героєм, та в будь-який момент може переключатися на інших двох. Для вирішення головоломок гравцю необхідно використовувати вміння кожного персонажа. Крадійка Зоя вміє дертися на стіни за допомогою свого крюка та в якості зброї використовує лук та стріли. Лицар Понтій використовує щит та меч і тому доволі ефективний у битвах. Чарівник Амадей за допомогою магії створює ящики та дошки, що допомагають при вирішенні головоломок. Trine має характерний для ігор жанру фентезі дизайн. У якості ігрової мапи в ній переважають інтер'єри середньовічного замку та екстер'єри у вигляді лісу та старовинних руїн. У грі дуже добре пророблене освітлення. Завдяки плямам світла та тіні створюється ілюзія глибини на справжності зображення, при доволі пласких моделях. У колірній гамі переважають насичені кольори, а локації дуже деталізовані, особливо контраст деталізації помітно після попередньої проаналізованої гри. Це обумовлено різністю платформ. Alto's Adventure орієнтована на мобільні пристрої, а серія Trine, в свою чергу, була розроблена для ПК та гральну консоль PlayStation [7].

Висновок. Платформерні ігри є актуальним жанром з досить різноманітними способами дизайнерського рішення. Вони є своєрідною «нестаріючою класикою» в ігровій сфері, яка може зацікавити не тільки ностальгуючу частину гравців, вона спроможна залучити і нову, молодшу, аудиторію, стираючи грань між старими та новими іграми. Розробники цього жанру ще раз ілюструють, що не дивлячись на зріст технологій, коли фотореалістичність в іграх вже нікого не дивує, «спрощений» дизайн все ще є актуальним. Більш того, через розповсюджений реалізм, що переважає в інших іграх, стилізованість набуває ще більшого шарму та унікальності.

Використана література:

1. Evolution of Platformers (англ.) // Retro Gamer : journal. — Live Publishing, 2013. — №85. — С. 66-75.
2. Alto's Adventure — [Електронний ресурс] — 2015. — Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.noodlecake.altosadventure&hl=ru>
3. Платформер Alto's Adventure получит сиквел Alto's Odyssey — [Електронний ресурс] — 2018. — Режим доступу: https://www.igromania.ru/news/73671/Platformer_Altos_Adventure_poluchit_sikvel_Altos_Odyssey.html
4. Ori and the Blind Forest — [Електронний ресурс] — 2015. — Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.noodlecake.altosadventure&hl=ru>
5. Деникин А. А. Могут ли видеоигры быть искусством? // Международный журнал исследований культуры, № 2(11), 2013. — М.: Эйдос, 2013, с. 90-96.
6. Trine — [Електронний ресурс] — 2009. — Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.noodlecake.altosadventure&hl=ru>
7. Мобильные игры // СНИР (Россия) : журнал. — 2013. — 18 апреля (№ 5 (170)). — С. 22-23.
8. Яблоков К. В. Исторические компьютерные игры как способ моделирования исторической информации // История и математика: Анализ и моделирование социально-исторических процессов / Ред. Малков С. Ю., Гринин Л. Е., Коротаев А. В. — М.: КомКнига/УРСС, 2007. С. 263-303.

БАГАТОФУНКЦІОНАЛЬНІ МЕБЛІ ДЛЯ ДИТЯЧОГО ЦЕНТРУ РОЗВИТКУ «MONTESSORI»

На сьогодні актуальність дитячих меблів значно зросла. І це не просто так, адже виховання дітей має відбуватися в належному середовищі. На думку дизайнерів і психологів, розвивати художнє та просторове мислення дитини треба з перших років. Крім того, на сприйняття навколишнього світу впливають не тільки будинок і батьки, а й навчальні заклади.

Меблі для центрів дошкільного навчання є важливою частиною інтер'єру закладу. Її треба вибирати з урахуванням обов'язкових ергономічних та техніко-експлуатаційних вимог. Адже діти повинні відчувати себе комфортно, використовуючи їх, ніщо не повинно загрожувати їхньому здоров'ю та безпеці. Вибір даної теми був заснований на виявленій проблемі — це відсутність багатофункціональних меблів у центрі дитячого розвитку «Montessori». В Україні більшість закладів дошкільного навчання облаштовують свої зони меблюю, яка є статичною та має лише ті звичні функції, які властиві столу та стільцю.

Дитячий центр розвитку «Montessori» є відомим в Україні та працює по методиці Марії Монтесорі. Педагог і вчений Марія Монтесорі започаткувала цю систему навчання понад 100 років тому. Основний принцип Монтесорі-педагогіки – спонукати дитину до самонавчання, самовиховання і саморозвитку [2].

У центрі створено середовище комфорту, гармонії та самореалізації. За методикою Монтесорі діти зобов'язані дотримуватися певних правил, але реалізований формат навчання дає дитині можливість розвиватися самостійно і сприяє формуванню здатності досягати поставлених цілей. Основною ідеєю цієї методики є створення спеціального життєвого середовища, наповненою цікавими і незвичайними об'єктами, які дитина може вивчати [2].

Дошкільний вік — це той час коли діти активно цікавляться предметним оточенням, зокрема, використовують меблі для організації ігрового середовища. У дошкільному віці дитина, освоюючи світ постійних речей, опановуючи вживанням все більшого числа предметів по їх функціональному призначенню і відчуваючи ціннісне ставлення до навколишнього предметного світу, з подивом відкриває для себе деяку відносність сталості речей [1]. При аналізі проблеми було визначено основне завдання проекту – привернути увагу та спонукати зацікавленість дитини до меблів, які мають багатофункціональні можливості.

Мета проекту — розробка дизайн-комплекту багатофункціональних меблів для ігрової та навчальної зон дитячого центру розвитку «Montessori»: визначення ідеї проектного рішення; опис моделі проектування; опис проектного рішення дизайну комплекту багатофункціональних меблів; ескізування та тестування концепцій проекту.

З урахуванням концепції розглянутого закладу, була сформована ідея проекту – розробка дизайн комплекту м'яких багатофункціональних меблів,

за допомогою якого можливо сприяти розвитку у дитини предметного та творчого мислення, здатність до конструювання.

На початковому етапі роботи була обрана модель проектування, а саме спіральна модель. У цій моделі процес роботи над проектом зображується у вигляді спіралі, яка, розпочавшись на етапі планування, розкручується з проходженням кожного наступного кроку. Спіральна модель особливу увагу приділяє ризикам, що впливають на організацію проекту. Кожен виток спіралі відповідає поетапній моделі створення частини системи, для якої уточнюються цілі та характеристики проекту. Ця модель дає можливість появи в процесі роботи нових вимог, або внесення корективів у будь-якому етапі [3].

Під час ескізування проектних рішень багатифункціональних меблів був проведений пошук форми та матеріалів. Формоутворюючим елементом каркасу послугувала форма шестикутника, а саме соти, адже використання форм природних мотивів на сьогодні є актуальним в проектному середовищі. А для поверхні пуфу була запропонована форма кулі, сфери. Куля – це форма з найменшою поверхнею, завдяки чому при найбільшому обсязі на її оболонку витрачається менше матеріалу, ніж на будь-яку іншу геометричну форму. Крім того, були виявлені особливості цієї форми:

- почуття захищеності;
- форма асоціюється з початковими знаннями людини про світ — пам'ять про лоно матері і її захисту в цей період;
- відсутність кутів, а значить відсутність напруги й перешкод;
- форма має на увазі рух, що дуже властиво дітям, які перебувають в активному стані більшу кількість часу [4].

У виборі матеріалів основний ухил був на екологічність, оскільки меблі розробляється для дітей. Було визначено, що найбезпечнішим матеріалом є ламінована фанера. Вона не виділяє шкідливих для організму речовин, адже діти більшою мірою піддаються негативному впливу токсинів. Ця властивість обраного матеріалу гарантує надійність при виготовленні зносостійких предметів [5].

В ході роботи було проведено тестування пропозицій з членами фокус-групи для визначення найкращої концепції дизайну меблів:

Перша концепція. Оскільки діти дошкільного віку більше підвладні рольовим іграм і їм стає цікаво, як все навколо них влаштовано, починає більш розвиватися образне і творче мислення у будь-яких їхніх діях. Розробка даного комплекту меблів направлена на вирішення цих потреб.

У комплект входять:

- столик, посеред котрого обертається куля(планета Земля);
- пуфики для сидіння.

Художньо-образне рішення запропоновано на основі образу планети Земля, яка обертається навколо своєї осі. У пуфі частина для сидіння має форму кулі, яка виготовлена з м'яких матеріалів (поролон, холофайбер та чохол з щільної тканини). Куля в столику зроблена також з м'яких матеріалів, та має вигляд планети Земля на якій дитина може вивчати країни та материки, котра обертається навколо осі, яка є стільницею.

Конструкція до обох об'єктів виготовлена з ламінованої вологостійкої фанери, яка має гарні показники міцності та зносостійкості.

Друга концепція. У комплект входять:

- столик з декількома рівнями;
- зіставні пуфики для сидіння.

Художньо-образне рішення запропоновано на основі образу квітки, бутон якої розкривається.

За основу формоутворення було взято конструкцію з ламінованої вологостійкої фанери, яка має гарні показники міцності та зносостійкості. Ця конструкція є зіставною для обох об'єктів з'єднання якої називається «паз у паз». Тобто дитина приклавши трохи зусиль може скласти каркас самостійно. Він має згладжені краї, що є травмобезпечним.

У пуфі складна частина для сидіння має форму кулі, яка виготовлена з м'яких матеріалів (поролон, хлорофайбер та чохол з щільної тканини). Форма легко знімається та може бути використаний для ігор. Верхня частина, а саме середина столу має округлу форму яка складається з декількох рівнів, вони обертаються та збираються коло у коло. Стіл має кругову стільницю.

У першій концепції посилання було більше на образне рішення та менше на функціональність продукту, в другій концепції навпаки – функціональність об'єктів меблів була більш розвинена. Тестування проводилось по критеріях: асоціація (на що схоже), символ (які виникають відчуття), взаємодія (що з цим предметом можна зробити). Результати цього дослідження допомогли виявити, що саме друга концепція є найкращою для розробки проекту, адже об'єкти меблів мають більше цікавих для дітей функцій – це збірка і розбирання конструкції, легке трансформування рівнів об'єкта. В процесі збірки конструкції з яких складається меблі дитина може розвивати свою творчу активність, логіку та мислення.

У даній роботі були розглянуті пропозиції щодо проектного рішення та завдань до нього – визначення ідеї проектного рішення, моделі проектування, опис проектного рішення дизайну комплекту багатофункціональних меблів, ескізування та тестування концепції. Була розглянута ідея, яка може вирішити проблему у розташуванні м'якої багатофункціональної меблів в центрі розвитку дошкільного навчання «Montessori». Надалі планується продовження роботи над даною темою багатофункціональних меблів для дітей дошкільного віку, більш детальне вивчення технологічних особливостей виробництва та удосконалення дизайну.

Література:

1. Мухина В. С. Возрастная психология. Феноменология развития / В.С. Мухина. — Москва: Академия, 2006. — 608 с.
2. Дмитриева, В.Г. Методика раннего развития Марии Монтессори. От 6 месяцев до 6 лет / В.Г. Дмитриева. — Москва: Издательство Эксмо, 2015. — 224с.
3. Берг Д. Б. Модели жизненного цикла / Берг Д. Б. Ульянова Е. А. Добряк П. В. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014.
4. Новиков Д. Сакральная геометрия. Влияние формы на человека и пространство. [Электронный ресурс] / Д. Новиков // URL: http://novikov-architect.ru/sacral-arch_vliyanie_formi_2.htm
5. Покагаев В.П. Дизайнер-конструктор. / В.П. Покагаев. — Ростов н/Д: Феникс, 2006. — 384 с.

РОЗВИТОК ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В США В 30-60-Х РОКАХ ХХ СТ.

Якщо розглядати історію становлення й розвитку візуальних комунікацій, починаючи з кінця XIX та протягом усього ХХ ст., слід визнати, що особливе й дуже значуще місце у цьому процесі належить графічному дизайну Сполучених Штатів Америки як найбільш яскравому художньому явищу глобального масштабу. Дизайнери-графіки США зробили значний внесок у розвиток багатьох напрямів сучасного графічного дизайну.

У 1930 році ілюстратори Альберто Варгас і Джордж Петті створювали малюнки кокетливих дівчат, призначені для прикрашання гаражів і подібних місць (для приколювання на стіну за допомогою булавки). Це й дало назву стилю «rip-up» (з англійської «приколувати»). Популярними на таких зображеннях стали ілюстрації з напівоголеними дівчатами. Вперше така ілюстрація була опублікована в журналі «Life» в 1930 році для привертання уваги читачької аудиторії. Незабаром така стратегія була застосована іншими ЗМІ. Найбільш визначними ілюстраторами у цьому жарі на той час були Говард Крісті, Джордж Петті, Альберто Варгас, Білл Рендел, Рольф Армстронг та інші.

Зображення «пін-ап» отримали найбільшу популярність у 1940-ві роки, в період Другої світової війни. Воєнні літаки, танки почали розмальовувати зображеннями дівчат з обкладинок. Власне, саме з 1940-х років термін «пін-ап» став загальноживим. Техніка створення ілюстрації полягала в тому, що спочатку робили фото моделі в необхідній позі, а потім на основі цієї фотографії робили ілюстрацію, роблячи зміни, що додавали дівчині сексуальності.

У 1950-ті роки зображення «пін-ап» набули більш еротичного характеру. Дівчат з плакатів тепер можна було побачити в купальних костюмах, спідній білизні, або оголеними, прикритими якимось аксесуаром, наприклад, квітами або бантами. Популярними були пін-ап календарі. До 60-х років ХХ ст. культура «пін-ап» була досить строго регламентована. В солідних виданнях важливими вважалися недовомленість, натяк на еротизм. Одним із найбільш яскравих представників жанру «пін-ап» того часу вважається Гіл Елвґрен — засновник стилю Coca-Cola. Він був одним з найбільш успішних ілюстраторів ХХ ст., який зумів вивести американську графіку на новий рівень. Він намалював ілюстрації для багатьох промислових гігантів того часу. Вважається, що саме Елвґрен вигадав прийом «заскочити зненацька миловиду дівчину в пікантній ситуації» [1]

В кінці 1950-х років в умовах американського «суспільства споживання» виникає напрям, що отримав назву «поп-арт». Прихильники поп-арту намагалися створити «антимистецтво», орієнтуючись на цивілізацію споживання, на звичайні предмети, які виготовляються масово. Художники поп-арту зверталися до навмисно кітчевих і яскравих тем, таких як реклама, комікси, зірки кіно і шоу-бізнесу, рок-н-рол, і вирішували ці теми в яскравій і свідомо кітчевій манері. Але безперечно батьком поп-арту вважається Енді Уорхол. Успіх до Уорхола прийшов 1950 року після успішного оформлення реклами взуттєвої компанії. У 1956 році він отримав почесний приз «Клуба худож-

ніх редакторів». Маловідомо, що свою кар'єру Е. Уорхол почав з роботи в рекламі. Він регулярно оформлював вітрини, малював рекламні плакати й працював над рекламою Coca-Cola. Так Енді став популярним рекламистом, його статки в середині 50-х рр. сягнули 100 тисяч доларів на рік, що на той час було фантастичним для рекламщика й художника [2].

1960-ті рр. — надзвичайний період в історії ХХ сторіччя. В ці роки в масовій свідомості утвердився культ молодості. Зміна в світогляді й стилі життя, субкультура хіпі створили атмосферу «бунтарських 60-х», яка мала значний вплив як на мистецтво, так і на дизайн. Серед важливих подій другої половини ХХ ст. поява художньої течії, що отримала назву «оп-арт». Оп-арт (від англійського *op-art* — скорочений варіант від *optical art* — оптичне мистецтво) використовувало різні зорові ілюзії, які базувалися на особливостях сприйняття плоских та просторових фігур [4]. У творах оп-арту поєднуються ілюзорне та реальне, за рахунок цього виявляється певний вплив на глядача, змінюється атмосфера навколо нього. Напрямок оп-арту в живопису був популярним у 1960-х роках, хоча й не набув такого визнання, як поп-арт. При цьому оп-арт значною мірою вплинув на різні сфери дизайну. Дизайнери надихалися творами оп-арту, знаходячи у використанні зорових ілюзій велику кількість різноманітних ідей формоутворення.

В середині 1960-х років оп-арт знайшов широке застосування у дизайні. Дизайнери звернули увагу не тільки на шокуючий ефект, який справляли твори оп-арту на глядачів, але й на те, що зорові ілюзії можливо використовувати для візуальної зміни форми, поверхні об'єкту, надання йому нової пластичності не змінюючи при цьому його конструкції. Оптичні ілюзії, які ідеально відтворювалися типографськими засобами, застосовувалися в графічному дизайні для оформлення рекламних плакатів, афіш, обкладинок книжок і платівок, шпалер, логотипів, в яких почали використовувати оптичні ілюзії або хоча б повторюваний малюнок з кіл та смужок [3].

Висновки. Перша половина ХХ сторіччя відзначилася бурхливим розвитком дизайну, який вийшов на рівень повноправного партнера у виробництві й просуванні товарів на ринку. Видатні дизайнери намагалися поєднати красу та доцільність, технічність та естетичність орієнтуючись не на елітарну частину суспільства, а на масового споживача, спочатку спустивши високохудожні засоби до його рівня, а потім піднявши їх до рівня мистецтва.

Література:

1. Гурова Е.А. Предпосылки и возникновение графического дизайна в США. Вестник СПГУТД. Науч. журнал. Серия 2. «Искусствоведение». Филологические науки: СПГУТД, 2011. № 2. С. 13–17.
2. Гурова Е.А. Развитие американской рекламы и ее влияние на формы массовой визуальной коммуникации / МГХПА им. С. Г. Строганова. Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА, 2011. № 4–2. С 136–144.
3. Лаврентьев А.Н. История дизайна. Учебное пособие. М.: Гардарики, 2007. 303 с.
4. Мосин И.Г. Мировое искусство. Оптические иллюзии в живописи и графике. СПб.: Кристалл, 2007. 176 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТНОГО РІШЕННЯ — РЕДИЗАЙН АЛЬМАНАХУ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ «ЗООКОНТРОЛЬ»

На сьогоднішній день тема гуманного поводження з тваринами є безумовно актуальною, це обумовлюється тим, що наявність на території населеного пункту великої кількості безпритульних тварин призводить до погіршення санітарно-епідеміологічного стану, становить небезпеку для здоров'я людей та жорстокого поводження з ними. Громадська організація «ЗооКонтроль» надає послуги з регулювання чисельності безпритульних тварин гуманними методами відповідно до Закону України «Про захист тварин від жорстокого поводження» [1]. До цієї проблеми треба привертати увагу суспільства. Методи і засоби графічного дизайну — найефективніші у цій справі [2]. Щоб діяти ефективно, завжди бути на вершині успіху, потрібно йти в ногу з часом. Альманах організації розповсюджують вже декілька років, тож керівництвом організації було прийнято рішення оновити видання, провести редизайн.

Мета роботи — сформулювати, описати та обґрунтувати проектне рішення редизайну альманаху громадської організації «ЗооКонтроль».

Задля досягнення мети були поставлені певні задачі, а саме: згенерувати ідею дизайну альманаху громадської організації «ЗооКонтроль», сформулювати декілька концепцій та обрати одну, провести тестування зразків варіантів дизайн-пропозицій на умовній експертній групі, обрати модель проектування.

Розробка дизайн-пропозиції включала низку послідовних етапів та потребувала якісного та вчасного виконання кожного з них.

Під час огляду та вивчення інформації щодо поліграфічної продукції, яка рекламує діяльність зоозахисних організацій, аналізу аналогічних продуктів графічного дизайну в обраному сегменті, була сформульована ідея щодо створення власного продукту — редизайну альманаху громадської організації «ЗооКонтроль».

Ідея розробки редизайну альманаху громадської організації «ЗооКонтроль» — підкреслити місію діяльності організації. Місія громадської організації «ЗооКонтроль» — докласти зусиль щодо гуманного регулювання чисельності безпритульних тварин на території України, шляхом відлова, стерилізації та кліпсування, антирабічної вакцинації та повернення до місця мешкання. [1] Також ідея полягає в тому, щоб засобами дизайну підкреслити правомірність діяльності організації та провести аналогію із зоополіцією.

Після того, як згенерована ідея була схвалена замовником, були сформовані три концепції редизайну альманаху громадської організації «ЗооКонтроль»: «Любимо Україну. Працюємо для людей. Керуємося законом», «Дозволь нам бути здоровими!», «Захисти братів наших менших. Захисти себе. Захисти Україну!» Було прийняте рішення надати перевагу концепції «Любимо Україну. Працюємо для людей. Керуємося законом». Реалізація такої концепції дизайну зможе у повній мірі відобразити місію громадської організації «ЗооКонтроль» та донести її до цільового споживача.

Після формування концепції редизайну альманаху «ЗооКонтроль», було проведене тестування зразків варіантів дизайн-пропозицій на умовній експертній групі цільових споживачів, сформованої зі студентів 4 курсу спеціалізації Графічний дизайн.

При проведенні нестандартизованого опитування виявлено ставлення експертної групи до зразків варіантів пропозицій щодо редизайну, які базувалися на отримані певного емоційного впливу від концепції дизайну альманаху громадської організації «ЗооКонтроль», а саме — патріотичне піднесення, відчуття захищеності, етичність, моральність, екологічність, відчуття належності до певної соціальної групи.

Узгодження експертних думок було зроблено на основі середньої оцінки. Результати опитування показали, що всі експертні оцінки були вище зони середніх значень — у порівнянні з результатами аналізу «аналогів», який було здійснено під час проектної практики. Аналіз дав змогу прийти до висновку, що зразки пропозицій дизайну, що виражають обрану концепцію редизайну, повністю забезпечують належний рівень емоційного впливу на цільового споживача.

Для реалізації проекту — редизайну альманаху громадської організації «ЗооКонтроль» — була обрана каскадна модель.

Переваги каскадної моделі проектування — в чіткій послідовності виконання кожного з етапів роботи. Ця модель проектування сприяла підвищенню ефективності розробки дизайну альманаху «ЗооКонтроль» тому, що вся робота над цим проектом здійснюється віддалено, існує чітка концепція створюваного продукту, яка узгоджена із замовником, а створення продукту може бути побудоване на чіткій послідовності виконання етапів роботи. [3]

Висновки. Проведене дослідження дало змогу отримати повноцінне уявлення про майбутній продукт та перейти до реалізації дизайн-рішення. У подальшому передбачено реалізувати сформовану концепцію у вигляді дизайн-рішення альманаху громадської організації «ЗооКонтроль».

Література:

1. Комерційна пропозиція громадської організації «ЗооКонтроль». URL: <https://www.facebook.com/zookontrol.i.ua/> (дата звернення: 08.04.2019)
2. Бейрут М. Теперь вы это видите. И другие эссе по дизайну. / Майкл Бейрут; пер. с англ.: А. Токарев — М.: Манн, Иванов, Фербер, 2019. — 320 с.
3. Браун Т. Дизайн мышление в бизнесе. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей. / Тим Браун; пер. с англ.: В. Хозинский — М.: Манн, Иванов, Фербер, 2018. — 260 с.
4. Роэм Д. Визуальное мышление. Как «продавать» свои идеи при помощи визуальных образов. /Дэн Роэм; пер. с англ.: О. Медведь — М.: Манн, Иванов, Фербер, Эксмо, 2013. — 300 с.
5. Хёрф С. Как создать продукт, который полюбят. /Скотт Хёрф; пер. с англ. И. Айзатулова — М.: Манн, Иванов, Фербер, 2019. — 350 с.
6. Эдсон Д. Уроки дизайна от Apple. /Джон Эдсон; пер. с англ. Д. Кириенко — М.: Манн, Иванов, Фербер, 2013. — 240 с.

ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ ВЕСІЛЬНОГО ВБРАННЯ

На сучасному костюмі та змінах, яких він зазнає відображається глобалізація суспільства та процеси, що відбуваються у світовій моді. Весільне вбрання є сакральним об'єктом моди. Воно налічує близько двохсот років історії та зазнало за цей час значних змін відповідно різним релігійним віруванням народів та епохам.

Традиційна весільна сукня не завжди була такою, як сьогодні; з плином часу змінювались вподобання та мода, а разом з ними — колір, крій, фасон вбрання. Білий колір також не завжди вважався класичним у виборі весільної сукні.

Для східних країн традиційним кольором весільної сукні був червоний, в середньовічній Європі також надавали перевагу насиченим урочистим кольорам — зеленому, червоному, золотому. Під час розквіту стилю ампір розповсюдженими стали сукні лимонних, блакитних, рожевих та кремових відтінків, рідше зустрічалися білі варіанти. У XVII столітті в моду ввійшов чорний колір, саме тому на портретах того часу можна побачити наречених у вишуканих чорних сукнях, пишно прикрашених золотом. Венеційські дами вищого стану майже до кінця XVII століття вважали чорний колір найбільш вишуканим, тому обирали саме його для своїх весільних суконь, траурним він став вважатись наприкінці XVIII століття та цей звичай залишився в Європі й до сьогодні.

Існує кілька версій того, хто саме ввів моду на білі весільні сукні.

За однією з них білосніжне весільне вбрання Анни Австрійської було неперевершеним, саме тому всі світські дами Франції, а згодом й всієї Європи, стали наслідувати її в виборі кольору весільної сукні.

За іншою версією, моду на білу весільну сукню ввела королева Вікторія в середині XVII століття. В будь-якому випадку білий колір весільної сукні згодом став традиційним, як символ чистоти та невинності нареченої.

За третьою версією вважається, що першою білою весільною сукнею стала сукня, пошита для весілля принцеси Мюра. Сукня мала високу лінію талії та вільно струїлась навколо стрункого тіла. Родичка Наполеона, принцеса Мюра, стала неперевершеною нареченою в білому та започаткувала моду на цей колір для весільної сукні.

Білий колір пройшов довгий шлях до того, щоб стати традиційним весільним кольором. Проте XXI сторіччя внесло свої корективи в історію — на подіумах можна побачити весільні сукні кольору слонової кістки та варіації в інших відтінках. Дизайнери експериментують з образом нареченої та роблять його більш оригінальним, але білий колір був та залишається класичним.

Фасон весільних суконь також зазнав чимало змін відповідно до різних історичних епох та притаманним їм уявленням про красу.

В Стародавній Греції наречену вдягали в довгу легку сукню з застілками на плечах, що мала назву “пепос”. В Стародавньому Римі вбрання було

більш строгим, драпірувалось рівними складками. В епоху Середньовіччя сукні робили з цупких тканин, що повністю приховували обриси фігури.

В епоху Відродження весільне вбрання знову почало враховувати пропорції тіла та його природні форми. Особливості жіночої фігури підкреслюються сукнею — ліф по фігурі, а спідниця розходить донизу м'якими клинами. Через століття, в епоху рококо, крій став складнішим, з'явилась велика кількість деталей. Сукні прикрашали мереживом, квітами, стрічками.

Наприкінці XVIII- на початку XIX століть стиль ампір повернув у моду античну строгість форм. В моді були сукні по фігурі, з завищеною лінією талії, з тонких тканин. В середині XIX сторіччя в моду знову повернувся кринолін. Сукні прикрашають мереживом, бантами та рюшами. Пізніше в моду ввійшли весільні сукні з мережива з терном в стилі модерн. Світові війни серйозно вплинули на весільну моду. На початку XX століття жінки все ще носили корсети, тому сукні мали підкреслено жіночний силует. 1920-ті роки вплинули на весільне вбрання - з них зникли корсети та сукні стали підкреслювати природність жіночої фігури. Також з'явились варіанти вкорочених весільних суконь. В 1930-х головним еталоном модних тенденцій стає кінематограф. Золота епоха Голівуда надихає жінок на ідеальний крій, елегантність ліній, пишний декор та вишукані аксесуари. В 1950-х жінки обирали між силуетом New Look, створеним Крістіаном Діором та класичним вбранням в стилі Грейс Келлі. В 1960-х наречені обирають прями сукні в поєднанні з довгими рукавичками та пишною фатою. В 1970-х головною тенденцією було різноманіття стилей та варіацій весільних вбрань — від нарядів хіпі, до брючних костюмів. Знаковою подією для 1980-х стало весілля принца Чарльза та Діани Спенсер, що визначила моду десятиріччя. Наречені обирали романтичні сукні з пишною спідницею та довгим шлейфом, прикрашені мереживом, рюшами та бантами. В 90-ті роки популярними були мінімалістичні сукні без декору. У 2000-их роках в модні були корсетні сукні без бретелей.

Щороку провідні дизайнери світу дивують громадськість новими варіантами весільних суконь, адже весільне вбрання — невід'ємна частина життя кожної жінки хоча б раз у житті. Покази високої моди завжди є втіленням ідеї автора про ідеальний модний образ та традиційно вони завершуються виходом моделі в весільному вбранні, яке є вінцем дизайнерської ідеї. Незвичайний образ нареченої на подіумі не завжди призначений для його використання в якості прототипу в реальному житті, проте здатний привернути до себе увагу сміливістю рішення, новим авторським баченням та ідеєю.

В останні роки багато сучасних наречених прагнуть відійти від традиційного образу, водночас гармонійно вписати його в контекст задуманої весільної церемонії.

Сучасна весільна мода дає нареченій право вибору — традиційні моделі або оригінальні, ексклюзивні рішення та фасони. Нові сміливі рішення є символом сучасного весільного образу, вільного від кліше та умовностей. Це дає можливість обрати власне бачення підвінечного вбрання, враховуючи не лише традиції, а й індивідуальність.

Класичні моделі весільних суконь втрачають свою популярність та не знаходять прихильності в поціновувачів моди. Саме тому створення не стандартного, інноваційного весільного вбрання є основним етапом розвитку весільної моди та актуальним дослідницьким напрямком в області художнього проектування одягу.

., 4 , . « », , : . , .

ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ ОСВІТИ

У сучасному суспільстві освіта стала однією з найбільших сфер людської діяльності. Вона розглядається як головний, провідний фактор соціального, політичного та економічного прогресу. На сьогодні вітчизняна освіта має ряд недоліків, які заважають формуванню якісної системи навчання та виховання. Для забезпечення випереджального розвитку загальної середньої та спеціальної вищої освіти державна освітня політика має ввести у навчальний процес певні нововведення.

Педагогічній діяльності завжди була властива інноваційність як найважливіша характеристика, що відображає процес розвитку педагогічної науки та практики. Саме інновації сьогодні покликані гармонізувати відносини в освітньому процесі, привести його результати у відповідність до вимог суспільства й індивідуальних потреб людини, вирішити проблеми формування соціальнокорисної та успішної особистості. Педагогічні інновації характеризуються новизною, спрямованою на якісне покращення навчального процесу та відображаються в удосконалених або нових системах, складових освітнього процесу (меті, змісті, структурі, формах, методах, засобах, результатах), технологіях (дидактичних, виховних, управлінських), наукових та науково-методичних розробках, інформаційно-комунікаційній техніці для закладів й установ освіти, що регламентують діяльність навчальних закладів та їх відносини з іншими інституціями [1]. Таким чином, сучасна інноваційна спрямованість педагогічної діяльності є закономірним, соціально й історично зумовленим етапом розвитку вітчизняної освіти.

Термін «інновація» має різноманітне тлумачення. Деякі науковці трактують педагогічні нововведення (Т. Бельчева, Ю. Краснобокий, В. Мішкурова, М. Пашенко, В. Лапін, В. Онушкін) як процес створення, розповсюдження та використання нових засобів. Інша плеяда вчених (М. Окса, А. Васильєв, Л. Буркова) тлумачать їх як результат діяльності, процес створення нового. На думку І. Дичківської: «Інновація — це нововведення, зміна, оновлення; новий підхід, створення якісно нового, використання відомого в інших цілях» [2]. Можна зробити висновок, що інновація - це цілеспрямована зміна, що вносить в освітнє середовище стабільні елементи (нововведення), що поліпшують характеристики окремих частин, компонентів і самої освітньої системи в цілому.

Педагогічні нововведення можуть здійснюватися як за рахунок власних ресурсів освітньої системи (інтенсивний шлях розвитку), так і за

рахунок залучення додаткових потужностей (інвестицій) — нових засобів, обладнання, технологій, капітальних вкладень тощо (екстенсивний шлях розвитку). З'єднання інтенсивного й екстенсивного шляхів розвитку педагогічних систем дозволяє здійснювати так звані «інтегровані інновації», які будуються на стику різнопланових, різнорівневих педагогічних підсистем та їх компонентів. При такому підході інновації стануть усвідомленими перетвореннями, які підвищать загальну дієвість навчальної системи.

Основними тенденціями інноваційних перетворень в педагогіці є:

- інтеграція освітніх можливостей предметів навчального плану в рішення задач навчання, виховання та загального розвитку учнів (формування компетенцій);
- перехід до блокової побудови навчальних планів з великим вибором елективних курсів, рейтинговою системою оцінки знань (кількісною системою «залікових одиниць»), широким спектром можливостей для самостійної поглибленої професійної спеціалізації;
- впровадження в освітній процес відкритих систем навчання, що забезпечують підготовку учнів за індивідуальними програмами;
- активне використання в навчально-виховному процесі інноваційних освітніх технологій.

Найчастіше інноваційною називають гуманістичну педагогіку: вона не вимагає зовнішньої перебудови педагогічної системи; ефект підвищеного навчально-виховного впливу досягається за рахунок внутрішньої перебудови системи. У гуманістичній парадигмі освіти ключовою є така ідея: сучасна освіта покликана, перш за все, зберегти унікальність особистості й направити її розвиток на формування успішної особистості. Це можливо лише в умовах пристосування освітніх систем до особливостей кожної людини [3].

Після аналізу педагогічної літератури та результатів вивчення педагогічного досвіду можна зробити висновок, що навчальним закладам притаманні проблеми, які знижують ефективність нововведень в систему освіти:

- формалізація інноваційної діяльності, що виявляється в надмірному захопленні зовнішньою стороною нововведення;
- слабкий зв'язок інноваційної діяльності з соціальним оточенням школи, слабка орієнтація на суспільну користь;
- протиріччя між гуманістичною спрямованістю сучасних інноваційних ідей і застарілою нормативно-репресивною системою управління їх реалізації;
- низький рівень професійної експертизи та апробації нововведень;
- недостатній рівень професійної компетентності педагогів, що впроваджують нові ідеї, технології;
- низька мотивація інноваційної діяльності, відсутність творчого середовища.

Узагальнюючи матеріали науковців та вчених, можна виділити ряд умов успішності інновацій у сфері освіти:

- впорядкування діяльності, спрямованої на розроблення, експертизу та впровадження інновацій в рамках здійснюваного в школі єдиного інноваційного процесу;
- управління інноваційним процесом, що забезпечує розвиток школи;

- підвищення професійної компетентності педагогів;
- створення в школі атмосфери творчості, підтримка колективних та індивідуальних ініціатив у висуванні нових ідей, в розробці та впровадженні інновацій;
- гуманізація відносин в освітньому процесі.

Список використаних джерел

1. Концепція інноваційного розвитку загальноосвітнього навчального закладу: рукопис. — К.: Лабораторія педагогічних інновацій Інституту педагогіки НАПН України. — 36 с.
2. Котлярова І. О. Педагогічна інноватика / І. О. Котлярова. — К.: ЮУрГУ, 2003. — 78 с.
3. Куган Б. А. Управління освітньою системою: взаємодія суб'єктів регіонального та муніципального рівнів / Б. А. Куган, Г. М. Серіков. — М.: ВЛАДОС, 2002. — 632 с.
4. Лазарев В. С. Управління інноваціями в школі / В. С. Лазарев. — М.: Центр пед. Освіти, 2008. — 352 с.

., 5 , . « », . : , , .

МЕТОДИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НА СПОЖИВАЧА

Головною особливістю сучасних технологій рекламування є вплив на підсвідомість людини. Фахівці з психології стверджують, що причини ефективності таких технологій криються в тому, що лише 3% діяльності людини контролює свідомість, а решту 97% — підсвідомість. Проблема соціальних впливів у психології реклами як галузі наукового знання вкрай актуальна, адже будь-який вплив передбачає зміну свідомості людини, є перешкодою для вільного вибору.

На сьогоднішній день рекламна індустрія проникла в усі сфери життя. Практично неможливо уявити собі картину сучасного світу без її втручання. Реклама як явище, що регулює взаємини різних соціальних груп, не може зникнути, бо вона є невід'ємною функцією суспільства [2]. Психологічний вплив рекламної інформації проявляється у процесах переосмислення різноманітних повідомлень — емоціях, думках, можливих рішеннях, що впливає на поведінкові реакції покупця. В процесі переробки наданої маркетингової інформації активно проявляється особистісне ставлення людини до неї: прийняття або відторгнення [1].

Поведінка та сприйняття людиною навколишньої інформації формується з комплексу подразників в певний момент. На процес поведінки людини в рекламному середовищі впливають як зовнішні фактори, так і внутрішні. У процесі здійснення рекламної комунікації можна виділити ряд методів психологічного впливу, які в тій чи іншій мірі використовуються творцями реклами:

- переконання як вид впливу через раціональні мотиви;
- психоаналітичний метод;
- метод навіювання;

- еріксонівський гіпноз;
- нейролінгвістичне програмування;
- лінгвістичне маніпулювання.

Найчастіше в сучасній рекламі використовується метод переконання, складовими якого є активація раціонального мислення та використання раціональних мотивів. Також використовуються логічні докази:

- унікальність торгової пропозиції або об'єкта (товару);
- позитивні думки авторитетних людей і фахівців;
- відгуки реальних споживачів рекламованого продукту;
- результати наукових досліджень;
- дані про випробування;
- перебільшення;
- порівняння позитивних сторін товару з вадами конкурентів;
- демонстрація продукту в дії тощо.

Психоаналітичний метод рекламного впливу ґрунтується на основних теоріях і твердженнях сфери науки психоаналізу. Основний акцент робиться на підсвідомому вподобанні запропонованого продукту.

Навіювання здійснюється з метою створення певних станів людини чи її спонукань до певних дій. Мета даного метода — вплив на почуття, волю й розум особистості. Сила впливу багато в чому залежить від наочності, доступності та логічності інформації, а також від авторитету сугестора (джерела навіювання). В рекламній практиці використовуються наступні основні прийоми сугестії: конкретність й образність слів, якостей, уникнення негативних частинок «ні» й «не», мовна динаміка, вплив звукосполученнями.

Головна сутність еріксоновського гіпнозу виражена в тому, що створюється недирективний (відсутність наказів) напрямок розумової активності споживача інформації, минаючи його свідомість. В ході комунікації з партнером по спілкуванню встановлюється зв'язок. За допомогою подібних мовних стратегій можна отримати результат (наказ виконується) і не отримувати свідомого опору команди. Міцне відкладення в пам'яті явних речей становить суть латерального програмування психіки. Людина часто втрачає здатність критично оцінити ситуацію при наданні переконливої інформації, яка не потребує дійсного підтвердження. Латеральне програмування впливає на поведінку людини безпосередньо, тобто оминаючи її свідомість і волю. Основні речі в різноманітних висловлюваннях залишаються поза межами сенсу речення та приймаються слухачами як щось добре відоме. Існує другий план в висловлюваннях, який не сприймається та не усвідомлюється особистістю, але одночасно до основної теми розмови вона ставиться суб'єктивно, погоджуючись або не погоджуючись зі співрозмовником. Виділяють кілька технік еріксоновського гіпнозу: трюїзм, ілюзія вибору, припущення, прихована в питанні команда, використання протилежностей, повний вибір тощо.

Американські дослідники методу нейролінгвістичного програмування Р. Бендлер, Д. Гріндер, Д. Лаваль, Ф. Пьюселік стверджують, що інформацію про навколишнє середовище ми отримуємо за допомогою рецепторів почуттів. В процесі пізнання вона піддається різним нейрологічним і лінгвістичним

трансформаціям [3]. Тобто в методі описується вплив на поведінку людини за допомогою управління нервово-психологічними процесами. Описаний вплив виражається у вигляді програми, яка формується під час «зчитування» інформації з об'єкта шляхом оцінки його мовної поведінки, жестикуляції, голосових проявів, руху очей, дихання тощо.

Таким чином, підосновою маркетингових методів впливу на споживача є психологічний вплив, обумовлений зміною поведінки особистості [2]. Рекламні повідомлення перестали бути просто джерелом інформації про товари та послуги. Психологи вважають, що рекламна індустрія — найпотужніший засіб впливу на масову свідомість. Адже техніка переконання створює лише ілюзію вільного вибору, нав'язуючи цілком певні стереотипи, стандарти і цінності.

Список використаних джерел

1. Смирнов В. Формування цінностей свідомості людини в інформаційному полі реклами / В. Смирнов. — К.: Гуманітарні та соціальні науки №6, 2007.
2. Шуванов В. І. Психологія реклами: навчальний посібник для вузів / В. І. Шуванов. — К.: Фенікс, 2005. — 315 с.
3. Ричард Б. Мистецтво переконання [Електронний ресурс] / Б. Ричард, Д. ла Валь. — 2014. — Режим доступу: www.koob.ru/bandler_richard.

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДИЗАЙНІ ПРЕЗЕНТАЦІЙ ЯК ВПЛИВ НА ЕКОСВІДОМІСТЬ СУСПІЛЬСТВА

Обізнаність та свідомість молоді є одним з найголовніших показників розвитку суспільства. Рішення багатьох проблем залежить від уваги до самої проблеми, її усвідомлення і бажання вирішити. Це і є завдання соціуму, внести максимальну ясність в існування проблеми, її вагомість і наслідки.

Людство протягом усього свого існування постійно контактує з природою. Цілеспрямовані антропогенні дії на неї мають як позитивний, так і негативний вплив. Серед негативних наслідків останніх десятиліть, особливо це стосується науково-технічного прогресу, дедалі більшого розмаху набуває забруднення атмосфери, водоймищ, деградація ґрунтового покриву, знищення запасів біологічних ресурсів, порушення стабільності екологічних систем та багато інших [2, 3].

Відомо, що на планеті визначено 36 найважливіших глобальних проблем, що чекають на людство у XXI столітті. До першої десятки належать: зміни клімату, дефіцит питної води, знеліснення/опустелювання, забруднення прісних вод, низька якість управління, втрата біорізноманіття, зростання і міграція населення, зміна соціальних цінностей, утилізація відходів, забруднення повітря [1]. Щодо соціуму, то одні з головних проблем це: нерівність, неграмотність, бідність, безробіття і злочинність. Особливо відчутна проблема злочинності в слабо розвинених країнах. Ростуть конфлікти в суспільстві, виникає необхідність в охороні здоров'я для запобігання наркоманії та СНІДу. Так само є проблема в збереженні моральних і культурних цінностей суспільства.

Все це має руйнуючі наслідки для екосистеми світу та суспільства, а питання формування екологічної свідомості та екологічної культури набуває особливої актуальності. Розуміння екологічних наслідків різних конфліктів стимулюють людей до пошуку шляхів примирення, до проведення виваженої політики поводження з природою, і може стати фундаментом миру та якості життя на планеті.

У 1991 році в Україні організовано міжнародну виставку еко-плакатів «4-й Блок». З цього часу кожні три роки завдяки зусиллям багатьох однодумців, підтримці приватних і державних компаній, у Харкові проходить Міжнародна триеналле еко-плакатів, графіки та молодіжних еко-проектів. Експонати торкаються найболючіших екологічних та соціальних проблем людства. Плакат є таким видом графічного мистецтва, який виконує роль комунікатора між автором та глядачем, висвітлюючи глобальні екологічні та культурні проблеми та зміни людства. Ефектна та оригінальна подача соціальних плакатів має велике значення, бо завдяки цьому може залучити більше уваги людей.

У наш час, з'явилась така проблема, як «кліпове мислення», яке визначається пануванням властивого для молоді сприйняття інформації мозаїчно та фрагментарно засобами масової комунікації, саме через це такий простий графічний спосіб передачі інформації, як плакат буде легко запам'ятовуватись та залишати свій слід в умах. Також, збільшується інтерес до створення арт-просторів, які націлені на використання сучасних технологій, що сприяє появі нових можливостей у сфері мистецтва, таких як інсталяції, використання проєкторів, доповненої реальності тощо. Унікальність та сучасність творів мистецтва – ключ до уваги соціуму. Вони є вагомими критеріями успішного існування та поштовхом для збільшення ефективності впливу на свідомість молоді про екологічні та соціальні проблеми людства.

Список використаних джерел

1. М. М. Радевої, В.М. Коломієць. Екологія – філософія існування людства : зб. наук. праць / за заг. ред. Мелітополь : ТОВ «Колор Принт», 2018. 158 с.
2. Я. П. Скоробогатий [та ін.]. Основи екології : навколишнє середовище і техногенний вплив : підручник. Львів : Новий Світ, 2000, 2011. 221 с.
3. Шиделко А. В. Навчально-методичне видання з дисципліни : соціальні проблеми сучасного суспільства : курс лекцій для студентів гуманітарного факультету / Анна Володимирівна Шиделко. Львів : В-во УКУ, 2013. 67 с.
4. The 4th BLOCK : веб-сайт. URL : http://www.4block-design.org/?page_id=48.
5. Графический дизайн от идеи до воплощения: веб-сайт. URL: https://m.fictionbook.ru/author/yellen_lupton/graficheskiiy_dizayin_ot_idei_do_voplosheniya/
6. Порчайкина Н.В. Процесс проектирования пространственной среды как часть визуальной культуры / Н.В. Порчайкина. Декоративное искусство и предметно-пространственная среда : вестник МГХПУ : науч.-аналит. Сборник № 4. Москва, 2009. 179–186 с.
7. Порчайкина Н.В. К вопросу о классификации современных художественных выставок / Н.В. Порчайкина // Известия Алтайского государственного университета: журнал теоретич. и прикладн. исслед., выпуск 2/2 (70) : Барнаул, 2011. 185–188 с.
8. Conceptions of Space: Recent Acquisitions in Contemporary Architecture July 4–October 19, 2014 The Museum of Modern Art : веб-сайт. URL: <https://www.moma.org/calendar/exhibitions/1443>

ДИЗАЙН ТКАНИН ДЛЯ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ В ТЕХНІЦІ РУЧНОГО ТКАЦТВА

На сьогоднішній день створення одягу в техніці ручного ткацтва набуває великого попиту серед людей. На 2019 рік поширюється тенденція в індустрії моди по використанню абсолютно різних видів ручного мистецтва: в'язання, макраме, вишивки, печворку та особливо ткацтва. Все це можна побачити у різних модних показах - українських та світового рівня. Дизайнерські ручні ткани речі мають ряд переваг на відміну від тканин, виконаних виробничим шляхом, наприклад: унікальність виробу з точки зору композиції, оригінальність авторської техніки, фактурність, своєрідність та неповторність. Це дає змогу людині бути більш впевненою у собі, не бути схожим на інших, нести у маси свій стиль.

Художньо-ткацьке мистецтво має багатомісячну історію на українських землях. Воно використовувалося в різних цілях: в якості вбрання, оздоблення житла та з господарською метою. Тканині вироби виготовлялися переважно з натуральної пряжі - лляної, бавовняної, конопляної та вовняної. На Україні існувало два основних види ткацьких технік: човникова та перебірна. Орнамент човникової був значно простішим (поперечні смужки), а в перебірній мотивами слугували поперечні смуги, ромби, зірки, зображення стилізованих квітів, птахів тощо. Особу увагу привертала поясна виробу, такі як плахти, горбатки, запаски. Усі ці вироби мали своєрідний крій, а також орнаментацию та пов'язувалися поверх довгої сорочки тканим поясом.

Плахту носили жінки центральних та східних районів України. В різних місцевостях плахти мали свої технічні прийоми виготовлення, орнаментацию, колорит. Запаска - предмет жіночого одягу західних областей, що складається з двох частин прямокутної форми. Художній ефект тканин для цих виробів досягається ритмічним чергуванням поперечних різнокольорових смуг.

Також можна виділити тканий виріб, якому приділялась певна увага - пояс. Пояси різних районів мали свою ширину, довжину, орнаментацию та колірну розробку.

Стосовно жіночих головних уборів, найбільш вживаними були перемітки та хустки. Переміткою вважався святковий головний убір заміжніх жінок, що мав вигляд довгої тканини. Узори розташовувались переважно на її кінцях. В кожній місцевості пов'язування робилось своїм способом.

Нині ткацтво використовується для оздоблення різних видів одягу (піджаків, спідниць, штанів, суконь, сорочок, головних уборів). Воно може прикрашати речі як модульний елемент, наприклад у якості декоративної кишені, вставки в деталях одягу. Розміщення оздоблювальних елементів на одязі не має меж, все залежить від дизайнерської задумки автора.

Для створення різноманітних дизайнерських орнаментів, застосовують різні види ткацьких переплетень, найбільш розповсюдженими з яких є: полотняне, саржове, атласне, похідні полотняного (репс та рожекка) та жакардове. Окрім традиційних матеріалів, сучасні майстри використовують й нетрадиційні, такі як: хутро, пір'я, драти, металізовані нитки, мотузки,

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



1. Viktor&Rolf at Couture spring 2018; 2. Chanel winter 2019-20; 3-5. Viktor&Rolf at couture fall 2016; 6. Chanel winter 2017; 8. Loes Vanels 2018.

клаптя тканин, шкіру, денім, оксамит та інші, що дозволяють отримати фактурність та виразність виробу. Фактурність переплетення у виробі має своє естетичне значення, завдяки цьому прийому робота виглядає багатого, яскравою, цікавою та привертає до себе особливу увагу. Для виявлення більшої виразності, можна задіяти в процесі ткацтва різні по щільності та ширині матеріали, в результаті тканина матиме вигляд від ажурності до грубої ворсистого поверхні.

Отже дизайн виробів у техніці ручного ткацтва залежить від вибору матеріалів, технік переплетення, фантазії автора. Тканий виріб, виконаний ручним способом, дозволяє людині виділятися серед інших, тим самим привертаючи до себе увагу та захоплення.

, 1

ЛІНІЯ ЯК ХУДОЖНІЙ ІНСТРУМЕНТ У ТВОРЧОСТІ АННИ ЗВ'ЯГІНЦЕВОЇ

Постановка проблеми. Двадцять перше сторіччя стало полем для перспектив розвитку молодого українського мистецтва: протягом цього часу активно відкриваються прогресивні художні галереї, організовуються конкурси для митців до 35 років, виділяються премії та гранти на реалізацію творчих проєктів. Завдяки цьому було створене підґрунтя для виходу нового покоління митців на національну арену та відповідно України – на світову. Одною з яскравих фігур молоді вітчизняної культури є київська мисткиня Анна Зв'ягінцева. Сфера сучасного мистецтва України малодосліджена вітчизняною науковою спільнотою, саме тому так важливо своєчасно її опрацювати.

Мета статті – дослідити методи художньої практики Анни Зв'ягінцевої; виокремити ключовий елемент впливу робіт художниці на глядача; простежити наскрізну ідею творчості художниці на прикладі шести послідовних проєктів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Стаття спирається на публіцистичні матеріали українських онлайн-ресурсів, а саме: ArtinUkraine, Bird-InFlight, Я Галерея, Прямий – які є платформами для інтерпретацій Анни Зв'ягінцевої Катериною Яковленко, Євгенією Смірноюю та Павлом Гудімовим. У своїх статтях вони виклали аналіз проєктів художниці, що базується на власних роздумах та спілкуванні з мисткинею. Автори акцентували свою увагу на важливості лінії як основного інструменту Зв'ягінцевої та виокремили тему сліду як лейтмотив її творчості [3,4,5,6].

Виклад основного матеріалу дослідження. Анна Зв'ягінцева народилася в 1986 році в Дніпропетровську. Живе і працює в Києві. Зв'ягінцева навчалася в Національній академії образотворчого мистецтва та архітектури в Києві. Роботи Анни були представлені у таких інституціях і галереях як Національний художній музей України, ПінчукАртЦентр, Севастопольський художній музей імені Крошицького, Центр візуальної культури, Національний центр театрального мистецтва ім. Леся Курбаса, галерея Лабіринт (Люблін, Польща), галерея Арсенал (Білосток, Польща), Центр сучасного мистецтва «Замок Уяздовський» (Варшава, Польща), Музейний квартал (Вена), Лат-

війський центр сучасного мистецтва (Рига), Культурний центр Товассо 001 (Любляна, Словенія), Художня асоціація Баден Карлсруе (Німеччина), Музей сучасного мистецтва Лейпцигу (Німеччина) та ін.[2].

Анна Звягінцева взяла участь у виставці Українського павільйону «Надія!» на 56-й Венеційській бієнале та у Київських бієнале «Київська школа» (2015) та «Київський Інтернаціонал» (2017). Вона фіналістка Конкурсу для молодих українських художників МУХІ 2010, фіналістка премії ПінчукАрт у 2013 році; у 2017 році здобула головний приз зазначеної премії, у 2015 р. – Спеціальну премію та Приз глядацьких симпатій; у 2018 році вона потрапила до шортлисту FutureGenerationArtPrize та у рамках цього конкурсу представила свою роботу у ПінчукАртЦентр у 2019 році. Таким чином, Анна Звягінцева є активною художньою діячкою, яка щорічно збагачує фонд української культури своїми проектами.

У своїй творчості Анна Звягінцева досліджує повсякденне життя, обираючи темами робіт рутинні справи та дії людини. Вона фіксує невлітими миті оточення та демонструє їх крихкість та значимість водночас. Основний об'єкт, на який вона спрямовує увагу, – слід – знаходить матеріальне відображення у формі лінії у художніх проектах Анни.

Лінія – це поняття, що торкається всіх сфер життя. Цей термін можна розуміти як смугу на поверхні, межу, довжину, ряд чого-небудь у вигляді неперервного ланцюга. У образотворчому мистецтві лінія – це найпростіший, але у той же час найголовніший художній інструмент. Вона може бути як допоміжним елементом зображення, так і самостійним засобом вираження. Можливості лінії безмежні: використовуючи різну довжину, товщину, форму, фактуру, насиченість, колір, матеріал та прийоми її поєднань та співвідношень, можна досягти різного ступеню впливу на глядача. Близько розміщені лінії створюють тональність, широкі – формують мазок у живописі. Емоційність зображення можна підсилити або послабити шляхом збільшення чи зменшення амплітуди пластичного руху лінії та її ритміки.

Найчастіше лінія слугує для визначення межі об'єкта, перетворюючись на композиційному полі у контур, силует. Саме цю її можливість використовує Анна Звягінцева у своїй творчості.

Однією з ранніх визнаних робіт Звягінцевої є «Стежки», створена у 2013 році. Вона є комплексом із сорока дев'яти невеликих шматків паперу та відео тривалістю 10 хвилин 41 секунду. Усі фрагменти першої частини показують частини однієї лінії різної товщини та форми – очевидно, цільну спершу «стежку» було розрізано та перемішано, заплутано. Відео, друга частина роботи, складається тільки з одного сюжету – слідування протоптаній доріжки та прокладання власної на снігу [1]. Задум мисткині можна розуміти як пошук, часто нелегкий, свого шляху із багатьох можливих, слідування йому та зрештою рух уперед. Такий нехитрий на перший погляд об'єкт дослідження перетворився на вартій уваги творчий проект саме завдяки поєднанню різних видів мистецтва, лаконічності та виокремленню самої суті речей.

У тому ж році Анна Звягінцева представила іншу роботу, «Фрагмент», яка представляє собою лінійну скульптуру висотою більш за три метри, зроблену зі сталевого дроту, та серію рисунків-начерків, взявши за тему елемен-

ти щоденної рутини [1]. Саме один з цих сюжетів – руки у процесі миття посуду – вона перевела у монументальний вигляд, замінивши олівець на залізо. Таким чином творчиня показує значимість тієї праці, на яку люди вже звикли не звертати уваги. Незважаючи на грубість матеріалу, Анна зуміла передати миттєвість моменту, зробивши лінії плавними та переривчастими, завдяки чому робота викликає цікавість у глядача.

Наступним проектом, виконаним із металу, є «Порядок речей», зроблений у 2015 році. Цього разу, використовуючи арматуру та сталевий дріт так само для перетворення начерків на скульптуру, Звягінцева висвітлює тему традиційного місця жінки у суспільстві [1,6]. Кожна її робота з цієї серії показує окремий момент із життя дівчат, наприклад, засмагання на пляжі, збирання ягід, готування їжі, тримання дитини. Усі сюжети незавершені, а під кожним з них є подіум з розкиданими частинами дроту [3]. Хоча арматура важка для праці з нею, Анна зафіксувала в ній настрій швидкоплинності, повторюючи пластичність ліній начерків. Крім того, у виборі матеріалу є ідея – він є метафорою жорсткості та фундаментальності гендерних традицій, які, утім, у сьогоденному світі вже «розсипаються».

Анна Звягінцева продовжує досліджувати можливості металу у своїй наступній роботі під назвою «Намалювати своє вікно, зім'яти папір», виконаній у тому ж році. Близько п'яти метрів у висоту, скульптура створена шляхом поєднання вертикальних ритмів, що створюють різне зображення залежно від ракурсу [5]. Цього разу мисткиня перетворює на об'ємну форму начерк вікна, деформує, вигибаючи лінії. Цим прийомом авторка показує, як прості дії на кшталт зминання листку можуть порушити перебіг повсякденного життя, хоч його порядок і здається міцним та незрушним.

До зовсім іншого матеріалу звертається Анна Звягінцева у роботі 2016 року «Одиничні записи». За основу вона взяла листок із пробними розчерками ручок, приклад такого можна знайти у будь-якому магазині канцелярії. Полем композиції Анна обрала білий шматок тканини та повторила лінії за допомогою машинної вишивки [4]. Таким чином, вона повертається до теми сліду, говорячи, що кожна людина залишає за собою те непомітне та механічне, що, втім, характеризує її індивідуальність. Лінії різного кольору, товщини, довжини та форми створюють на полотні цільну експресивну композицію.

Найновішою роботою Звягінцевої є «Декларація про намір і сумнів», представлена у 2019 році. Вона є багаторівневою: спочатку глядач звертає увагу на три екрани з відео, що відображають різні ракурси спостереження за одним процесом, миттям підлоги. Центральний стежить власне за прибиральницею, її шляхом, що відображається мокрим слідом. Спочатку рухи жінки обмежує світло прожектора у темряві, керування яким показано на лівому екрані. Правий охоплює ширшу картину, звертаючи увагу як на лінію руху променя світла, так і прибиральниці. Хоча жінка і залишає слід, він швидко висихає, що є метафорою минулості результатів будь-яких зусиль. Розвитком дії є конфлікт між тим, хто керує, тобто прожектором, і тим, хто йому підкорюється: прибиральниця починає із деяким сумнівом виходити за обмеження, але потім набирає впевненості та з власним наміром уже окреслює свою траєкторію. Урешті, вони міняються ролями та керуючий

стає підпорядкованим керованому, відшуковуючи його у темряві – це є актом емансипації. Таку складну суть виклала Анна Звягінцева за допомогою найпростішого – лінії, трактуючи її незвичними способами.

Висновки. Художня практика Анни Звягінцевої показує, що можливості лінії є невичерпними. І сьогодні, попри багатотисячний творчий досвід роботи людства з нею, є недосліджені її властивості. Завдяки поєднанню різних видів мистецтва, що є характерною рисою сучасної культури, мисткині вдається здивувати та вплинути на глядача. Навіть працюючи лаконічно, апелюючи до суті речей у чистому вигляді, вона досягає високого рівня ідейності робіт. У контексті України Анна Звягінцева є одною з найактивніших представників молодого мистецтва; її творчість слугує відмінним прикладом того, як художній задум підпорядковує собі засоби вираження, а у симбіозі ці два аспекти створюють із простоти безмірну глибину змісту.

Список джерел:

1. Звягінцева А. Персональний веб-сайт [Електронний ресурс]/Анна Звягінцева:веб-сайт. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://annazvyagintseva.com> (дата звернення : 01.05.2019). — Назва з екрана
2. Анна Звягінцева [Електронний ресурс]/PinchukArtCentre:веб-сайт. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://pinchukartcentre.org/ua/exhibitions/artists/23969> (дата звернення : 01.05.2019). — Назва з екрана
3. Яковленко К. Художниця Анна Звягінцева: «Я не знаю, существует ли киевская школа» [Електронний ресурс]/Катерина Яковленко//BirdInFlight:веб-сайт – Електрон. Дані. – 9 січня 2018. – Режим доступу: <https://birdinflight.com/ru/portret/20180109-anna-zvyagintseva.html> (дата звернення : 02.05.2019). — Назва з екрана
4. Смірнова Є. Анна Звягінцева: «Мене цікавить те мистецтво, в присутності якого стає некомфортно» [Електронний ресурс] /Євгенія Смірнова//Rumonenko Family Art Projects:веб-сайт. – Електрон. дані. – 22 квітня 2017. – Режим доступу: <http://artinukraine.com/uk/anna-zvyagintseva-mene-tsikavit-lishe-tem-tistetstvo-v-prisutnosti-yakogo-staye-nekomfortno/> (дата звернення : 03.05.2019). — Назва з екрана
5. Гудімов П. Намалювати своє вікно, зім'яти папір [Електронний ресурс]/Павло Гудімов//Я Галерея. Арт-центр Павла Гудімова:веб-сайт. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://yagallery.com/exhibitions/namalyuvati-svoye-vikno-zimyati-papir> (дата звернення : 03.05.2019). — Назва з екрана
6. Давос-2018: в Українському домі представила свої роботи українська художниця Анна Звягінцева [Електронний ресурс]//Прямий:веб-сайт. – Електрон. дані. – 24 січня 2018. – Режим доступу: <https://prm.ua/v-ukrayinskydomi-v-davosi-u-dni-provedennya-48-yi-shhorichnoyi-zustrichi-vsesvitnogo-ekonomichnogo-forumu-vef/> (дата звернення : 03.05.2019). — Назва з екрана

РАДЯНСЬКА ФОТОГРАФІЯ 1920–1930-Х РОКІВ

Кожна епоха має власну фотографічну спадщину. Дивлячись на радянське фотомистецтво і знімки того історичного періоду, люди старшого покоління відчувають ностальгічні почуття, а молоді люди можуть побачити в деталях життя колись зниклої імперії. Знімки, що повсякденно

друкувалися в газетах і журналах, інформували про події і відображали хід соціалістичного будівництва в країні: індустріалізацію, колективізацію сільського господарства, проведення в життя ленінської національної політики, зростання нової культури. Радянські фотографи працювали під тиском соціалістичної ідеології і пропаганди. Але, можливо, саме це спонукало їх до експериментів і розширення кордонів фотомистецтва [1].

До 30-х років у Радянському союзі сформувалися три окремих напрямки фотомистецтва, що вступили в жорсткі протиріччя один з одним. Перший напрямок — це пікторіальна або «салонна» фотографія. Пікторіальна фотографія протиставляла себе документальній фотозйомці, її головною метою було прагнення наблизити фотографію до класичних живописних творів. У знімках майстрів пікторіальної фотографії основна увага була прикута до емоційного забарвлення твору, естетичної сторони [2]. Мабуть, найяскравішим представником пікторіальної школи фотографії був Олександр Грінберг. Він віртуозно володів найскладнішими техніками обробки фотозображень і прекрасно вмів будувати композицію знімка для того, щоб передати глядачеві емоційний стан головного персонажа або навколишнього середовища. У своїх творчих експериментах фотограф опанував унікальну методику масляної обробки відбитків. На фотографіях О. Грінберга можна побачити зйомки оголеної натури, невігядливі жанрові замальовки й пейзажі [4].

Другий напрямок фотографії розвивався відповідно до традиційних канонів радянського мистецтва, заснованих на пропаганді досягнень держави в промисловості, сільському господарстві, науці й інших областях. Це так звана «пролетарська» фотографія, в якій документальний фоторепортаж розглядався як інструмент класової боротьби. Головними представниками цього напрямку можна назвати Семена Фрідлянда, Макса Альперта й Аркадія Шайхета. А. Шайхет буквально «увірвався» в радянську фотожурналістику і багато років був її визнаним лідером. Він уособлював всі основні якості репортера — працездатність, оперативність, комунікабельність. Його фотографії впливали на людей і сприяли вихованню нової людини, такої якою хотів її бачити радянський режим [5].

Третій фотографічний напрямок, що народився в 20–30-ті роки минулого століття, можна назвати радянським фотографічним авангардом. Представник цього напрямку Олександр Родченко, як тільки взяв у руки фотоапарат, створив своєрідний тип конструктивістської фотографії — з незвичайним кутом зору і різкою фрагментарністю. Стиль Родченка робить його знімки безпомилково впізнаваними. Глядач змушений то високо закидати голову, дивлячись на вершини сосен, то кидатися поглядом з балкона вниз. Знімаючи архітектурні об'єкти, він надавав їм чи не фізично відчутну динаміку, перетворюючи в конструктивізм те, що їм зовсім не було. Родченко не загравав з майбутнім, він просто працював для нього. Художник-футурист, якого можна ототожнити з письменниками-фантастами. Він писав майбутнє. Пензлем пролетаріату. Використовуючи новітню техніку, новітні прийоми в мистецтві, він боровся з минулим, таким потворним і доісторичним [3].

Висновки: спогади про радянську фотографію поступово загубилися в сучасному житті, у глянцевих журналах і свободі творчості. Однак зв'язок

епох ніколи не переривається. Протягом усього радянського періоду фотомистецтво продовжувало розвиватися, винаходилися нові технічні прийоми, з'являлися нові жанри й способи відображення дійсності. Знімки О. Родченка, А. Шайхета, О. Грінберга та інших метрів радянської фотографії дають нам сьогодні унікальну можливість побачити документальні свідчення історії і оцінити, як розвивалося радянське фотомистецтво з плином часу.

Література:

1. Макдональд Ф. Радянська фотографія: пропаганда і сміливий експеримент. Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.bbc.com/ukrainian/vert-cul-4_6882907.
2. Никитин В.А. Фотография среди искусств. М.: Знание, 1971. 64 с.
3. Советские фотографы 20–30-х годов. Электронный ресурс. Режим доступу: <https://photopoint.com.ua/099716-sovetskie-fotografy-20-30-kh-godov-20-go-veka>.
4. Стигнеев В. Фотограф Александр Гринберг. Электронный ресурс. Режим доступу: <https://www.photographer.ru/resources/names/photographers/18.htm>.
5. Стигнеев В. Аркадий Шайхет. Арт-Родник, 2007. 96 с.

ВИЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ КОНКУРСУ «PANGRAM»: ВІД ІДЕЇ ДО КОНЦЕПЦІЇ

Участь у щорічному Міжнародному конкурсі шрифту і каліграфії «Pangram» сприяє професійному розвитку студентів, створенню нових ідей у галузі шрифтів та каліграфії та просуванню кращих зразків сучасної творчості в життя людей.

Актуальність теми проекту «Візуальний стиль 4-го Міжнародного конкурсу шрифту і каліграфії «Pangram» обумовлена тим, що цей проект реальний, конкурс дає можливість професійному спілкуванню студентів і фахівців шрифтової справи, обміну досвідом різних каліграфічних шкіл України та інших країн, популяризувати роль дисциплін з каліграфії шрифту та типографіки у студентському середовищі.

Було прийнято рішення розробити візуальний стиль 4-го Міжнародного конкурсу шрифту і каліграфії «Pangram».

На першому етапі розробки дизайну візуального стилю конкурсу виникла ідея відтворити витоки письменності, зобразив візуальний стиль конкурсу на основі первинних матеріалів, так як тема 4-го Міжнародного конкурсу шрифту і каліграфії «Pangram» — «Історія писемності. Великі шрифтарі, події, дати».

В ході еволюції люди прийшли до виготовлення та розповсюдження паперу і чорнила, але на зорі виникнення писемності для письма використовувалися найрізноманітніші матеріали. Найдавніший такий матеріал – камінь [2]. Саме цьому виникла ідея відтворити витоки писемності та залучити до графічної частини дизайну зображення фотографій фактур каменю.

Згідно ідей створення візуального стилю конкурсу, було прийнято рішення запропонувати концепцію на основі мотиву крилатого вислову: без минулого, не буде майбутнього. «Тисячі років, як одна мить». Концепція: сумісність першоджерел писемності із технологіями сьогодення; за основу

було взято фактури каменів, що символізують перший матеріал писемності. Саме перше, на скелях, великих каменях зображувалися петрогліфи. Згодом люди стали висікати написи на каменях, наприклад, на скелях, стінах палаців, храмів [1].

На основі концепції були створені ескізи плакату-афіши конкурсу та був використаний груповий, креативний метод експертного аналізу. Щотижневі практичні заняття с організації проектної діяльності, на яких були присутні більшість студентів, дали можливість зібрати в одному місці необхідну кількість експертів, що відповідають потрібним вимогам і сформувати «творчу» групу експертів. Група експертів було сформована із студентів 4 курсу ГД.

За результатами аналізу групою експертів було зазначено, що ескізи плакату-афіши до концепції «Тисячі років, як одна мить» асоціюється зі словами «монументальність», «впорядкованість». Плакат відповідає за технологією літографії — друкування з плоскої поверхні каменя. Дизайн плакату-афіши загадковий, на ньому хочеться зосередити свою увагу або повністю його роздивитися та прочитати.

По проведенню опитування групи було вирішено зупинитися на концепції «Тисячі років, як одна мить», на основі якої було запропоновано марочну пропозицію: споживач бачить чіткий і зрозумілий для нього дизайн, який буде підштовхувати його до участі в конкурсі, задовольнивши потреби в самоактуалізації, виробляючи на споживача єдине гармонійне враження.

Для даного проекту було прийнято рішення використовувати для створення візуального стилю конкурсу модель водоспаду. Існуючі на практиці підходи (моделі) до проектування роботи можна розділити на три групи в залежності від того, який параметр роботи (масштаб, складність і відносини) переважно використовується або піддається зміні в рамках даного підходу [3].

Модель водоспаду виглядає як потік, що послідовно проходить фази аналізу вимог, проектування, реалізації, тестування, приймання проекту та підтримки. Модель водоспаду передбачає, що перехід від однієї фази розробки до іншої відбувається тільки після повного і успішного завершення попередньої фази [4].

Під час роботи була проведена розробка елементів комплексу маркетингу візуального стилю 4-го Міжнародного конкурсу шрифту і каліграфії «Rangram». Була сформульована ідея візуального стилю конкурсу та обґрунтовано обрано для реалізації концепцію «Тисячі років, як одна мить». Розроблені ескізи дизайн-пропозиції обговорені під час тестування фокус-групою, до складу якою увійшли умовні цільові споживачі продукту. У подальшому планується розробити візуальний стиль для реалізації концепції «Тисячі років, як одна мить».

Література:

1. Истрин В. И. Развитие письма. / В.И. Истрин — М.: Изд-во АН СССР, 1961. — 396 с.
2. Козлова Е.Б. История печатных средств информации. / Е.Б Козлова. — Москва: МГУП, 2008. — 202 с.
3. Лысов О.Е. Менеджмент. / О.Е Лысов— СПбГУАП: СПб., 2014. — 174 с.
4. Маркотт И. Отзывчивый веб-дизайн. /Итан Маркотт; пер. с англ.: П. Миронов— М.: Манн, Иванов, Фербер, 2012. — 170 с.

ТЕАТР ПОСТМОДЕРНА: ОБЩИЕ ЧЕРТЫ И ОТЛИЧИЯ ОТ ТЕАТРА АНТИЧНОСТИ

Для понимания различий и общности театра постмодерна и театра античности необходимо дать краткую характеристику этим двум явлениям.

Начнем с более раннего – с театра античности. Понятие «античный театр» подразумевает театральное искусство Древней Греции и Древнего Рима. Его история охватывает почти целое тысячелетие — с конца VI века до н. э. по IV век н. э. Театр в эпоху античности – это народный театр в самом прямом значении этого слова, в дни праздников он собирал практически все население города. Отличительная черта античного театра это то, что с самого начала он рассматривался как массовое зрелище, предназначенное для большого количества зрителей. В периоды своего расцвета (у древних греков раньше, у латинян – чуть позже) на сцене театра поднимались вопросы, волновавшие тогдашнее общество – политика, религия, литература, философия, воспитание детей, положение женщин в обществе – всё это находило отклик у драматургов. Сегодняшний ценитель театра вполне мог бы позавидовать театрам античности. Спектакли редко игрались больше одного раза, поэтому новых шедевров античности, например, в Афинах, писалось примерно два–три десятка в год.

Собственно, можно сказать, что в эту пору и возникло европейское театральное искусство в том виде, в каком оно живёт сейчас: появилась драматургия, сценическая техника, сформировались основные принципы актёрского искусства, основы оформления театра и спектакля, возникли стационарные театральные сооружения. Античный театр был предметом изучения и подражания и в последующие века. И это не смотря на то, что судьба сделала многое, чтобы затруднить для нас его понимание. Из огромного (по подсчетам историков) наследия драматической литературы Греции и Рима сохранилось всего около семидесяти цельных произведений, какое-то количество отрывков и мало говорящих имен. И, вероятнее всего, тщательно разработанная система античных «Станиславских» и «Немировичей-Данченко» существует только в выдержках более поздних интерпретаторов. Каждая эпоха подходит к эпохе античности со своей меркой, и, по обломкам восстанавливая картину прошлого, ищет в ней решения своих противоречий. Работа эта далеко еще не закончена, и в целом, остается много спорных вопросов. Если рассуждать о сходствах и отличиях двух театров, то это умозрительные факты в силу того, что театр постмодерна – день сегодняшний и мы «в живую» можем увидеть это действие, описать и рассказать другим, тогда как с театром античности можно опираться только на малочисленные факты и свое воображение.

Однако, несмотря на это, с театром античности, которому множество ученых – историков, искусствоведов, культурологов посвятили огромное количество работ, у исследователя может сложиться вполне четкая картина, тогда как с театром постмодерна все не так однозначно. Сам термин «постмодернизм» все

еще вызывает споры в самых разных кругах. Появившийся в шестидесятые годы, в историческом аспекте он относится к культуре Запада после Второй мировой войны, к постиндустриальному обществу, к эпохе потребительского капитализма, новых технологий, электронных коммуникаций. Такие обстоятельства склонны разрушать и видоизменять традиционные культурные механизмы и, что особенно важно для понимания нашего вопроса – меняют классические и модернистские театральные формы. Процессы, идущие в культуре постмодернизма, описываются учеными по-разному. Одни считают постмодернизм продолжением и развитием модернизма, и постмодернистский театр оказывается просто продолжением тенденций модернистского театра на новом историческом этапе, тогда постмодернизм — это просто то, что следует после модернизма. Другие видят в культуре постмодернизма разрыв с классическим модернизмом первой половины века, третьи заняты тем, что отыскивают в прошлом режиссеров, чье творчество уже несет в себе идеи и принципы модернизма (при таком подходе постмодернистами оказываются и Мейерхольд и Таиров, которых обычно причисляют к классикам театрального искусства). Так или иначе, сам термин «постмодернизм» указывает на связь этого явления с культурой предыдущей эпохи, и постмодернизм осознает себя в отношениях к модернизму.

Театральная реальность в театре постмодерна современными театроведами определяется следующими признаками:

- 1) стилистический эклектизм; трансформация жанра;
- 2) конструирование субъективной реальности как попытка преодоления разобщенности с действительностью;
- 3) игра с классическим произведением, интертекстуальность;
- 4) интерактивность представлений; диалог и полиолог;
- 5) смена функций артиста и потеря его собственного «Я»;
- 7) карнавализация.
- 8) хаотичность, коллажность.

Существует довольно большое количество трактовок понятия театр постмодерна. Прорваться сквозь семантику и нарратив этих определений иногда чрезвычайно затруднительно. Вот как характеризует театр постмодерна искусствовед Т. Крюкова: «Постмодернистский спектакль – это, как правило, текстуальная, знаковая среда, так или иначе (в разной степени) деконструирующая культурный интертекст посредством игры симулякрами (**Симулякр** (от лат. *simulacrum* < *simulo*) — «изображение» от «делать вид, притворяться») — «копия», не имеющая оригинала в реальности, Знак, скрывающий, что оригинала нет). Неизбежная в этом случае децентрация структуры, дробление художественного текста на разнородные элементы приводит к самым неожиданным жанровым и стилевым модификациям. Чтобы адекватно описать это межжанровое (или полижанровое) образование, необходимо учесть ряд факторов, среди которых: – типы используемых жанровых форм (кодов), характер их соединения и взаимодействия с культурной традицией (гибрид, хаотичная диффузия, ирония, абсурд, пародия и т.д.), смысловой итог этих трансформаций. Жанровый аспект в постмодернизме всегда подчинен принципу интертекстуальности. Поэтому

его следует рассматривать как часть общего анализа всех типов интертекстов, на основе которого, главным образом, и возможна полноценная интерпретация постмодернистского произведения. Важно понять, что постмодернистский автор никогда не «гвоздит» однозначными смыслами, интертекст – это как бы инструмент, который дается зрителю (читателю) для того, чтобы тот мог самостоятельно сконструировать смысл».

Вот тут нужно сказать пару слов об интертексте и интертекстуальности, на которые часто ссылаются все исследователи постмодернизма в искусстве. Словарь литературных терминов предлагает такой вариант осмысления этого термина: «...различные проявления интертекстуальности известны с незапамятных времен, возникновение соответствующих термина и теории именно в последней трети 20 в. представляется неслучайным. Значительно возросшая доступность произведений искусства и массовое образование, развитие средств массовой коммуникации и распространение массовой культуры (как бы к ней ни относиться) привели к очень сильной семиотизации человеческой жизни, к ощущению того, что, по выражению польского парадоксалиста Станислава Ежи Леца, «Обо всем уже сказано. К счастью, не обо всем подумано» (сама данная цитата в настоящем абзаце является одновременно и иллюстрацией его основного тезиса), и если уж удастся придумать что-то новое, то для самого утверждения новизны необходимо сопоставить новое содержание с тем, что уже было сказано; если же претензии на новизну нет, то использование для выражения некоторого содержания уже имеющейся формы сплошь и рядом становится престижным указанием на знакомство автора текста с культурно-семиотическим наследием, с «сокровищами семиосферы». Искусство, а с какого-то момента и повседневные семиотические процессы в 20 в. становятся в значительной степени «интертекстуальными». Свойство интертекстуальности – это введение нового способа чтения, который взрывает линейность текста. Каждая интертекстуальная отсылка – это место для альтернативы: либо продолжить чтение, видя в ней лишь фрагмент, не отличающийся от других и являющийся текста – или же вернуться к тексту-источнику, прибегая к своего рода интеллектуальному анамнезу, в котором интертекстуальная отсылка выступает как «смещённый» парадигматический элемент, восходящий к забытой синтагматике».

После утрясания в голове всех понятий и терминов, привязанных к постмодерну и уяснения сути термина интертекстуальность можно сказать о первой точке соприкосновения театра античности и театра модерна. Театр постмодерна, также как и театр античности, а может еще в большей мере, ориентирован одновременно и на массу, и на элиту. То есть постмодерн представляет зрителю самому выбирать глубину погружения в смысл пьесы – хотите следить за сюжетом и «Интересно, что дальше?» – пожалуйста! Хотите глубокого философского, социального подтекста, проблематики, смыслов, доступных только избранным – на здоровье! Постмодернизм накормит всех. Но дорогу проложил античный театр, который был интересен и плебейам и аристократам, и кесарям и слесарям. Зритель сам, в определенной степени, соавтор смысловой нагрузки спектакля.

Здесь на сцену выходит второй момент – режиссеры классического театра и театра модерн — всемогущие хозяева,демиурги создаваемых ими художественных миров, которые верят в возможность выразить какую-то очень значимую истину о состоянии человека, уверовавшие в вечное существование совершенного произведения искусства, а режиссер-постмодернист знает, что слово и язык субъективны и в лучшем случае способны отразить какие-то моменты индивидуальной точки зрения, и что спектакль будет отсмотрен и в каком-то смысле «утилизирован» зрителями. Вот это еще одна точка соприкосновения театра постмодерна и театра античности – «сиюминутность» постановки, эмоции и переживания, зрелищность – здесь и сейчас. Вспоминаем, что в эпоху античности пьесы редко шли с повтором.

Также, следует упомянуть, что именно постмодерн воскрешает традиции художественной античной классики, ведет с ней диалог, включает элементы стилей прошлого в новые формы театрального действия (сегодня самые яркие представители постмодерна в театре имеют в своем репертуаре пьесы античных авторов. Например, украинский режиссер Жолдак, которого можно отнести к постмодернистам, ставил спектакли по античным «Федоре» и «Медее»).

Третий момент сходства – это смена функций артиста и отказ от своего «Я» в театре постмодерна и очень схожий процесс в театре античности – «синтетизм» актера в сложном многоплановом произведении, где сочетались гармония, ритм, метр, чередование музыкальных и немзыкальных частей, речитативы персонажей и выступление хора, сочетание поэзии, музыки и танца, некий мимический танец под словесное пение. Актер античности выступает в маске – он типаж – актер театра постмодерна столь же «синтетичен» и маска может быть условная, но он такой же элемент сложной конструкции, и тоже с функциями типажа. Выразительные средства античного актера, чтобы держать в напряжении огромный зал античного театра – это, надо думать, целый комплекс умений и знаний и при этом он «не тянет одеяло на себя», его индивидуальность и главенство на сцене еще не придуманы и не продуманы «театральными богами» классического театра. В театре постмодерна наоборот, отказываются, от этих качеств актерствования, здесь идет своеобразная «нивелировка» образа, и надо дать еще понять зрителю, что объекты на сцене, будь то актер или ведро вареных яиц (как в спектакле вышеупомянутого Жолдака «Один день Ивана Денисовича») имеют равные права в обосновании появления на сцене.

И четвертый момент о котором можно говорить как о сходстве театральной античности и постмодерна, был описан в статье А. Толшина, профессора СПбГУК, доктора культуролога, «Античный театр в действии», посвященной книге другого известного культуролога Д. Трубочкина «Древнегреческий театр»: «Предмет исследования – античный театр – находится на удаленном расстоянии и, несмотря на отдаленность уже существует в «мифологическом» представлении читателя. У кого же нет своего представления о Софокле, Еврипиде, Аристофане или раскрытых небу пространств древнегреческих театров с фигурами актеров в тогах

и масках? Такие укоренившиеся представления-штампы во многом подвергает сомнению автор этой книги. В этот процесс активно включена античная иконография. Важность ее в книге доказывается обширным рядом интереснейших и визуально убедительных изображений, сопровождаемых не менее увлекательными комментариями. В них отражены основные темы этого исследования: организация театра, состязания поэтов, устройство и архитектура театра (театроны, орхестра и сена), движение хора в процессе спектакля, работа машинерии, типологическое разнообразие масок в комедии и трагедии, особенности пластики актеров, их движение и костюмы. Порой текст и изображение не совпадают – это, можно сказать, позитивный постдраматический ход. Трубочкин осознанно или нет, моделирует многоликий пейзаж за пределами тех театральных форм, о которых речь идет на конкретной странице книги. При чтении напрашивается мысль – не в архаике ли начало постмодернизма? Ведь греческий театр вполне может служить примером умелого придания ценности всем предметам и материалам сценических действий, выстраиванием диалога между людьми и предметами, людьми и музыкой, текстом и пластикой, хором и актером, речитативом и мелосом, пространством и движением. Как тут не вспомнить обозначенный Хансом Леманом (философ, теоретик театра) «новый контент представления-перформанса», «нового присутствия актеров-перформеров» эпохи постмодерна, в котором разрушенные интенсивные элементы могут эволюционизировать во что-то, напоминающее единое целое. Получается, что древние греки постмодерн уже проходили...»

Теперь о различиях. Литературная основа помноженная на музыку была основным вектором игровой системы античного театра. Это ясные, формообразующие факторы, без которых античная постановка просто не могла бы осуществиться. Искусство слова имело высокий ценностный статус. В противовес этому театр модерна по другому подходит к литературной составляющей. Здесь можно процитировать доктора наук Берман В. К.: ««Возможны варианты» - специфический интеллектуальный жест, неизменно возникающий в итоге интерпретации постмодернистских театральных текстов. В этом суть постмодернистского чтения-письма (применительно к кино и театру восприятия-сотворчества), провоцирующего творческую активность мышления. Постмодернистский спектакль – это скорее текстопорождающая система, чем законченный текст, которая в качестве новой эстетической доминанты вводит принцип конструирования смысла».

Также, насколько можно судить по дошедшим до нас сведениям об античном театре, постановкам была не свойственна эклектика стилей и всевозможные трансформации жанров, которые есть первейшие признаки постмодернистской постановки. Античный театр – это ко всему и определенные закономерности сюжета, определенная последовательность действий, его логическая конструкция, если верить исследователям, – сложная, но не замысловатая. Театр постмодерна может позволить себе не иметь никакой логики повествования или, если сказать проще – ружье, висящее на стене в первом акте, может вполне себе и не выстрелить в последнем.

Еще одно отличие античных постановок – это определенный пафос по отношению к персонажу, героизация или демонизация образа персонажа, трагедия или комедия земной персоны, тогда как в театре постмодерна – чаще звучит и усталость от окружающего мира и жизненной борьбы, конечность всего сущего, бессмысленность и пустота существования. В постмодернистской спектакле художник – не творец и не пророк, не герой и не воитель, как правило, его внимание и любопытство привлекает ирония и анархизм по отношению к искусству.

И наконец на взгляд автора, главное отличие театра античности от театра постмодерна состоит в том, что постмодернистский спектакль – это продукт нынешней, поздней стадии развития цивилизации, когда уже в общем и целом «все сказано» и принципиально новые идеи в театре встречаются крайне редко. Все уже было, было... Античность – начало, постмодернизм – финал, отягощенный опытом.

Тем не менее, все театральные постмодернистские эксперименты стимулируют обновление современного театрального языка с самых разных сторон. Один из главных принципов художественного постмодернизма – «вам можно все» – программный плюрализм форм и стилей, отвергающий идею каких-либо культурных канонов и призывающий театр открыть себя любым трансформациям, к взаимодействию любых стилевых систем. Художественное сознание постмодерна, признавая исчерпанность реалистической формы, пытается подключить театр к дополнительному ресурсу производства смыслов.

В настоящее время нельзя отрицать роль постмодернизма и роль античного театра в обновлении эстетики театра. И как сильны окажутся эти импульсы и как они изменят современный театральный язык покажет время.

р . ., 4 р , « р »
р : . , р . . .

«ДЕ СТИЛЬ» І ЙОГО ВПЛИВ НА СУЧАСНИЙ ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН

«Де стиль» — найбільший художній напрям модернізму першої половини ХХ століття. Основні поняття типографіки «Де стилю» були сформовані в Голландії на початку ХХ століття творчим об'єднанням архітекторів і художників «Де стиль». Члени об'єднання «Де стиль» залишили свій слід майже у кожній галузі мистецтва, а революційні зміни в типографіці «Де стилю» вплинули на формування основоположних принципів художньої виразності у графічному дизайні, які були співзвучні сучасності й надихнули на розвиток інтернаціонального стилю в графічному дизайні. Зростаюча потреба у грамотно спроектованій й ефективній рекламі на поліграфічних носіях для сучасного виробника змушує дизайнерів-графіків звертатися до аналізу шляхів перетворення та історичного розвитку типографіки [1]. Усі розміри і пропорції елементів у типографіці «Де стилю» задані сіткою прямокутної форми, геометричні форми розташовані поруч друг з другом. Композиція ґрунтується на горизонтальних і вертикальних лініях; основні ко-

льори — червоний, жовтий і синій, додатковими можуть бути лише чорний і білий.

Серед усіх рухів авангарду «Де-стиль» є одним із найбільш впливових у дизайні шрифту на початку ХХ століття. Принципи композиції і стилізації були основоположними для типографіки «Де стилю», вони створювали нові геометричні форми літер. Це можна побачити на прикладі структури алфавіту Т. ван Дусбурга, де гарнітура основана на перетині геометричних ліній. стилізовані літери нетрадиційної форми мають чітку конструкцію, яка складається з різних прямокутних елементів [4]. Характерною особливістю типографіки «Де стилю» було використання примусової виключки за форматом текстового блоку, не тільки в основному тексті, а і в заголовках, підписах і виносках.

Мистецтво П. Мондріана багато в чому вплинуло на сучасний дизайн і архітектуру. В архітектурі численні проекти будинків повторюють прийоми і загальну стилістику напрямку. Вплив неопластицизму проявляється і в сучасній архітектурі. У моді й текстилі вплив неопластицизму вперше вагомо проявилось в США в 1965 р., коли була створена колекція одягу «Yves Saint Laurent», яка була представлена в журналі “VOGUE”. Суворі й лаконічні наряди, розкреслені широкими чорними лініями, єдиною прикрасою яких були яскраві сегменти чистих кольорів, стали справжньою сенсацією у світі моди. Особливо відомий «мондріанівський» стиль полюбився дизайнерам інтер'єрів і меблів [3].

Геометризм робіт П. Мондріана виявився надзвичайно зручним для поліграфії. У мережі інтернет сьгоднішня модель візуального представлення веб-сторінки має на увазі відображення структури документа за допомогою прямокутних блоків [2]. Роботи П. Мондріана цікаві для веб-дизайну тим, що їх структура й принципи побудови ідентичні організації веб-сторінок, в яких може бути будь-яка кількість елементів. Тому роботи П. Мондріана можна розглядати як аналоги для організації візуальних структурних та інформаційних елементів веб-сторінок. Існує «мондріанівський» плакатний стиль веб-дизайну (Mondrian Poster Style). Цей стиль використовує можливості пуского простору і сторониться кордонів. Замість цього для розмежування розділів використовуються чіткі одноколірні ділянки.

Висновки. Художні принципи неопластицизму періодично актуалізуються, впливаючи на формоутворення і колірне рішення сучасних об'єктів промислового дизайну й архітектури. Художні й ідеологічні пошуки П. Мондріана сформували певну естетику неопластицизму, яка відбилася в його живопису, архітектурі й меблевому дизайні представників групи «Де стиль», а також у сучасних об'єктах дизайну й архітектури, побудованих на раціональних ідеал абстрактного мистецтва та дизайну.

Література:

1. Гомперц У. Непонятное искусство. От Моне до Бэнкси. М.: Litres, 2017. 74 с.
2. Кузвесова Н. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко / 2-е изд., испр. и доп. М.: Litres, 2018. 202 с.
3. Лакшми Б. Дизайн и время. Стили и направления в современном искусстве и архитектуре. М.: АРТ-РОДНИК, 2006. 256 с.

СУЧАСНИЙ ПІДХІД У РОЗРОБЦІ СОЦІАЛЬНОГО ПЛАКАТУ НА ПРИКЛАДІ ДИЗАЙНУ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ «ЗООКОНТРОЛЬ»

Громадська організація «ЗооКонтроль» надає послуги з регулювання чисельності безпритульних тварин. Проект популяризує проблему бездомних тварин в країні, ознайомлює населення з інформацією з приводу захворювань та інших загроз, які несуть в собі бездомні тварини і гуманних способах боротьби з даними погрозами. У перспективі, реалізація проекту сприятиме зменшенню популяції безпритульних тварин в містах.

Тема розробки комплексу елементів айдентики для громадської організації «ЗооКонтроль» — актуальна і перспективна, тому що оновлений дизайн допоможе організації в просуванні корисної інформації серед населення, медперсоналу та вищих організацій

Мета роботи — розробка концепції дизайну, формування комплексу елементів айдентики для громадської організації «ЗооКонтроль».

Для виконання проекту розробки дизайну айдентики громадської організації «ЗооКонтроль» було обрано модель проектування MSF (Microsoft Solutions Framework), так як вона є найбільш відповідною до цього проекту.

Було опрацьовано декілька ідей щодо дизайну елементів комплексу айдентики громадської організації «ЗооКонтроль»:

«На захисті вашого життя та здоров'я». Ідея — зосередження на потребі споживача у особистісної безпеці. Так як соціальний плакат зоозахисної тематики спрямовано в першу чергу на інформування громадян щодо підвищення безпеки міст України, дизайн плакату може задовольнити потребу в безпеці.

«З любов'ю до людини та тварин». Ідея дизайну в перш чергу розроблена для громадян, які можуть побачити плакат на вулиці на зупинках громадського транспорту, тощо. Плакати інформують про соціальні заходи зоозахисного напрямку, у яких можуть приймати участь волонтери, що задовольнить потребу споживача у приналежності до групи. Ідея — задовольнити потреби у повазі та самоактуалізації. Питання захисту тварин на цей час дуже актуальне в усьому світі, тож споживач має змогу бути у центрі уваги, підвищити свій соціальний статус за рахунок участі у зоозахисних заходах та співпрацею з зоозахисними організаціями [3].

Було розроблено ескізування кожної із пропозицій та проведено тестування для визначення основних асоціацій, які можуть виникнути у цільового споживача. Ескізи були протестовані на фокус-групі, яка складалася з представників основної цільової аудиторії. Результатом тестування стали такі висновки:

1. Більша частина опитуваних вказали, що дизайн плакату асоціюється в них здебільшого з ветеринарною клінікою, ніж з громадською організацією. Однак було відзначено, що текст, присутній на плакаті, легко сприймається зором, та відсутність ілюстрацій допомагає зосередитись на його змісті.

2. Велика кількість ілюстрацій тварин та використання зеленого кольору викликали асоціацію з зоопарком чи екопарком. У цілому було зазначено, що цей дизайн викликає приємні відчуття, сприймається доброзичливо.

3. Дизайн викликав асоціацію з захисною організацією, завдяки використанню таких елементів, як форма щиту [4]. Векторні зображення та велика кількість білого кольору зробили дизайн сучасним, але було визначено, що недостатня кількість кольорів роблять його не дуже привертаючим увагу, в порівнянні з іншими плакатами, які можна побачити на вулицях.

Аналіз результатів опитування сприяв визначенню концепції дизайну комплексу елементів айдентики громадської організації «ЗооКонтроль»:

Громадська організація «ЗооКонтроль»: «Щаслива країна для собак та громадян». Дизайн плакату задовольняє потреби споживача у безпеці, любові, приналежності, визнанні та самоактуалізації. Місія громадської організації «ЗооКонтроль» — підвищення рівня безпеки міст України [5]. Плакати несуть наукову та достовірну інформацію щодо діяльності організації, способи боротьби з безпритульними тваринами.

Для реалізації затвердженої замовником концепції, було зроблено декілька тестових ескізів елементів дизайну (насамперед рекламного плакату), після чого ескізи було обговорені членами фокус-групи. Більша частина експертів повідомила, що дизайн асоціюється зі сферою охорони природи, ветеринарії та медицини. Асоціації експертів: «світ», «щастя», «добро», «захист», «природа». Дизайн плакату привабливий, привертає увагу, ілюстрації хочеться роздивлятися.

В ході роботи було проведено порівнювальний аналіз із аналогами дизайну зоозахисного плакату на українському ринку. Результатом аналізу став висновок, що розроблений дизайн з усіх критеріїв вище по показникам, ніж представлені аналоги «конкурентів». Тож можна зазначити, що дизайн добре виконує свої функції, у подальшому буде продовжуватись проектна діяльність саме у цьому напрямку.

Було прийнято рішення відмовитись від поширеного підходу з використанням фотографій щасливих собак та людей, що вибивається з традиційного уявлення про соціальну рекламу даного типу. Використання великої кількості ілюстративного матеріалу, приваблюючого увагу споживача. Використання стандартного правила верстки «60-30-10»: 60% домінуючого кольору, 30% вторинного і 10% акценту, який частіш за все використовується у плакатах та є найбільш легким для сприйняття зором інформації [6]. У якості домінуючого кольору використати білий. Цей колір асоціюється зі здоров'ям, інноваційними розробками, наукою. Вторинні кольори — відтінки помаранчевого, рожевого та зеленого. Помаранчевий викликає такі емоції, як: дружелюбність, прилив енергії, тепло, бажання починати щось нове. Рожевий: уява, пристрасність, творчість, підприємливість і прагнення до нового. Рожевий — це комфортний колір, який асоціюється з надією. Теплий зелений колір: згідно психології кольору, зелений є символом природи, чистоти і зростання, є символом здоров'я, у зеленого є чітка асоціація з свіжістю і поверненням до життя [9]. Та кольором акценту використано чорний. У психології кольору чорний асоціюється з такими позитивними якостями: безпека,

сила, авторитет, змістовність. Чорний — це «впливовий» колір, який часто асоціюється з силою і розкішшю. Керуючись класифікацією зображень У. Боумена, ефективним буде використати символічне зображення, яке легше і швидше за інші сприймається людиною [8]. Плакат розроблено на основі композиції, яка побудована на діагоналях. Така композиція дуже динамічна, добре передає рух. При виборі шрифту було враховано основні вимоги до шрифту у плакаті [6].

У процесі роботи було зроблено обґрунтування проектного рішення — проведено тестування ідей дизайну та на основі отриманої інформації сформульовано і реалізовано концепцію дизайну айдентики громадської організації «ЗооКонтроль».

У подальшому буде продовжено роботу по розробці комплексу елементів дизайну айдентики громадської організації «ЗооКонтроль».

Література:

1. Бачманова Ю. Три «не» соціальної реклами / Ю. Бачманова // Альманах «Лабораторія реклами, маркетинга і public relations» — 2016. — Вип. 17. — с. 69-77
2. Егорова-Гаатман В. Н. Соціальна і політична реклама / В. Н. Егорова-Гаатман — М.: Центр політичної консультації «Никколо М», 1999. — 240 с.
3. Карамішев О. М. Щит в геральдиці як частина загальна і фігура особлива / О. М. Кармішев — Львів, 2013. — 21 с.
4. Огороднікова В. В. Щодо поводження з безпритульними тваринами міста: інф. Громадська організація «ЗооКонтроль»: 28.03.18 / В. В. Огороднікова — К., 2018.
5. Раевская И. Н. Иллюстрация как элемент графического дизайна современной рекламы: роб. ст. спеціальність 42.03.01 «Связи с общественностью» И. Н. Раевская — Белгород, 2016. — 25 с.
6. Хафф Л. Методологии разработки программного обеспечения / Л. Хафф — СПб.: КомпьютерПресс, 2004. 74 с.
7. Хохол Т. С. Роль иллюстрации в печатных СМИ: автореф. дис. д-ра журнал. наук:17.00.06 / Т. С. Хохол ; Москва. ФГБОУ ВПО, кафедра журналистики и коммуникации ФФЖБ-12. — М., 2009. — 45 с.
8. Дитяшева И. Психология восприятия шрифтов или как руководить настроением потребителей: [Електронний ресурс] / И. Дитяшева // — 2016. — Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/dizain/psihologia-vozpriyatiya-shriftov-ili-kak-upravlyat-nastroeniem-potrebiteley.html>
9. The Impact of Color on Conversion Rates: [Електронний ресурс]/N.Babich // — 2017. — Режим доступу: <https://theblog.adobe.com/the-impact-of-color-on-conversion-rates/>

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ЯК НАПРЯМ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИЩІЙ ОСВІТІ

На сьогоднішній день галузь цифрових технологій знаходиться на стадії становлення та формування, що не дозволяє провести об'єктивний і глибокий аналіз диджиталізації у всіх сферах людського життя. Тим не менш спостерігається активізація цього процесу: Інтернетом користуються близько 99% населення у віці 12-24 років, у віці 25-44 роки - 94%, у віці

45+ - 54%. У середньому на 1 користувача припадає 2-3 типи гаджетів, а середньостатистичний користувач проводить на добу 138 хвилин в десктопному і 107 хвилин в мобільному інтернеті [1].

За умов розвитку нової моделі економіки – «економіки знань» - перед сучасною системою освіти постають нові завдання:

- забезпечення безперервності;
- адаптація до кон'юнктури ринку і введення нових освітніх програм;
- послідовність рівнів освіти;
- практична орієнтація програм;
- досягнення високого освітнього рівня реалізованих програм через сучасні технології навчання [2].

Поняття «економіка знань» вперше використав Фріц Махлуп в 1962 році. Це поняття він трактував просто як сектор економіки. У сучасному світі даний термін розглядається більш широко та має на увазі тип економіки, де знання відіграють вирішальну роль, а виробництво знань стає джерелом зростання та модернізації. До зазначеного сектору Ф. Махлуп відносить численні види людської діяльності, які об'єднав в п'ять груп: освіта; наукові дослідження і розробки; засоби масової інформації (радіо, телебачення, телефон і т.д.); інформаційна техніка; інформаційні послуги [3].

Результатом функціонування сфери освіти є не тільки надання знань, а й формування освітніми організаціями компетенцій. Під компетенціями в даному випадку розуміється сукупність характеристик вченого, економіста, менеджера або інженера, що визначають ефективність його способів досягнення мети, у тому числі лідерські якості, організаторський талант, аналітичні здібності, цілеспрямованість, здатність швидко адаптувати до змін, творчий підхід до вирішення завдань, вміння впливати на результативність, здатність генерувати ідеї та інновації [3].

У навчанні студентів запроваджуються електронні інструменти, які відповідають вимогам часу, тобто стрімкого поширення набуває процес диджиталізації - інтеграції цифрових технологій у традиційне навчання. З технічної точки зору, диджиталізація (оцифрування, оцифрування, дигіталізація) – це процес переведення інформації в цифрову форму.

Диджиталізація навчання - використання дистанційних платформ для впровадження систем дистанційного навчання, що не тільки вирішує класичні завдання здешевлення навчання, універсалізації підготовки кадрів незалежно від територіального розташування навчального закладу і зручності використання дистанційних курсів, але й нові формати організації навчального процесу цілеспрямовано розробляються для того, щоб зробити процес навчання максимально легким і ефективним. Система допомагає студенту засвоювати нову інформацію, спираючись на відкритий доступ до інформації безліч і її використання для досягнення результату.

У контексті процесу диджиталізації у навчанні застосовують п'ять груп інформаційних технологій:

- технології, спрямовані на забезпечення соціальної взаємодії;
- технології, що забезпечують мобільність;
- технології для візуалізації;

- технології для оповідання / сторітеллінга;
- технології для гри [4].

До основних принципів, що дозволяють будувати навчальний процес за інноваційними технологіями, відносять: 5.

1. Принцип доступності.
2. Принцип постійного вдосконалення.
3. Принцип мережових відносин.
4. Індивідуалізація і персоналізація навчального процесу.
5. Принцип самоосвіти.

Таким чином, у процесі диджиталізації навчання викладачі мають змогу успішніше проектувати і будувати процеси навчання на своїх заняттях, а студенти опановують прийоми планування та самоорганізації власного розвитку та освіти.

Список використаних джерел:

1. TNS. «TNS WEB-Index: аудиторія інтернет проєктів». Результати дослідження. Росія. Ноябрь 2016г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mediascope.net/services/media/mediaaudience/internet/information/?download=1173&date=2016%2002&arrFilter_pf%5BYEAR%5D=2016&set_filter=Y.
2. Ярушкіна Е. А. Сфера освіти як перше підрозділення економіки знань / Е. А. Ярушкіна // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2012. – № 4 (111). – С. 267-271.
3. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М.: Прогресс, 1966.
4. Принцип індивідуалізації і смешанное обучение. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mvbulanov.com/blended01>. Нагорна О.О., завідувач кафедри мовознавства Хмельницького університету управління та права.

РИНОК CG ПЕРСОНАЖІВ

Активною сферою на сучасному арт-ринку є продаж CG персонажів, сьогодні це одна з самих прибуткових сфер мистецтва. CG персонаж — унікальний художній образ, створений за допомогою цифрового обладнання. Велика кількість молодих митців починають вивчати програми 3D моделювання бачачи майбутнє за медіа мистецтвом.

Продаж CG персонажів є одним з самих популярних сфер, це в загалом пов'язано з зростом численної кількості медіа продуктів, таких як: кіно, комп'ютерні ігри, реклами, іграшки, емблеми, сувеніри. Ця сфера більш всього розвинена у США, Канаді, Франції, Англії, Китаї, Японії. Одна з таких компаній гігантів по розробці комп'ютерних ігор, штаб квартира якої, знаходиться у Франції «Gameloft», чистий прибуток становить приблизно 250 000 000 євро за рік [1]. В Україні CG ринок це - одна з нових сфер приватного бізнесу, але вже існують компанії, котрі стали продавати свої моделі по всьому світу. Такі компанії знаходяться у Києві (SONATA, KLONA, Logo Master), Харкові (Plarium, Gameloft). Але не одна з цих компаній не спеціалізується лише на розробці CG персонажів, їх проєкти та розробки мають

більш різнопрофільний характер. Тобто для розробки персонажів приділяється менш уваги при роботі, що зменшує якість їх продукту [2].

Основними джерелами для поширення CG послуг є сайт платформи: «ArtStation, Pinterest, DeviantArt, Instagram, Facebook» де можна розташовувати розробки підприємства, студії, тим самим приваблювати потенційних клієнтів покупців. Навіть якщо у вашій стрічці немає потенційних покупців, можливо клієнт випадково побачить вашу роботу через хештеги. З усіх арт платформ, по реалізації продажу, лідируючої залишається «ArtStation» тому що конкретно спеціалізується на «3D і 2D- концептах»[3].

На території України вже закладена основа за для розвитку нового бізнесу по розробці CG персонажів. Вже існують спеціалізовані платформи, котрі дають змогу художникам розвивати приватний бізнес та вивчати тему моделювання персонажів. Все частіше починає розвиватися малий бізнес, котрий займає особливе місце на сучасному арт-ринку. Маленькі майстерні і студії, розробляють безліч медіа продуктів, котрі продають свої розробки дизайн проектів гігант компаніям.

Список джерел:

1. Інформаційний ресурс, присвячений усім аспектам індустрії ігор / Gameloft зароботала за 2014 год €227,3 млн / URL: <https://app2top.ru/industry/gameloft-zarabotala-za-2014-god-e227-3-mln-50311.html> (час публікації 29.01.2015) / загальне джерело URL: <http://lesechos-comfi.lesechos.fr/actualite.html?id=376061#>;
2. Компанія промислового дизайну/ URL:<https://klona.ua/>;
3. Інформаційний ресурс, платформа для художників, створена для демонстрації свого портфолію, пошуку роботи та зв'язку з можливостями/ URL: <https://www.artstation.com/>

МУЗЕЙНО-ВИСТАВКОВИЙ ЦЕНТР ХДАДМ: СТАРИЙ КОРПУС–НОВЕ ЖИТТЯ

Музейно-виставковий центр ХДАДМ – історичне місце академії, яке на сьогоднішній день потребує залучення уваги дизайнера. На даний час існує проблема щодо використання приміщення, яка безпосередньо пов'язана зі складністю ефективного використання простору для поєднання функцій музею, зали для засідань, приміщення для роботи приймальної комісії.

Музейно-виставковий центр ХДАДМ має виконувати такі функції: можливість змінної виставки (картин, кераміки, фотографій); сховище для історичних документів; місце для проведення засідань; місце для роботи приймальної комісії під час вступної компанії.

Функції можуть сприяти реалізації поведінки різних груп цільових споживачів [1]. Було також помічено, що зазначені групи людей відвідують музей в різні часові відрізки протягом року і з різною метою. Всі групи споживачів знаходяться в даному приміщенні в проміжку різного часу, тому музей повинен бути обладнаний для задоволення потреб цільових споживачів. Вивчення і аналіз даної проектної проблеми наштовхнуло на ідею зробити приміщення багатофункціональним, саме шляхом створення

комплекту меблів-трансформерів та виставкового обладнання, яке матиме можливість змінювати форму і призначення для здійснення різних функцій, обрано стратегію позиціонування на основі корисних властивостей продукту і емоційних цінностей: отже, запропоновано позиціонувати приміщення як зону для реалізації клубної поведінки [2].

Для підвищення ефективності проектного процесу використана модель проектування «водоспад», за якою передбачено виконання декількох, що слідує один за одним етапів. Модель водоспаду була обрана, тому що це одна з найпростіших і доступних моделей, всі етапи йдуть послідовно, кожен наступний не починається, поки не закінчиться попередній [3].

Для розв'язання описаної вище проектної проблеми планується створити комплект меблів для музею ХДАДМ. За образ був узятий знак академії, який символізує обриси старого корпусу ХДАДМ. Офіційний знак академії має свою історію та відповідає концепції приміщення. Дизайн комплекту буде створений в єдиному стилі раціоналістичного модерну [4], який можна добре побачити в образній конструкції даного символу. У формоутворенні переважають прямі геометричні лінії і часто використовуються прямі кути, щоб підкреслити знаковість. Кольорове рішення буде виконано у монохромних тонах з червоним акцентом. Дане колірне рішення було офіційно затверджено академією і є актуальним на сьогоднішній день. Комплект меблів складатиметься з столу для засідань, шафи, стільців і виставкового обладнання. Майже всі мебелі об'єкти можуть трансформуватися, що економить простір для пересування і розгляду експонатів. Проектовані меблі також виконують функції сховища та виставки.

В процесі ескізування ми виявили ряд найбільш перспективних рішень. Одним з них виявився стіл-трансформер, з кришками, що мають можливість опускатися і підніматися, в залежності від функції. Він складається з двох симетричних частин і має загальні габарити приблизно 6000 мм в довжину і 2000 мм в своїй найширшій частині. В процесі обговорення, було прийнято рішення зробити його схожим на знаковий символ академії. У композиційно-пластичному вирішенні переважають геометричні лінії. У розрізі ми можемо побачити опори, виконані у вигляді рам. У частині трансформації кришок ці опори мають виїмку в формі знака, яка виконує функцію ручки для висування.

У дизайні колірного рішення були обрані монохромні кольори з крапленням контрастного червоного кольору, що стилістично підходить даній концепції [5]. Так само особливістю даного столу є розріз в середній частині, де є контейнер для виставки картин з фіксатором. Стільці виглядають просто і лаконічно, з червоним акцентом на торці, що виглядає досить мінімалістично і стильно щодо дизайну.

Шафа так само ділиться на дві частини і має габарити 6500 мм в довжину і 2400 мм у висоту. Об'єкт так само виконаний в стилі раціоналістичного модерну, в монохромних кольорах і в розрізі нагадує прямокутник. Бічні стінки шафи не глухі і зроблені на просвіт для кращого розгляду експонатів і передачі легкості спостерігачу. Виставкове обладнання мобільне, може так само легко складатися в спеціальні для цього відсіки в шафі. Вітрини на стійках не потребують пересування.

Дизайн даного комплекту меблів містить у собі співзвучні геометричні лінії та кути, що нагадують знакову символіку академії, і це створює стилістичну єдність і особливість проектного рішення. Естетичності і легкості додають матеріали, які передбачаються у виготовленні комплекту. Це забарвлене світло-сіре ДСП з виявленою дерев'яною фактурою, фанера, і вицищений сріблястий метал в опорних конструкціях.

Провівши тестування аналогів і власних концепцій, можна зробити висновок, що проектування даного комплекту меблів-трансформерів для приміщення музейно-виставкового центру має сенс. Дане проектне рішення перемагає за всіма сюжетними характеристиками в раніше проведеному оцінюванні, як серед аналогів, так і серед власних варіантів.

Даний комплект меблів допоможе вирішити одразу декілька проблем та зробити приміщення музею багатофункціональним, а саме реалізувати можливість змінної виставки (картин, кераміки, фотографій), проєктовані об'єкти меблів стануть сховищем для історичних документів, стіл-трансформер стане місцем для проведення засідань, а завдяки його можливостям трансформації [6], проводити перегляди приймальної комісії стане можливим без будь-яких перешкод. Мобільне і складне виставкове обладнання стане відмінним рішенням для спонтанних виставок, наприклад, робіт студентів. Завдяки реалізації цих функцій, з'являється можливість використання даного приміщення для здійснення клубної поведінки, як клубу.

Отже, була доведена актуальність теми проектування; ми виявили проектну проблему та представили шляхи її розв'язання, визначилися з ідеєю дизайну продукту. На основі вподобань цільових споживачів була розроблена концепція дизайну, формоутворення і колірного рішення продукту. Завдяки ряду виконаних завдань, ми змогли описати і обґрунтувати ефективність обраного проектного рішення.

В подальшому планується розширити лінійку продукту, розробити більше варіантів дизайну і колірних рішень, можливо, задовольнити потреби ще декількох груп цільових споживачів.

Література:

1. Правоторов Г.В. Зоопсихология для гуманитариев. [http://juchka.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=76:2008-12-21-17-05-47&catid=21:2008-12-21-16-39-30&Itemid=25]; / Г.В.Правоторов // ЮКЭА. - Версия ISBN 5-93376-020-X - М. : ЮКЭА, 2002. - Режим доступа: локальный. - Дата обновления 20.01.2017.
2. Котлер. Ф. Позиционирование по Е. Райсу и Дж. Трауту/ Ф. Котлер // Основы маркетинга. — 2017. — № 16. — С. 289
3. Мержевич В. Модели проектирования – Поволжье: I2R // URL: http://www.i2r.ru/static/512/out_21121.shtml
4. Грашин А.А. Краткий курс стилиевой эволюции мебели — М.: Архитектура-С // URL: <https://www.inter-meb.ru/stili/modern/>
5. Мирошкин М. По кривой дорожке / Майкл Мирошкин, Элен Мирошкина / Salon De Luxe MODERN DESIGN/. — 2019. — № 2. — С. 118—127.
6. Босий І. М. Принципи формоутворення і трансформації об'єктів у дизайні меблів: автореф. дис. кандидата мистецтвознавства / Іван Михайлович Босий. — К., 2018. — 399 с.

МЕТОДИ ДОДАННЯ ВИРАЗНОСТІ У ФРАКТАЛЬНІЙ АНІМАЦІЇ

Фрактали — масштабний напрямок генеративного мистецтва. На даному етапі його розвитку спостерігається перехід від графічних фрактальних робіт до розробки анімованих творів. Існує велика кількість роликів з фрактальними просторами, але майже всі вони відображають суху математичну реальність, та не мають чітко виражених ідей. Це одна з ознак того, що фрактальна анімація знаходиться у стані становлення. Значно продвинулись вперед на даному етапі можна шляхом впровадження фракталів в твори, створені традиційними технологіями, або ж, навпаки, внесення сторонніх елементів у фрактальні ролики. Так чи інакше, ці прийоми в поєднанні з різноманітними фракталами можуть допомогти в розробці якісної та виразної анімації.

На тему фракталів існує велика кількість друкованих видань. Наприклад, відомий американський математик Б. Мандельброт, заснувавши теорію фракталів, написав книгу під назвою «Фрактальна геометрія природи». В ній він пояснює основні принципи і причини створення фракталів. Дана книга дозволяє дізнатися про фрактали з наукової точки зору [2].

В статті Деменюка С. Л. «Фрактал: между мифом и ремеслом» сделан обзор фрактальной геометрии природы и приведены возможности применения фракталов. Сделан упор на рассмотрение сфер производства и воспроизводства функций, операций, программ; далее – знаков и фантастических визуальных образов [1].

Фрактали притягують і зачаровують своєю красою та складністю. Саме тому їх дуже часто використовують для створення різного роду візуалізацій, відеоінсталяцій, спецефектів в медіа-дизайні та ін. Досить часто в іграх, де присутні різного роду природні ландшафти, так чи інакше використовуються фрактали. Цей спосіб досить ефективно зарекомендував себе. У великій кількості програм для генерації ландшафтів і пейзажів, заснованих на фрактальних алгоритмах.

Не обходиться без фракталів і кіномистецтво. Як і в іграх, там за допомогою фракталів створюються різні фантастичні пейзажі. Фрактальна геометрія дозволяє художникам по спецефектах легко створювати такі об'єкти, як хмари, дим, полум'я, зоряне небо та ін.

Широко поширена фрактальна анімація. Її видовищність з успіхом використовують віджеї в своїх відеомережах. Особливо часто такі відеоінсталяції використовуються на концертах виконавців електронної музики.

Для генерації фракталів існує багато програмного забезпечення, в якому UltraFractal є одним з найвідоміших. Існують також різні пакети для так званих фракталів Flame — такі як Oxidizer, Fractal Architect 4 або Chaotica. Для 3D-фракталів використовуються 2 провідних пакети: Mandelbulb3D і Mandelbulber. Крім генерування фракталів, ці програми також мають низку інструментів для їх подальшого рендеринга і візуалізації. Можливості рендеринга охоплюють: джерела світла, матеріали, відображення, глибину різкості, ефекти тіней і розмиття. Ці інструменти дозволяють користувачу спроможність точно регулювати свою візуалізацію.

У даній роботі ми, виділяємо та аналізуємо засоби виразності анімації, які не притаманні чисто фрактальній графіці, а є її доповненням. До них належать текст, відео, 3D-зображення, реалістичні текстури та інше. Такий підхід урізноманітнює можливості подальшого використання фракталів у анімації.

Нідерландський художник візуальних ефектів, Джуліус Хорстхайс (Julius Horsthuis) створює тривимірні складні фрактальні анімації. Його роботи — яскравий приклад імерсивного мистецтва, який об'єднує розрив між реальним і віртуальним світом. Саме на прикладі його робіт можна розглядати напрямки творчого пошуку, що заявлені в темі даної роботи [5].

Його робота «Mandelrun» (2017 р.) заснована на впровадженні у фрактальну анімацію бігунів, знятих на хромакей [7]. Це важливий експеримент в даній сфері, що дозволяє уявити можливості застосування фракталів в майбутньому. Фрактальний світ дозволяє отримати вражаючі локації, а впроваджені в нього люди додають ролику сюжет і зацікавлюють глядача.

Проект «Infinite Cities» цього ж художника був виконаний теж у 2017 р. [8]. Він заснований на показі анімації руху по фрактальному місту, на яке Джуліус наклав зображення — вивіски, вікна на фрактальні будинки. Такий прийом дозволяє додати в анімацію осмисленості і передати потрібний настрій.

Ролик «Our Fractal Brains» (2015 р.) заснований на впровадженні у фрактальний простір тексту [8]. Це зроблено для передачі настрою, розповіді певної історії. Поява в анімації текстових елементів дозволяє донести до глядача більш чітко окреслену ідею, занурити його в середовище, де відбувається дія.

Робота «Recurrence», що була створена у 2017 р., демонструє об'єднання роботи у різних програмах [9]. У цьому ролику показане нескінченне фрактальне місто. Для створення ролика Джуліус використав кілька комп'ютерних програм. За допомогою Mandelbulb3D був побудований сам фрактал, а нейронна мережа на базі системи машинного навчання TensorFlow дозволила накласти на нього супутникові фотографії міст. В результаті вийшла тривимірна модель міста, будівлі якого при наближенні перетворюються в скупчення більш дрібних будинків, що утворюють квартали і вулиці. Такий хід використаний для того, щоб урізноманітнити фрактальну анімацію, створити щось зовсім нове.

Вражаюча робота Джуліуса Хорстхайса «The Cryogenian», що була виконана у 2015 р., демонструє можливості режимів камери при створенні фрактальної анімації [10]. Даний інтерактивний ролик був створений в Mandelbulb 3D за допомогою панорамного режиму камери з розворотом на 360°. Джуліус створив фрактальну анімацію, а потім застосував до неї відповідний режим. Тим самим у глядача створюється ефект присутності всередині ролика [6].

У своїх роботах Джуліус Хорстхайс приділяє велике значення корекції кольорів, вважаючи, що саме вона визначає те, як глядач сприйме ролик. Він намагається використовувати помірні кольорні палітри, приділяючи більше уваги формам і оздобленню та також прагне до створення кінематографічного ефекту. Також він ефективно використовує шрифти, експериментуючи з їх впровадженням у фрактальний простір.

Можливості та особливості впровадження фракталів в кіно яскраво демонструє фільм «Вартові Галактики 2» (Guardians of the Galaxy Vol. 2) кінокомпанії Marvel Studios, що був знятий у 2017 році [11]. Візуальні ефекти для фільму створювались такими колективами аніматорів і студіями, як Framestore, Weta Digital, Trixter, Method Studios, Animal Logic, Scanline VFX, Lola VFX, Luma і Cantina Creative. Складний пейзаж інтер'єр планети Его, створений для фільма, був заснований на фрактальній математиці. Її творці зіткнулися з проблемою того, що фрактали не були традиційним багатокутним елементом геометрії, що може бути текстурована, освітлена та візуалізована. Але студія Animal Logic, завдяки своїм фільмам Lego, змогли знайти рішення цієї проблеми. Вони побудували рендеринг на 200 кадрів в Mandelblub 3D, а потім продовжили роботу в програмному забезпеченні фотограмметрії, тим самим використавши два інструменти, які ніколи ще не призначалися для спільної роботи. Це величезний крок вперед у вивченні того, як виводити фрактали в 3D простір для подальшої роботи з ними [4].

Крім генерації фракталів та можливості їх анімації, програма Mandelblub 3D також дозволяє додавати фон і об'ємне освітлення завдяки просунутому алгоритму візуалізації, який дає можливість отримувати реалістичні відображення, прораховувати прозорість і тіні, імітувати ефект глибини різкості та ін.

Таким чином, можна зробити наступні висновки. Розвиток фрактальних технологій на сьогоднішній день — одна з прогресивних галузей. Впровадження сторонніх елементів у фрактальну анімацію відкриває широкі можливості, наближуючи її до тривимірної анімації. Фрактальна графіка не має аналогів, вона унікальна в своєму роді. Тим самим з її допомогою можна створювати неповторні художні твори. За допомогою додавання тексту, зображень, анімаційних вставок, можна урізноманітнити фрактальну анімацію, привнести в неї ідею і сюжет, зацікавити глядача. Подальше вивчення можливостей поєднання фракталів і 3D-об'єктів є дуже перспективним. Можна з упевненістю сказати про величезне практичне застосування фракталів і фрактальних алгоритмів на сьогоднішній день. Спектр напрямків, де застосовуються фрактали, дуже великий. І в найближчому доступному для огляду майбутньому перелік таких напрямків буде тільки поповнюватися.

Література:

1. Деменов С. Фрактал. Между мифом и ремеслом. СПб.: Ринвол, 2011. 296 с.
2. Мандельброт Б. Фрактальная геометрия природы. М.: Институт компьютерных исследований, 2002. 656 с.
3. Check Out A Beautiful 360 Degree Virtual Reality Fractal Universe: animator Julius Horsthuis builds 3D fractal landscapes in virtual reality. Creators URL: https://creators.vice.com/en_uk/article/aenk3b/a-3d-fractal-artist-is-building-an-interstellar-inspired-vr-world (дата звернення: 22.10.2018).
4. Guardians of the galaxy vol. 2 (2017). Staq.ly URL: https://staq.ly/i/5a417b52d3fa7a05597b3930#Visual_effects (дата звернення: 22.10.2018).
5. Julius Horsthuis: веб-сайт. URL: <http://www.julius-horsthuis.com> (дата звернення: 22.10.2018).

Джерела:

6. Mandelrun, 2017 p. : <http://www.julius-horsthuis.com/mandelrun/>;
7. Infinite Cities, 2017 p. : [https://www.youtube.com/watch?v=jXYM_-_7UJM](https://www.youtube.com/watch?v=jXYM_-_7UJM;);

8. Our Fractal Brains, 2015 p. : <https://www.youtube.com/watch?v=iJxgfRZV9n4&app=desktop>;
9. Recurrence, 2017 p. : <http://www.julius-horsthuis.com/recurrence/>;
10. The Cryogenian, 2015 p. : <https://littlstar.com/videos/dde7cdc8>;
11. Guardians of the Galaxy Vol.2 - Weta Digital VFX Overview, 2017 p. : <https://www.youtube.com/watch?v=K7act-iMgU>.

., 4 , . « », ,

: . . , . . .

РОЗКРИТТЯ ТЕМИ АНІМАЦІЙНОГО ФІЛЬМУ МЕТОДАМИ АБСУРДУ

Абсурд використовується в мистецтві як засіб виразності. Він дозволяє піднести глядачеві проблему в гострій формі. Завдяки його алогічності та суперечливості можна перетворювати звичайні знайомі ситуації в щось, що запам'ятається і змусить задуматися. На дану тему є безліч досліджень і надрукованих літературних видань. В них розбирається саме поняття абсурду і його використання в різних сферах мистецтва.

Французький філософ і літератор Альберт Камю ввів термін «абсурд» і сформулював нову наукову школу, відому як «абсурдизм». У своєму дослідницькому проєкті «Абсурд в літературі» Нейл Корнвелл (Neil Cornwell) прагне представити абсурд як дискурсивно-філософську орієнтацію, яка не знає жанру, а скоріше може бути представлена в будь-якому жанрі. «Абсурд» починався як літературний рух, але незабаром завоював популярність в творчих жанрах, особливо в образотворчому мистецтві та театрі [1].

Не залишилося осторонь і такий напрямок мистецтва, як анімація, засобами якої ідея абсурду часто зведена в абсолют. Ще на початку ХХ століття відомий французький ілюстратор Гас Бофа (Gus Bofa) писав, що абсурд слід вважати фундаментальним принципом анімації. Використання методу абсурду в анімації здатне справити велике враження на глядача. Сама по собі анімація має широкі можливості для передачі ідей. У сукупності з впровадженням в неї абсурдних ситуацій можна лаконічними і простими засобами показати весь конфлікт ситуації [2].

Яскравим прикладом є анімаційний фільм «Symphony №42» 2014 року виробництва Reka Busci — абсурдний соціально-критичний ролик, що мав величезний успіх як на фестивалях, так і серед глядачів [3]. Робота є послідовністю 47 коротких абсурдних сюрреалістичних сюжетів, що засновані на взаємодії людей і природи. Вона демонструє глядачу новий погляд на звичні ситуації, а також окреслює різноманітні екологічні та соціальні проблеми. Наприклад, це демонструється в сцені, де слон, який знаходиться в клітці, малює плакат, в якому просить про допомогу. При цьому його захоплено фотографують відвідувачі зоопарку. Невеликі події, переплетені асоціаціями, висловлюють ірраціональну узгодженість нашого оточення. Незважаючи на те, що спочатку сюжети абсолютно різні, під кінець стає видно зв'язок між ними. Завдяки простій, стриманій, але приємній стилістиці ролик яскраво, виразно і швидко передає вкладені в нього ідеї. Symphony No. 42 має безліч нагород, включаючи Best Short на Мельбурнському міжнародному кінофестивалі, він був включений в список «Оскар».

Робота «Wind» німецького аніматора та ілюстратора Роберта Лобеля (Robert Lobel) 2012 року показує світ, в якому діють незвичні природні умови — в ньому постійно дме сильний вітер [4]. Нам демонструється ряд ситуацій, що показують особливості життя людей в таких умовах. В кінці ролика на короткий час світ повертається в звичний стан і ми бачимо ті ж ситуації з людьми, що більш не повинні боротися з поривами вітру, але ще не зрозуміли цього. Наприклад, гравець в настільний теніс більше не знає, як грати на самоті, адже вітер перестав відбивати кульку. Завдяки своїй абсурдності те, що відбувається викликає посмішку у глядача. Проста, але виразна стилістика відображає особливості життя людей в цьому світі і добре вписується в події, що спостерігає глядач. Цей смішний анімаційний короткометражний фільм теж отримав велику кількість нагород.

Анімація «Things you'd better not mix up» Джуста Люма (Joost Lieuwma) створена в 2010 році та показує ряд абсурдних речей та ситуацій, які, якщо підійти до них з протилежного боку, мають явно кумедний результат [5]. Сюжет полягає в тому, що в кожному фрагменті є неправильне використання предметів або ж абсурдна поведінка в певних ситуаціях. Через це герої уривків потрапляють в певні неприємності. Наприклад, пожежник поливає водою море, а водолаз стрибає в глибину вікна палаючого будинку. Використані сюжети виглядають абсурдно жорстокими і тим самим викликають у глядачів більш яскраві емоції.

Робота «Ohus. In the air» кінокомпанії “Eesti Joonisfilm” 2009 року показує ряд різних невеликих абсурдних сюжетів [6]. У них переплітаються, взаємодіють і впливають один на одного справжня і віртуальна реальності. Наприклад, коли персонаж повторював вправи за телевізійною програмою, а його дружина перемкнула канал на плавання — нам показали, що персонаж також став плавати в повітрі та вистрибнув у вікно. Те, що відбувається в ролику тримає глядача в зацікавленості до самого кінця. Завдяки використанню анімації кадру, монохромним квітам і деталізованій, але простій стилістиці ролик створює похмурий і напружений настрій.

Інтро-ролик “2011 Tallinn Euroopa Kultuuripealinn” 2010 року передає суть того, що відбувається, за допомогою нереалістичної ситуації [7]. Незважаючи на свою коротку тривалість, ролик встигає продемонструвати швидкий абсурдний сюжет про оживилі два міста. Вони грають на музичних інструментах та веселяться. Завдяки своєму темпу і подіям, що відбуваються ролик вселяє гарний настрій. Вкрай проста стилістика розслабляє глядача і тим самим справляє гарне враження.

Робота “Nice day for a Picnic” 2008 року бельгійського аніматора Моніки Галлаб (Monica Gallab) демонструє абсурдні зациклені сюжети, сюрреалістичний вічний конвеєр щоденного ритуала життя, де кожен персонаж слідує за своїм попередником, та в яких при кожному наступному перегляді показується все більше деталей [8]. Наприклад, в перших сценах жінка щось ріже, але ми бачимо лише те, що маленькі люди біля її ніг забирають обрізки. Згодом ми дізнаємося, що вона за кадром ріже саме цих людей. Тим самим, під кінець ролика всі сюжети виявляються пов'язаними між собою і глядач розуміє все, що відбувається. Стилістика ролика відповідає сюжету, вона проста,

з обмеженим набором кольорів. Тим самим підкреслюється і доповнюються абсурдні ситуації.

Висновки. Таким чином, завдяки методам абсурду в анімації можна більш яскраво, виразно передати ідеї і більше вразити глядача. Зазвичай використовується проста стилістика і стримана кольорова гама. Головний акцент робиться на сюжетах, який або одразу показує глядачу всю суть проблеми, або ж робить це поступово, у міру перегляду ролика. Найчастіше заради абсурдності ситуації використовуються нелюдяні і холодні сюжети. Тим самим дані відео сильніше запам'ятовуються глядачу і викликають більш яскраві враження і емоції.

Література:

1. Neil Cornwell The absurd in literature. Manchester and New York: University of Manchester Press, 2006.
2. Gus Bofa & Richard George Elliott, The Animated Cartoon (and, More Generally, the Cinema Envisaged as a Mobilization of the Absurd), 1925. Выдержка автора с источника: Taylor&Francis Online [Електронний ресурс] — 2016. — Режим доступу: <https://www.tandfonline.com/author/Bofa%2C+Gus> (дата звернення: 11.02.2019).

Джерела:

3. Symphony №42, 2014 p. : <https://vimeo.com/153887315>;
4. Wind, 2012 p. : <https://vimeo.com/80883637>;
5. Things you'd better not mix up, 2010 p. : <https://vimeo.com/50148883>
6. Öhus. In the air, 2009 p. : <https://vimeo.com/21073057>;
7. 2011 Tallinn Euroopa Kultuuripealinn, 2010 p. : <https://vimeo.com/19481503>
8. Nice day for a Picnic, 2009 p. : <https://vimeo.com/9465841>.

· .,1 , . ().
: . . « » . .

ЧЕРЕП ЛЮДИНИ: ЦІКАВІ ОСОБЛИВОСТІ БУДОВИ.

Одним з головних кісткових утворень в людському організмі є череп. Саме він відповідає за життєво важливі процеси і виконує певні функції.

Зовні череп нагадує каркас з кісток, що з'єднані між собою за допомогою хрящів і спеціальних швів. Тільки нижня щелепа кріпиться за допомогою рухомого скронево-нижньощелепного суглобу.

Череп складається із 23 кісток. Умовно його можна поділити на мозковий і лицьовий відділи.

Лицьовий відділ складається з парних (верхня щелепа, носова кістка, нижня носова раковина, піднебінна кістка, вилична і слізні кістки) і непарних (решітчаста кістка, леміш, нижня щелепа, під'язикова кістка) кісток. Цей відділ впливає на органи чуття, дихання і травлення.

Мозковий відділ розташовується над лицьовим, має об'єм близько 1500 см³, у своїй будові налічує непарні (потилична, клиноподібна і лобова) і парні (тім'яна і скронева) кістки.

Череп має дуже міцну структуру і при цьому залишається легким. Ця особливість полягає в тому, що у деяких кістках скелету голови знаходяться порожнини, які заповнені повітрям і з'єднуються з порожниною носа.

Ще ці кістки, які заповнені повітрям, забезпечують організму необхідну теплоізоляцію для його органів. Завдяки щелепам і повітряноним пазухам людина може утворювати звуки.

Формування черепа - дуже складний процес, бо він пов'язаний з утворенням головного мозку. Таким чином спочатку повинен сформуватися мозок, а вже потім скелет голови. Під час формування закладаються індивідуальні особливості кожної людини. Щоб повністю сформуватися череп повинен пройти 4 основні етапи, а саме:

I етап проходить в період від народження до 7 років – це етап рівномірного та енергійного зростання. В цей час активно формується задня частина черепа. З появою молочних зубів і розвитком жувальної функції формується лицьовий череп.

II етап з 7 до 13 років – це період зростання зводу черепа.

III етап з 14 років до зрілого віку – період активного росту лобного та лицьового відділів мозку. У цей період посилено проявляються статеві відмінності. У хлопчиків череп витягується в довжину, а у дівчаток зберігається його округлість. У чоловіків він більш рельєфний, а у жінок більш плавний.

IV етап – похилий вік - це період зміни черепа, пов'язаний зі старінням організму, випадінням зубів, зміною жувальних м'язів.

У новонароджених мозковий відділ в кілька разів більше за лицьовий, адже щелепи перебувають ще на етапі розвитку. Тому вони набагато менші ніж у дорослої людини. Шви між кістками ще не сформовані і можуть рухатися зі зростанням мозку. При народженні мозок становить близько 300г, а у зрілому віці майже -1400г.

Також є відмінності у будові скелетів голови жінок і чоловіків. Наприклад, чоловіки мають більш виражені надбрівні дуги, потиличний бугор і глибокі очниці. У жінок більше розвинуті лобні бугри і череп жінок менший по розмірам за чоловічий.

Скелет черепа служить футляром для органів слуху. Наприклад, складна парна скронева кістка формує черепний звід і поміщає в себе органи слуху. А також утворює піраміду, в якій поміщена барабанна порожнина і внутрішнє вухо.

Отже, череп людини є унікальною кістковою системою, що служить каркасом-захистом для головного мозку та органів чуття, його кістки з'єднують м'язи шиї, мімічні м'язи і жувальні.

Джерела:

1. <https://dovidka.biz.ua/znachennya-cherepa-lyudini/> Довідник цікавих фактів та корисних знань © dovidka.biz.ua
2. <https://noilluk.netlify.com/organi-lyudini7/cherep-pidstava-budo4596>
3. <https://likuvati.ru/organi-ljudini/9751-cherep.html>

.., 4
:

КОНЦЕПЦІЇ ДИЗАЙНУ ТЕКСТИЛЮ В ЗАМКНеноМУ ЦИКЛІ ВИРОБНИЦТВА

На сьогоднішній день першочерговою задачею необхідною для вирішення при проектуванні текстилю та текстильних виробів є екологічність та раціональність. Проблема накопичення текстильних відходів та забруднення довкілля відходами від виробництв легкої промисловості жахає своїми масштабами — чотири відсотки площі планети вкриті цим сміттям, яке отруює повітря, воду, ґрунт, а отже негативно впливає на стан здоров'я людей.

Бездумне споживання та постійне збільшення темпів виробництва в дуже короткий строк нанесли колосальної шкоди довкіллю. Але ж ресурси Землі, як власне і її площа не є невичерпними. Саме тому питання екології та доцільного використання ресурсів є одним з найважливіших на сьогоднішній день. Зважаючи на це, доцільним здається переглянути концепцію проектування текстилю в цілому – потрібно зрозуміти які матеріали та яким саме чином можна відновлювати й використовувати знову і знову в замкненому циклі виробництва.

Концепції проектування текстилю можна розділити на два підходи, спираючись на роботу Кейт Голдсворті «Дизайн для відновлення»: націлена виключно на кінцевий продукт, тобто активний та проактивний – коли при розробці передбачається повний життєвий цикл виробу, з подальшою переробкою чи утилізацією. В залежності від сировини та її походження проактивний підхід, що відповідає поточним можливим параметрам відновлення для текстильних матеріалів, не втрачаючи притаманної їм цінності, було розділено на:

- відновлення в біологічному циклі: дизайн з матеріалами, які біорозкладаються;
- відновлення в технічному циклі: дизайн з матеріалами, які можна безкінечно переробляти без погіршення оригінальної якості;
- використання мономатеріалів: просте використання одного матеріалу забезпечує більш чіткий шлях до переробки для обох циклів;
- використання змішаних волокон, за умови їх розділення та подальшої окремої переробки відповідно до сировини.

Описана структура створює системи споживання і виробництва, в яких матеріали переміщуються циклічно у відповідних біологічних або технологічних циклах живлення, послідовно поповнюючи себе. Це закриті цикли, в яких матеріали є ніби «поживні речовини» для нових продуктів. Таким чином, у цьому процесі відходи і є сировиною без втрати якості кінцевого продукту, за рахунок відновлення на технологічному рівні.

Природні волокна і біополімери належать до природних циклів. За рахунок процесів переробки, як правило, знижується якість продукції, тому ідеальний сценарій утилізації для цих волокон - вони повинні бути повернуті на землю, де вони нешкідливо розкладаються і стають їжею для рослин і тварин, таким чином відновлюючи поживні речовини у ґрунті.

Приклад: проект BioCouture Сюзанни Лі, в якому досліджене використання бактеріальної целюлози, вирощеної в лабораторії, для виробництва

одягу. Кінцева мета полягала в тому, щоб буквально виростити сукню в чані з рідиною. Дизайнер і дослідник Сюзанна Лі співпрацювала з вченим, доктором Девідом Хепвортом, щоб розробити процес, за допомогою якого волокно формується в чані з рідиною, що складається з суміші дріжджів і солодкого чаю. Коли висушується, це утворює компакту шкірясту папірусоподібну речовину. Колір досягається за допомогою простих харчових речовин, таких як куркума, порошок каррі і вишні. Експеримент розпочався у 2006 році і продовжує проходити тести.

Більш комерційним прикладом є футболка Trigema. Компанія Trigema співпрацювала з доктором Майклом Браунгартом з Гамбургського інституту екологічних досліджень і постачальниками, включаючи виробника фарбників Ciba, щоб розробити футболку, яка може закінчити своє життя на купі компосту. Вони використовували тільки компоненти, які можуть бути повністю біодеградовані до речовин, які є частиною відомого біологічного циклу. Щоб досягти цього, Trigema використовував 100% бавовну з США і Пакистану, без пестицидів і залишків добрив, а пряжа прялася з природним парафіном. Вони також використовували барвники, які були спеціально розроблені для біологічного розкладання і є більш стійкими ніж стандартні барвники.

До технічних волокон належать синтетичні полімери - продукти переважно виготовляються з невідновлюваних ресурсів, таких як нафта і повинні залишатися в замкнутих технічних циклах і стати цінними речовинами для переробки. Ці матеріали можна повернути до їх вихідних елементів шляхом повторної полімеризації для того, щоб матеріал був такої ж високої якості, як і первинний. Ці волокна повинні бути повернуті в промислові цикли та стати високоякісною сировиною для нових продуктів.

Прикладом використання мономатеріалу є проект Кейт Голдсворті Mono Finishing (2008–2011). Мета якого полягала в тому, щоб вивчити потенціал для нових процесів обробки. Робота складалася з серії повністю готових зразків текстилю, кожен з яких демонстрував іншу техніку, розроблену за допомогою нової технології лазерної обробки в TWI (Інститут Зварювання) в Кембриджі 2008-2009 р. Лазер використовувався для створення оздоблення поверхонь. Екологічні переваги: без використання клеїв, без механічного зшивання, без паст для друку або оздоблювальних хімікатів. Додаткові переваги включають програмований характер технології.

Цей проект також послужив основою для подальшого розвитку мономатеріальних технологій в проекті Laser Line (2010–2013). Використання даної технології може дозволити дизайнеру об'єднати нанесення поверхневого малюнка та з'єднання деталей в один процес. Продукти виготовляються з переробленого поліестеру, що робить їх повністю переробними наприкінці терміну служби. Це також може допомогти виробникам текстильної продукції зменшити використання матеріалів та скорочувати виробничі витрати, а також створювати ефекти стьобання, флукування, покриття блиском та прозорості без додавання хімікатів або клею.

Прикладом промислового використання мономатеріалу в технічних циклах є Patagonia. Компанія запустила лінію переробки одягу з поліефірної сировини та оголосила мету зробити всі продукти виробництва через

утилізацію предметів одягу. Ця програма пропонує клієнтам повернути вживаний одяг і використовує його для створення нових речей через коло процесу хімічної переробки. Ця технологія зменшує викиди CO₂ на 77% і споживання енергії на 84% (у порівнянні з використанням первинного полієфіру).

Зазначені два види циклів відносяться до принципово різних матеріалів з різними властивостями та потребами у переробці. Для того, щоб цикли функціонували, природні волокна мають бути окремо від штучних. Якщо матеріали з обох циклів присутні в одному продукті, наприклад, у змішаному волокні, поділ стає проблематичним – додає ще один етап у циклі. Тобто спочатку необхідно розділити волокна. Це стало можливим за шведською технологією Regenerator – кругова технологія, яка використовує хімічно чистий реагент, щоб м'яко розділяти і регенерувати бавовняні та полієфірні суміші в нові, повністю придатні для використання текстильних волокон. Спираючись на описану вище технологію, можемо виділити ще один підхід, який дозволяє задіяти сировину зі змішаним типом волокна та після розділення кожен тип волокон використовувати вже в окремих замкнених циклах, відповідно до походження сировини.

Висновок. Проаналізувавши досвід даних дослідників та компаній було з'ясовано, що впровадження системи замкнутого циклу у виробництво є дійсно можливим, економічно вигідним та значно екологічнішим в порівнянні з використанням первинної сировини. Тож використання цього підходу великими виробниками текстилю може значно поліпшити загальний стан екології та зменшити збитки, які вони наносять довкіллю зараз.

Література:

1. Closing the Loop – a Report on Patagonia's Common Threads Garment Recycling Program [Електронний ресурс] // Patagonia. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.thecleanestline.com/2009/03/closing-the-loop-a-reporton-patagonias-common-threads-garment-recycling-program.html>.
2. Gertsakis J. Sustainability and the Waste Management Hierarchy [Електронний ресурс] / J. Gertsakis, H. Lewis. – 2003. – Режим доступу до ресурсу: http://www.helenlewisresearch.com.au/wpcontent/uploads/2014/05/TZW_-_Sustainability_and_the_Waste_Hierarchy_2003.pdf.
3. Goldsworthy K. Design for Cyclability: Pro-active approaches for maximising material recovery / K. Goldsworthy. // Making Futures Journal. – 2013. Vol 3 ISSN 2042-1664.
4. The Regenerator [Електронний ресурс] / [Z. Guo, L. Schwarz Bour, E. Nilsson та ін.] // RISE IVF. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.swerea.se/en>

.., 4 , .
:
.

ХУДОЖНІЙ ТЕКСТИЛЬ В ДИЗАЙНІ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Вивчення взаємодії предметів текстилю з житловим інтер'єром є необхідним для розуміння сучасної проектної культури. Художні та формотворчі експерименти з текстилем стали можливими внаслідок постійного розвитку технологій, пошуку нових матеріалів та їх комбінацій, як засобу виразності та нової інтерпретації традиційних технік. Напрочуд

важливими показниками розвитку текстильного дизайну в останні десятиріччя є суттєві зміни, що відбуваються в предметному наповненні сучасних житлових приміщень.

Художнє оформлення текстилю дозволяє створювати велику кількість предметів декору та аксесуарів для інтер'єру. Серед них штори та інші типи драпірувань, які дозволяють розділити житлове приміщення на зони, різноманітні подушки, декоративні покривала, світильники, столова білізна, постіль.

Головні функції текстилю в інтер'єрі: побутова (утилітарна), естетична (художня) та функція організації простору. В якості другорядних виступають: соціальна, духовна, компенсаторна та обрядова функції. Особлива увага приділяється візуальним властивостям інтер'єру та його текстильної складової. Художні властивості текстилю відіграють одну з визначних ролей при виборі утилітарних речей.

Художня функція текстилю відповідає естетичним потребам конкретної людини. Вона надає об'єкту образність, створюючи стійкий взаємозв'язок форми й ідеї. Естетично оформлені утилітарні предмети не завжди є носіями художньої функції, однак у тих випадках, коли вони є носіями образу, вони в повній мірі стають художніми об'єктами.

Утилітарна функція текстилю є власне практичним застосуванням речей та висуває свої регламентовані вимоги щодо складу й якості тканин і виробів з них. Практичне призначення текстилю в просторі зводиться до захисту від різних впливів довкілля (холоду, спеки, світла, пилу, вологи) й тісно пов'язана з його приналежністю елементам інтер'єру, а також оздобленню архітектурних елементів. Текстильні вироби мають широкий спектр здійснення просторових зв'язків в інтер'єрі.

Основні прийоми просторового функціонування текстилю в інтер'єрі:

- 1) виявлення тектонічної структури інтер'єру,
- 2) його реальна трансформація,
- 3) ілюзорна трансформація.

В першому випадку текстиль вписується в тектонічну структуру інтер'єру, підкреслює контури архітектурних мас, об'єднує часом розрізнену і різнохарактерну структуру житлового простору. Текстиль тісно пов'язаний з архітектурою, відповідає їй за місцем розташування, колоритом, масштабом візерунку та розміром виробів.

У другому випадку текстиль виконує функцію додаткового членування архітектурного простору різними пластичними формами, змінює обриси й ступінь замкнутості.

У третьому випадку – змінює масштабність і динаміку сприйняття простору, створює нові умовні кордони. Рішення інтер'єру з урахуванням вікових груп й особливостей життя людей та відповідного текстильного заповнення простору також є проявом соціальної функції.

Важливим фактором у формуванні сучасного житлового інтер'єру є колір і фактура текстильної поверхні, які мають фізичні характеристики, здатні викликати певний емоційний стан. Текстиль формує не тільки предметне середовище, а й сферу психофізичних почуттів споживача. У житловому

інтер'єрі тактильні відчуття людини діють в рівній мірі з візуальним сприйняттям, характер і якість текстильної поверхні є важливим аспектом його формування. Художнє рішення інтер'єрів більшою мірою орієнтоване на візуальне сприйняття. Однак, напрочуд важливою є сукупність різних відчуттів, одним з яких є тактильне.

Текстиль може кардинальним чином змінити характер приміщення, його колорит, емоційність, стилістику, додати інтер'єру актуальності. В матеріальному плані це не вимагає великих витрат, як при заміні інших елементів обладнання інтер'єру.

Стилістичне спрямування текстильних композицій зазвичай визначено рамками встановленого дизайнерами та декораторами рішення житла. Однак, текстиль може бути відправною точкою у визначенні стилістики інтер'єру, у випадках використання в інтер'єрній експозиції сімейних або культурних реліквій, об'єктів художнього та колекційного текстилю. Таким чином, функцію просторової організації інтер'єру житла можна вважати основоположною.

Можна виділити кілька значень художнього текстилю в інтер'єрі:

- абстрактний спосіб оформлення;
- грає роль в колористичному рішенні;
- є способом оформлення в якості світлового об'єкту;
- використовується як декоративна тканина;
- об'єкт мистецтва в декоративному оформленні;
- фронтальний елемент оформлення інтер'єру.

Виходячи з можливостей взаємодії виробів художнього текстилю з інтер'єрним простором можна привести наступну класифікацію:

а) За типом розміщення в інтер'єрі:

- фронтальні об'єкти (панно, картини, декоративні вставки);
- конструкції, що трансформуються (ширми, перегородки);
- декоративна тканина в інтер'єрі (штори, балдахіни, подушки, чохла та оббивка на меблі, узголів'я ліжка);
- освітлювальні прилади та конструкції (абажури, бра, плафони, екрани).

б) За видом образотворчості:

- образотворчо-змістова композиція;
- архітектурно-декоративна (орнаментальна) композиція;
- образотворчо-декоративна композиція;
- геральдична композиція.

в) За характером розміщення на площині:

- суцільне заповнення площини за допомогою елементів;
- часткове заповнення площини;
- вставка-елемент предмету або частини площини;
- секційна структура, кесонування.

г) За типом масштабності:

- одномаштабна композиція;
- різномаштабна композиція.

В результаті використання засобів художнього текстилю можна досягти єдності взаємопов'язаних елементів. Композиція інтер'єрного простору,

збагачена текстильними елементами, відрізняється розподілом предметів та елементів, встановленням співвідношення між розміщенням об'єктів, світла, кольорових акцентів.

. ., 2 , .
: (.)

ФЕОДОРО: СЕРЕДНЬОВІЧНА ХРИСТИЯНСЬКА ДЕРЖАВА НА ТЕРЕНАХ УКРАЇНИ

Ще в шостому сторіччі до Р.Х. кримське узбережжя опинилося у зоні впливу античної цивілізації, а згодом її наступників. В дванадцятому сторіччі в Південно-Західному Криму утворилося велике **князівство Феодоро**. Успішні для Феодоро війни за володіння південним берегом Криму призвели до того, що з 1460-х років генуезці визнають за панами Феодоро титул «панів Готії».

Історія князівства готів та греків завершилася після підпорядкування Криму Російській імперії восени 1778 року: православних греків та вірмен Криму було примусово переселено до Азовської губернії. Готська митрополія була ліквідована Катериною II, а її парафії були в 1788 р. передані у підпорядкування Єкатеринославської єпархії РПЦ. У 1792 р. Мангуп покинули останні мешканці — громада караїмів.

Руїни фортеці Феодоро досить добре збереглися, їх можна побачити й сьогодні. Князівський палац та церква Костянтина та Єлени зруйновані — залишилися тільки фундаменти. Базилику та залишки міських будівель затоплено під час будівництва водосховища в 80-х роках XX сторіччя. Кожної весни залишки базилики з'являються з-під води. Археологами вони не досліджувалися. Частина каменів з базилики демонтовано та звалено купою біля селища Ходжа-сала. Мешканці селища — кримські татари — це каміння не використовують[1].

Розквіт держави Феодоро доводиться на першу половину 15 століття, до часів правління князя Олексія I. До цього ж часу відносяться прекрасні фрески мангупського Південного монастиря – рідкісне взаємопроникнення візантійського класицизму і італійських впливів¹. У фресках Південного монастиря на Мангупі, розписаного в роки правління Олексія I, навіть фігури Марії і апостолів набувають аристократичний характер: витончено вдягнені в багаті шати, вони схилиються перед Богом в придворному поклоні[5].

Але не слід бачити в цьому виключно імперський пафос. Фрески мангупського монастиря, створені за кілька десятиліть до загибелі візантійського світу, несуть в собі відбиток тривоги. Суворий Спас в силах нагадує про страшний суд, а обличчя Богородиці не спокійне і безтурботне, як на класичних візантійських зображеннях, а висловлює скорботу і печаль.

На думку відомого археолога і мистецтвознавця О. І. Домбровського, розпис храму Мангупського Південного монастиря несе сліди впливу італійського Ренесансу. У 1471 р союз генуезців і феодоритів перед лицем спільної загрози з боку Туреччини уможливив проникнення в Південно-Західний Крим італійського мистецтва .

Коли в кінці 50-х рр. Домбровській приступив до дослідження і часткової реставрації фресок, вони вже були істотно зруйновані. В даний час під шаром кіптяви і «автографів» неосвічених відвідувачів з великими труднощами можна розглянути контури фігур, не кажучи вже про деталі. Колись на плато було багато церков, і наземних, і печерних. Під час розкопок храму святого Георгія 15-16 ст. О. Герценом 2015 р. було знайдено унікальну ікону з кістки з надзвичайно реалістичним зображенням святого, яке більш властиво не Візантії, а європейським традиціям. Ще кілька десятиріч тому можна було побачити залишки фресок XIV-XV сторіччя. Нажаль розписи знищено туристами за часів комунізму (були в задовільному стані ще в 50-х роках ХХ сторіччя). Південний монастир Успіння Пресвятої Богородиці з рідкісною апсидою присвяченою дванадцятирічному Христу Еммануїлу був відроджений на початку 21-го століття священником о. Меркурієм за його власною ініціативою. Зараз монастир має назву «Мангульський Свято-Благовіщенський чоловічий монастир».

Література:

1. Н. Бармина. Мангульская базилика в свете некоторых проблем крымского средневековья. // Сб. Византия и средневековый Крым, Симферополь, 1995.
2. А. Виноградов. Надписи княжества Феодоро в фондах Херсонесского музея. Сб. Причерноморье в средние века, СПб, 2000.
3. Хайбуллаева Ф. Новый турецкий источник по истории Крыма. 4. Герцен А. По поводу публикации турецкого источника о завоевании Крыма. // Сб. Материалы по археологии, истории и этнографии Таврии, т. 8, Симферополь, 2001.
4. Е. Веймарн и др. Археологические исследования столицы княжества Феодоро // Сб. Феодальная Таврика, Киев, 1974 год.
5. А. Герцен. Мангуп. Симферополь, 2001.

РОСІЙСЬКИЙ ФУТУРИЗМ 1920-Х РОКІВ

Російський футуризм, заперечуючи класичне мистецтво, прагнув знайти нові параметри краси, які б відповідали сучасності. За кожним художником визнавалося право втілювати своє розуміння краси, що відповідало умовам перехідного періоду. І. Кант писав про творчу стихію генія, яка вище встановлених правил і сама в собі містить правила. Він казав, що кожне мистецтво передбачає правила, тільки ґрунтуючись на яких і можна уявити собі можливості твору, якщо він має називатися художнім. Але так як без попереднього правила жоден твір не можна назвати мистецтвом, то природа в суб'єкті повинна давати мистецтву правила, тобто витончене мистецтво можливо лише як твір генія [1:323]. Таким чином, І. Кант, визнаючи історичну рухливість норм і правил, віддавав перевагу творчій стихії художника, здатного їх подолати.

Футуристам було притаманне розуміння того, що краса різноманітна, як різноманітний світ, людське сприйняття світу і його духовне втілення. Головною якістю краси футуристи вважали новизну. Все нове й оригінальне,

що несе на собі відбиток творчої волі й суб'єктивності художника, оцінювалося футуризмом як красиве. «Ми були винахідниками й переробляли світ по-своєму, — згадував О. Родченко. — Ми не пережовували натуру на своїх полотнах, як корова жуйку. Ми створювали нове поняття про красу і розширювали поняття мистецтва» [2:312].

Краса не розглядалася футуристами як система, що володіє цілісністю, впорядкованістю і статичністю. Краса предмета визначалася не конструкцією, а станом, процесом існування, енергетичним потенціалом. К. Малевич стверджував, що стан предметів ставав важливішим їх суті й сенсу [3:18]. У художній свідомості футуризму, яка основною формою існування була розглядала динамічний час, світ складався не з речей, а з процесів. Звідси визнання краси руху, становлення, швидкості й дисонансів, в яких футуристи бачили прояв творчої енергії життя.

Для втілення ідеалів краси футуризм у художній практиці використав два прийоми формоутворення — фрагментарність і зрушення. Втілена за їх допомогою краса була комбінацією фрагментів і зверталася не стільки до почуття і споглядання, скільки до уяви й інтелектуального сприйняття. Прийом «фрагментарності» був віддзеркаленням роздробленості й хаотичності світу, так як у свідомості людини ХХ століття картина світу втратила свою загальну єдність і перетворилася в калейдоскоп окремих фрагментів [4].

Свої уявлення про красу російські футуристи втілювали в мистецтві двома способами, орієнтуючись і на традицію, і на новизну. Перший спосіб був пов'язаний з художньою оцінкою і творчим запозиченням тих традицій, які класичним мистецтвом оцінювалися як вульгарні і позбавлені естетичної цінності. Другий спосіб був заснований на розумінні мистецтва як сфери абсолютної свободи для художника, за яким визнається право бачити красу за новими правилами.

У пошуках прийомів, здатних звільнити художню свідомість від уявлень, що нашарувалися в пізній історії, російський футуризм звернувся до «не вченого» мистецтва — народного, примітивного, дитячого. «Ми беремо за точку відправлення нашого мистецтва лубок, примітив, ікону, так як знаходимо в них найбільш гостре, безпосереднє сприйняття життя» [5:105]. Спрямованість до «наївної» свідомості дозволяла нейтралізувати дію звичних моделей і повернутися до початкової «чистоти» («невинності») світосприйняття.

З одного боку, художники входили в загальне русло захоплення примітивами, а з іншого — утворили дуже яскравий живописний напрямок. Його особливість полягала в підвищенні образотворчої сили шляхом побудови форми «за правилами» майстрів народного мистецтва, які фіксували не безпосереднє враження від природи, а вже зазнали у свідомості художника узагальнення, що втілили в собі й попередній естетичний досвід.

Один із способів футуристичного новаторства — винахідництво, засноване на інтуїції — був відкриттям російського футуризму. Цей спосіб пов'язаний із розумінням мистецтва як сфери абсолютної свободи для художника-творця, покликаного творити красу за новими правилами. Всі головні теоретики російського авангарду бачили в мистецтві щось більше, ніж зображення видимої реальності. Художня творчість простягалася для них по

ту сторону свідомо-розумного мислення, управлялася всередині інтуїтивними законами й направлена була на вираження якихось глибинних, сутнісних явищ (відчуттів) буття і всіх його чуттєво сприйманих компонентів [6].

Висновок. Футуризм, заперечуючи старий світ і ідеали класичного мистецтва, шукав нові, сучасні параметри краси, орієнтуючись при цьому на традицію. Відкидаючи традиції «класичних предків», російський футуризм шукав традиції, які б очистили свідомість від виниклих за століття стереотипів. Звідси інтерес до народної творчості з життєствердною енергією, і до народного мистецтва, далекого від академізму.

Література:

1. Кант И. Сочинения в шести томах. Том 5. Книга первая / под ред. В.Ф. Асмуса. М. : Мысль, 1966. 323 с.
2. Родченко А.М. Статьи. Воспоминания. Автобиографические записки. Письма. М. : Советский художник, 1982. 312 с.
3. Малевич К. От кубизма и футуризма к супрематизму: новый живописный реализм. Москва, 1916. 18 с.
4. Футуризм: мистецтво тенденції [Електронний ресурс] // hisour.com. 015. Режим доступу до ресурсу: <https://hisour.com/ru/futurism-34733/>.
5. Шевченко А. Неопримитивизм. Его теория. Его возможности. Его достижения. М.: Новость, 1923. 105 с.
6. Энциклопедия русского авангарда <http://rusavangard.ru/online/biographies/rozanova-olga-vladimirovna/>.

. ., 4 , . . .

ІСТОРИЯ ТА РОЗВИТОК ХУСТКИ ЯК АКЕСУАРУ

Історія хустки починається з Древнього Єгипту, з королеви Нефертіті, яка носила ткану хустку під головним убором прикрашеним дорогоцінними каменями. Історично хустки були традиційним повсякденним одягом не тільки жінок, а і чоловіків. Наприклад у Стародавньому Римі чоловіки носили їх як «спітнілі тканини», які використовувалися від холодного і сухого поту, а на Далекому Сході військовослужбовці носили хустки, як визначення воєнного звання. Хустки з численними візерунками, які носили зав'язуючи різними способами, можна побачити на солдатах теракотової армії, які були поховані більш ніж за 200 років до нашої ери.

У цього елемента одягу багато назв, та вперше виникло перське слово “шал”, від якого будується англійське «шаль». Цей термін спочатку означав клас тканих тканин, а не певний предмет одягу. При традиційному використанні шаль може використовуватися як шарф, хустка, тюрбан, мантія або навіть покривало. Італійський мандрівник П'єтро делла Валле, зауважив, що якщо в Персії хустку (шаль) носили як пояс, то в Індії її частіше носили «через плече». Ношена таким чином в Індії шаль була, по суті, чоловічим одягом; її ступінь тонкощі традиційно приймалася як знак благородства. Цей факт, підтверджений сучасними портретами, дає Індії право на те, що вона вважається батьківщиною декоративної хустки в тому сенсі, в якому він став відомий в Європі: вільна мантія на плечах та голові.



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



Рис. 2 Хустка *Жакмар часів*
Другої світової війни

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, торгівлі та війн. У жіночому гардеробі з'являлися нові її види: вуалі, палантини тощо. На ці тенденції впливали союзні та військові зв'язки Європи із країнами Сходу та Півдня.

Вперше дизайнерську шовкову хустку (у сучасному розумінні) розробив в 1837 році Французький дім *Hermès* (Рис. 1). Шовкова атласна хустка, розміром 90х90 см, що мала замкнуту монокомпозицію, стала камертоном стилю хусток *Hermès*. Їх малюнки відображали кінну тематику і хустки з цими архівними малюнками ставали колекційними. Вони і досі зберігаються у музеях та власних колекціях. Майже одразу цей аксесуар популяризувала тільки що сівша на престол Великобританії королева Вікторія. Це стало першим кроком запровадження моди на цей аксесуар одягу в Європі і Америці, адже саме королівські персони грали визначну роль у диктуванні модних тенденцій. Склад тканини хустки та спосіб її носіння у той час позначали класовий рейтинг і служили визначенням сенсу моди.

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 залежив 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

Рис. 3 Хустка Шанель з зображенням брендovаних ланцюжків

більш доступними для різних верств населення.

Історичний вплив на дизайн хусток найкраще можна визначити у військові часи, наприклад під час Першої та Другої світових війн хустки стали більш практичним та функціональним аксесуаром гардеробу, їх кольорова палітра стала тьмяною і безколірною, через обмеження у матеріалах тканинах та барвниках.

Композиції та малюнки для хусток періоду Другої світової війни розвивалися навколо 3 центральних тем: військові, сили союзників і тил (Рис. 2). Такі хустки і по наш час зберігаються в музеях, наприклад Британський музей в Лондоні володіє рідкісними хустками Jасqмаг в своїй колекції військових костюмів.

У післявоєнний період дизайн хусток став зображати святкування перемоги, а з часом перейшов до більш загальних тем, таких як квіткові та геометричні композиції. Візерункові шарфи за цей час знов залучили широку аудиторію. З 1946 по 1955 до розробки принтів дизайнерських хусток почали долучати провідних художників з усього світу. Кроком впровадження 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 імітуючі 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.

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. 3), Дольче Габбана - троянди





Рис. 4 Приклади використання хусток в інтер'єрі

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 нераціонально 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.

Мода на атласні та шифонові хустки останні 30 років лише зростає. Ці аксесуари отримали нові призначення: з предмета одягу вони стали колекційними сувенірами і зайняли своє місце в багатьох інтер'єрах замінюючи класичне панно або картину (Рис 4 чя).

Література:

1. ALL YOU WISHED TO KNOW ABOUT CHIFFON FABRIC
2. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://fsketcher.com/2018/02/19/all-you-wished-to-know-about-chiffon-fabric/2>.История платка и шали журнал Миллита [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://mylitta.ru/1872-scarf-shawl.html>
3. The Kashmir Shawl article is taken from Mr. John Irwin's book on Shawl [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.textileasart.com/exc_kash.htm

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВЛАСТИВОСТЕЙ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИХ ВОЛОКОН.

Виклад основного матеріалу дослідження. Забруднення навколишнього середовища текстильними відходами є глобальною світовою проблемою, одним з рішень якої є перехід промисловості на екологічно чисті матеріали виробництва. Екологічно чистими матеріалами можуть вважатися лише ті, які не мають негативного впливу на існування еко- та біо систем Землі. Сучасне суспільство поступово усвідомлює потребу в змінах, і прагне до переходу на натуральні та біорозкладні матеріали. Коли мова йде про текстиль - головною помилкою є те, що все натуральні матеріали є екологічно чистими, а штучні - ні. Важливо розуміти, наприклад, що екологічно чистим не може вважатися натуральна бавовна, якщо її вирощування потребує обробку великою кількістю пестицидів і інсектицидів, що потрапляють в ґрунт і ґрунтові води. Також культивування бавовни виснажує землю, та вимагає великої кількості питної води. Те ж саме відноситься і до волокон тваринного походження: вовна вівці не може вважатися екологічно чистою, якщо вона зібрана з тварини, яку протягом життя годували і обробляли хімічними медикаментами, випасали на пасовищах, оброблених хімічними добривами.

У сучасному світі вже винайдено багато екологічно чистих волокон, деякі є новими та інноваційними, але більшість з них вже давно були відомі людству, та можуть бути повернені у промисловість, не вимагаючи додаткових витрат на введення особливого устаткування. Тканини з таких волокон завдяки сучасним технологіям можуть набувати нових функцій і властивостей, бути використані в нових галузях.

Щоб бути екологічно чистим, текстильне волокно (як і будь-який інший продукт виробництва) має відповідати критеріям екологічності на всіх етапах свого життя, яке умовно можна поділити на три періоди. На першому етапі важливо, щоб процес виробництва продукту задовольняв всі умови для збереження чистоти повітря та води, утилізації виробничих відходів та захисту від шуму, а також чистоту самого продукту від шкідливих хімічних речовин. Продукт повинен бути оброблен лише натуральними, органічними речовинами і барвниками, а при культивуванні його сировини не повинні бути використані пестициди та інсектициди. Другий етап - це етап використання (експлуатації) продукту, під час якого продукт не повинен завдавати шкоди людському здоров'ю при контакті з її шкірою, органами дихання, зору, слуху і тд. І третій етап - етап утилізації, який передбачає, що екологічно чистий продукт під час своєї утилізації термічним, механічним, хімічним або біологічним способом не завдасть шкоди навколишньому середовищу, в ідеалі, буде здатним розкладатися самостійно за відносно короткий термін часу (до п'яти років), або буде переробленим в новий екологічно чистий продукт. Тільки відповідаючи вимогам екологічності на всіх трьох етапах свого життя продукт може вважатися екологічно чистим.

Екологічно чистими можуть бути текстильні волокна натурального і регенерованого походження. Щоб детальніше розглянути схему походження волокон у науковій статті Синь Чи Хуана “Виробництво текстильних волокон з соєвих білків”. Натуральні волокна отримують з рослин (бавовна, пенька, джут тощо), тварин (шерсть, хутро, шкіра) і комах (шовк) а також з мінералів (асбест) шляхом фізичної переробки сировини в пряжу. Як сказано вище, вважати екологічно чистими натуральні волокна можуть лише за умови відповідності вимогам екологічності на кожному етапі свого життя.

Регенеровані волокна, що відносяться до класу синтетичних волокон у розумінні штучності їх походження, виробляються шляхом трансформації натуральних органічних полімерів через хімічний процес. Знайомим для всіх прикладом регенерованого волокна є віскоза, одержана хімічним шляхом з деревної целюлози. Регенеровані волокна мають дві категорії: перша - регенеровані волокна білкового походження; друга - регенеровані волокна з целюлозним походженням. Волокна білкового походження походять із рослинного білка, такого як кукурудза, соя, арахіс і т. п., або з тваринного білка, такого як казеїн з молока. Регенеровані волокна целюлозного походження надходять з целюлози деревни або листя. Регенеровані волокна за умов відповідності екологічності на кожному етапі свого життя можуть вважатися екологічно чистими. Не треба плутати регенеровані волокна з синтетичними, що виготовлені повністю з таких речовин, як нафта, вугілля, азот, водень і вуглець.

За етапами екологічності продукту, що були розглянуті вище, можна поділити всі нові популярні та екологічні волокна на дві категорії: волокна із швидко поновлюваних природних ресурсів, що відповідають всім трьом етапам екологічності продукту, та волокна з відходів харчової промисловості, що вирішують проблему їх утилізації, та відповідають другому і третьому етапам екологічності продукту. Грунтуючись на наукових дослідженнях вчених Індії, США, Латвії та Китаю з метою класифікації та проведення порівняльного аналізу екологічно чистих волокон була складена таблиця (таб. 3), в якій розглянуті екологічно чисті волокна кропиви, коноплі, бамбука, водоростей, бананового дерева, ананасового та кукурудзяного листя, сої та койру (волокно з межплідника горіхів кокосової пальми). Такі екологічно чисті матеріали вирішують питання утилізації відходів харчової промисловості, швидко зростають, не потребують для своєї культивування пестицидів, інсектицидів та величезної кількості води. Тканини та неткані вироби з цих матеріалів можуть бути використані у різних сферах життєдіяльності людини: індустрії моди, побуті, будівництві, промисловості, медицині, спорті, військовій діяльності, тощо. Майже всі ці матеріали мають характеристики міцності, гіпоалергенності, стійкості до бруду, ультрафіолету, вогню, добре пропускають повітря, мають показники регуляції температури. Під час роботи було також визначено бренди і компанії, що вже запровадили вироби з екологічно чистих волокон до свого асортименту (таблиця 1).

Висновки. З метою поліпшення екологічної проблеми забруднення навколишнього середовища токсичним та повільнорозкладаючимся текстилем людство поступово впроваджує в промислове текстильне

№	Найменування волокна	індивідуальний ресурс	ришення проблемні відходи харчової промисловості	екологічність на етапі виробництва (культивация без хімікатів)	екологічність на етапі експлуатації	екологічність на етапі утилізації (біорозкладність)	міцність	гігпоалергенність	стійкість до бруду	стійкість до ультрафіолету	всоголотопитання	погіршеності	вогнестійкість	галузів використання	компанії та бренди що використовують це волокно у виробництві одягу, аксесуарів та взуття
1.	Кропив'яне	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	О, Д, П, Н, М	Nettle, Gesine Jost, Hasslen
2.	Конюпляне	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	О, Д, П, Н, М	Boss Ion, DevoHome, Adidas, Quiksilver, Patagonia, Woolrich, Cannabings Desigas, Hemp Authority, Hoodlamb, Nomads, Prana, Uprise Hemp
3.	Бамбукове	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	О, Д, П, Н, М	United Bamboo, Kacvi, Bamboo Clothing, Hasslen
4.	Водорості	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	О, Д	Algiknit
5.	Бавняне	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	О, Д, П	Ditla, Doodlage
6.	Ананасове	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	О, Д, П, Н	Puma, Camper
7.	Кулеурадянське	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	О, Д, П, Н, М	ECOMACO, Doodlage
8.	Соеве	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	О, Д, Н, М	Soya Silk, PINKWHITE, Charlie
9.	Койр (кокосове)	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	О, Д, П	Tog 24, North Face, Columbia Sportswear

Умовні позначення:
 «+» - має властивість;
 «-» - не має властивість;
 «+» - інформація відсутня;
 «0» - дані;
 «Д» - домашній текстиль (облачочні та портярні тканини);
 «П» - промисловий текстиль (фільтри, улавоки, сітки, бубняльні устаткування, волю);
 «Н» - технічний текстиль (засоби жіночої гігієни, памперси);
 «М» - Модавна сфера (шлях, пов'язки, шарфи).

Таблиця 1. Порівняння волокон за їх властивостями, та сферами застосування.

виробництво матеріали, що дозволяють створювати текстильні продукти для різних сфер людської життєдіяльності. Ці волокна активно впроваджуються відомими світовими брендами одягу та текстилю, мають добрі характеристики за своїми властивостями, а також мають всі шанси на те, щоб замінити в промислових масштабах неекологічні волокна.

Література:

1. Aditi Dhama «Corn Fiber: A New Fiber on Horizon (Part-4)»
2. Akhila Rajan, T Emilia Abraham «Coir Fiber Process and Opportunities» Article in «Journal of Natural Fibers», 2007.
3. Cirino Erica «The Environment's New Clothes: Biodegradable Textiles Grown from Live Organisms» Article in Journal «SCIENTIFIC AMERICAN», 2018.
4. Hongjie Zhang, Zhili Zhong, Lili Feng «Advances in the Performance and Application of Hemp Fiber» School of Textile Tianjin Polytechnic University, 2018.
5. Hsin-Chi Huang Iowa State University «The production of textile fibers from soy proteins», 1994.
6. Ize Baltina, Lilita Lapsa, Zofija Jankauskiene, Elvyra Gruzdeviene «Nettle Fibers as a Potential Natural Raw Material for Textile in Latvia» Article in Journal «Material Science. Textile and Clothing Technology», 2012.
7. Janarthanan M. «Soya protein fibre for textile applications», 2013.
8. Mahapatra N. «Clothing made from pineapple fiber» Article in «Textile Today», 2017.
9. Patra A.K., Meena L.N. «Banana fibre in textiles» Article in Asian Dyer, 2013.
10. Prakash C. K. «Saravanan Bamboo fibres & their application in textiles», 2008.

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЕКОДИЗАЙНУ ТА ЇХ ВІДОБРАЖЕННЯ У ДИЗАЙНІ США

Еко-дизайн - це дизайн, який приділяє особливу увагу захисту навколишнього середовища, філософія, спрямована на повернення людини до питань захисту природи. Це відповідь дизайнерів на погіршення якості навколишнього середовища.

Щоб знизити негативний вплив на середовище, продукт повинен бути створений з урахуванням усіх основоположних принципів «зеленого дизайну». Перш за все - це правильні матеріали. Екологічність і натуральність походження стають головними критеріями відбору. Часто вибір падає саме на дерево, скло, бавовну, камінь і бамбук. Друге місце за списком важливості при створенні продукту еко-дизайну займає безпека у використанні самого виробу. А саме, його нетоксичність і гіпоалергенність матеріалів. Будь-які негативні прояви або зовсім неприпустимі, або зведені до мінімуму. Так само особлива увага приділяється простоті утилізації або можливості повторного використання. Всі матеріали повинні легко розкладатися або перероблятися. Важливу роль відіграє і мінімізація ресурсів. Дизайнер під час роботи надає перевагу розраховуванню кількості ресурсів, що витрачаються на проектування, виготовлення, експлуатування і утилізацію. [1].

Всі перераховані вище принципи мають відображення і в упаковці органічних товарів. Еко-упаковка виготовляється з целюлозної маси рослинного походження, близької за складом до паперу, або з природних матеріалів. До її складу входять компоненти, які сприяють прискореному розпаду в природних умовах. Така упаковка виконує насамперед основну функцію еко-дизайну - вона не шкодить навколишньому середовищу, так як є біологічно розчинною.

В Міністерстві Сільського Господарства США не зупиняється робота над упаковкою із молока. А точніше з одного зі складових – казеїну. Він підсушується, а потім в такій оболонці можна тримати продукти. Після використання упаковку можна навіть з'їсти. [2].

Через економічну проблематику створення еко-продукції дизайнери намагаються знайти інший спосіб, а саме – продовження життя продукту, або найкраща і найцікавіша його утилізація. Щоб цей витвір проіснував набагато довше і не опинявся так швидко на смітнику, він повинен бути застосованим в побуті після виконання своєї головної функціональної задачі.

Наприклад, еко-олівці Sprout, які в буквальному сенсі мають друге життя. Їх створили американські студенти таким чином, що після того, як людина вже скористувалась таким олівцем, вона може запросто його посадити у горщик з землею, і з нього проросте рослина.

Сам винахід зроблено з деревини кедр, а всередину поміщена спеціальна капсула з целюлози з насінням рослини. Свинцевий стрижень був замінений на суміш графіту та глини, яка за своїми параметрами не поступається звичайному стрижню. Вибір насіння не дуже широкий, але достатній, 20 видів рослин, зокрема різних трав і овочів. В кожній капсулі знаходиться три

Лл. 1. Еко-олівці з насінням рослин. URL: https://gazeta.ua/articles/science/_studenti-stvorili-ekooliveci-z-nasinnyam-roslin/688458.

насіння, яке проростає протягом тижня після посадки.

Цей проект розробили троє студентів з Массачусетського технологічного інституту в 2012 році, проте вже скоро це помітив

данський підприємець Майкл Стаусхольм і підписавши угоду зі студентами, заснував компанію Democratech з випуску еко-олівців. [4]. (іл.1).

Також чудовим прикладом такого продукту є чудова упаковка для яєць, яку розробила Холлі Мейпс, студентка University of Brighton. Складається така шестикутна коробочка, як звичайна, проте має насіння всередині. Потрібно лише додати води у слоти для яєць і з них проросте салат. Ідея такої коробочки прийшла студентці під час роботи над проектом. Вона вирішила дати друге життя упаковці, яку зазвичай людина використовує лише як захисну обгортку, щоб донести яйця цілими з магазину. Але тепер в одній такій коробці можна проростити невеличкий сад з корисного салату. Також, навіть сам матеріал упаковки є екологічним, бо це біорозкладаний картон з вторсировини. [3]. (іл.2).



Лл.2. Коробка для яєць, яка перетворюється на міні-сад. URL: <http://atmgroupp.com.ua/package-new-life/>.

Такі винаходи насамперед змушують людину згадати про навколишнє середовище та його забрудненість. Але не залишають ці думки пріти в голові, навпаки, провакують на дію. Навіть людина, яка до цього не замислювалась над ідеями еко-продукції та еко-дизайну в цілому, буде зацікавлена в поширенні та розповсюдженні подібних винаходів. Більшість не відмовиться покуштувати упаковку з молока, бо це цікаво та незвичайно. Винаходи, в яких закладена ідея легкого та швидкого вирощування рослин, також не залишаться без уваги багатьох. Кожна нова та цікава ідея поширення саме еко-дизайну знайде свою аудиторію.

Список джерел

1. Чембаров С. А.. Еко-дизайн як новий напрям в дизайні . URL: <https://geci.cn.ua/work/512836/Ekodizajn-kak-novoe-napravlenie> . (дата звернення 19.04.2019).
2. Шульц Ніка. В США створюють еко-упаковку з молока. URL: <https://fainaidea.com/nauka/jekologija/v-ssha-sozdayut-eko-upakovku-iz-moloka-109259.html>. (дата звернення 20.04.2019).
3. Adtechmediagroup. Упаковка – друге життя. URL: <http://atmgroupp.com.ua/package-new-life/>. (дата звернення 20.04.2019).
4. Gazeta.ua. Студенти створили еко-олівці з насінням рослин. URL: https://gazeta.ua/articles/science/_studenti-stvorili-ekoolivci-z-nasinnjam-roslin/688458. (дата звернення 20.04.2019).

.., 5 , . « », . „

АРТ-ПЕДАГОГІКА ЯК ДІЄВИЙ МЕТОД НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ВНЗ

Арт-педагогіка – це галузь педагогічної науки, яка є синтезом мистецтва та педагогічних практик. Ця галузь забезпечує процес всебічного розвитку особистості, а також корекцію поведінки за допомогою арт -педагогічних заходів, що особливо актуально для занурення цих методик для навчання студентів творчих напрямків [4, с. 7].

Предметом арт - педагогіки є виховання людини засобами мистецтва та мистецької діяльності в освітньому просторі, на зрозумілих зразках і з допомогою доступних кожному технік. Можна виділити основні завдання арт-педагогіки як самостійного напрямку педагогічної науки. Це вивчення та інтерпретація механізму впливу мистецтва взагалі та окремих видів художньої діяльності на особистість, а також вивчення педагогічного потенціалу окремих жанрів і видів мистецтва [2].

Окрема увага приділяється розробці теоретичних основ організації педагогічного процесу з використанням мистецтва та різноманітних методик і технологій, які дозволяють максимально плідно використовувати мистецьку діяльність в освітньому процесі.

Використання засобів мистецької діяльності надає можливість збагатити зміст навчального матеріалу і направити їх на реалізацію професійних цілей. Інформація, що презентується за допомогою образів і символів знаходить відгук на рівні підсвідомості та забезпечує більш емоційне сприйняття

навчального матеріалу, а це, у свою чергу, оптимізує об'єм засвоєного матеріалу та закладає основу для плідних взаємовідносин студента і педагога. Такий підхід закріплюється на когнітивному рівні та сприймається як вид чуттєвого досвіду. Таким чином, арт-педагогіка, яка являє собою синтез педагогіки, психології та арт-терапії, відповідає вимогам сучасної освіти. Вона здатна підвищити інтерес до навчального процесу у студентів та значно збагатити його [5].

Арт-педагогіка є відносно молодого галуззю педагогіки, але інтерес до неї викладачів та ефективність застосування на практиці інноваційних методик навчання, які вона демонструє, створює умови для поглибленого вивчення теоретичних засад та якомога ширшого впровадження практичних методів у сучасній вищій школі. Серед багатьох новітніх течій та напрямків сучасної педагогіки, арт-педагогіка найбільш цікава як метод, що базується на навчанні на основі художньої культури.

Використовуючи методи арт-педагогіки у закладах освіти, треба мати на меті розкриття творчого потенціалу, підвищення креативного мислення, що покращує навчальний процес в цілому, а також сприяє індивідуальному розвитку особистості, підвищує розумову працездатність та поліпшує засвоєння учбового матеріалу. Ці данні підтверджує низка досліджень, які були проведені спеціалістами Західної Європи та США, а увагу арт-педагогіці, як науково обгрунтованому методу впливу на особистість приділяють і в інших розвинутих країнах світу [1].

На сьогоднішній день виникає необхідність використання в процесі підготовки студентів творчих вузів нових методичних досягнень, які б дозволили їм придбати компетенції для професійної діяльності у сфері викладання. Арт-педагогіка дозволяє розглянути в рамках освіти не тільки художнє виховання, але і всі компоненти розвитку творчої особистості [5]. В умовах творчого середовища майбутньому педагогу необхідна особлива, нестандартна підготовка до роботи зі студентами, а впровадження в освітній процес арт-педагогіки забезпечить майбутнім фахівцям конкурентоздатність та високий викладацький рівень. Арт-педагогіка може викладатися як окрема самостійна дисципліна на педагогічних напрямках підготовки бакалаврів і магістрів у вищих навчальних закладах або як складова дисциплін з методика викладання чи педагогіки. Доцільна інтеграція можливостей мистецтва і педагогіки в освітньому процесі здатна створювати сприятливі умови для виходу на інше, якісно нове сприйняття, уявлення, розуміння сенсу навчально-виховного змісту [4, с. 8].

У зв'язку з цим актуалізується проблема підготовки викладацьких кадрів через магістратуру, орієнтованих на науково-педагогічну діяльність в різних типах установ освіти та готових до її здійснення на високому науково – методичному рівні. Фундаментальна науково-практична підготовка магістрів в області педагогіки мистецтва, що володіють знаннями теоретичного і прикладного характеру, забезпечить науковий процес фахівцями, здатними навчити студентів не тільки основам викладацької діяльності, але й найсучаснішим методикам викладання, якою є арт-педагогіка [3].

Список використаних джерел

1. Алексінцева Т. Проблема становлення артпедагогіки як інноваційної технології в країнах Європи та США. / Т. Алексінцева // Педагогічний часопис Волині. – 2016 – № 1 – С. 35 – 40.
2. Анисимов В. П. Арт-педагогика как система психологического сопровождения образовательного процесса / В. П. Анисимов // Вестник ОГУ. – № 4. – 2003. – С. 146 – 148.
3. Маковец Л.А. Арт-педагогика в современном образовании. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://publishing-vak.ru/file/archive-pedagogy-2017-6/4-makovets.pdf>
4. Пріма Р.М., Алексінцева Т.В. Артпедагогіка як наукове поняття: аспекти сутнісної характеристики / Р.М. Пріма, Т.В. Алексінцева// Вісник Черкаського університету. – 2016 – № 1 – С. 6-10.
5. Тадеуш О.М. Арт-педагогіка як поліфункціональна технологія навчання, виховання та розвитку особистості. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cuspu.edu.ua/en/568-general-information/naukovi-chasopusy-tdspu/pedahohichni-nauky/publikatsii/9227-art-pedahohika-yak-polifunksionalna-tekhnohohiya-navchannya-vykhovannya-ta-rozvytku-osobystosti>

. ., 5 , . « »

МАРКЕТИНГ ЯК ПРОВІДНА ТЕХНІКА ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, стратегії, елементи маркетингу.

Маркетинг - це діяльність, що надає підприємству можливість отримати прибуток за рахунок продуманого та ефективного задоволення потреб споживачів. Будь-якому підприємству необхідний маркетинг для того, щоб збільшувати суму прибутку за рахунок виробництва і продажу, або надання саме тих послуг чи товарів, що потрібні споживачеві [1].

Важливою складовою річного плану розвитку підприємства є саме план маркетингу, який встановлює цілі підприємства по просуванню власних товарів та послуг та пропонуються методи їх досягнення. Основна мета будь-якого бізнесу – це зростання прибутку, тому бізнес-цілі повинні встановлювати чіткі завдання компанії в трьох напрямках: стан компанії в сегменті або місце на ринку; рівень продаж; рівень прибутку і норма рентабельності продажів. Бізнес-цілі є головними фінансовими цілями підприємства.

Існує три основних напрямки маркетингової стратегії, які застосовуються у менеджменті та стратегічному маркетингу. Це основні, ділові та функціональні стратегії розвитку бізнесу.

Основна стратегія маркетингу встановлює бізнес-цілі компанії та націлена на визначення місії та цінностей компанії. Ціллю корпоративної стратегії маркетингу є встановлення напрямку розвитку компанії та надання унікального (або конкурентоспроможного) асортименту товарів і послуг. Ця стратегія відображає основні вектори у роботі компанії, її місце у галузі та задає пріоритети всієї маркетингової діяльності [2].

Взаємодії компанії з ринком визначаються діловими стратегіями. Цей тип стратегій оцінює можливості компанії на ринку та розробляє план пріоритетного використання ресурсів для досягнення прибутку. Глобальний погляд на компанію сприяє більш ефективній діяльності в галузі.

Функціональні стратегії розроблюються для кожного виду діяльності з урахуванням можливостей ресурсу та охоплюють саме такі напрямки, як методи дистрибуції, аналіз ринку та визначення каналів збуту, просування товару у галузі та ін.

Для компанії важливо охопити якомога більше споживачів, тому фахівці з маркетингу повинні вивчати платоспроможність кожної соціальної групи потенційних споживачів у залежності від їх способу життя та враховувати усі можливості. Виходячи на ринок, компанія повинна пропонувати не товар, а засіб вирішення проблеми збуту товару або послуги. Саме в цьому і полягає сенс маркетингової діяльності в розвитку бізнесу[3].

Основні компоненти маркетингової діяльності можна представити як: 1) дослідження потенціалу ринку; 2) визначення характеристик ринку; 3) аналіз ринкової частки; 4) аналіз продажів; 5) конкурентні дослідження; 6) прогнозування маркетингу на різні терміни; 7) аналіз діяльності та продукції конкурентів; 8) оцінка готовності ринку до нової продукції; 9) дослідження циклу ділової активності; 10) дослідження цінової складової; 11) тестування продукції, що тільки виходить на ринок; 12) формування плану продажів; 13) вдосконалення інформаційного забезпечення компанії; 14) дослідження закордонного ринку; 15) дослідження каналів реалізації; 16) вивчення ефективності реклами; 17) вивчення рекламних носіїв; 18) аналіз з використанням результатів проведених досліджень та ін. [4].

Здатність створювати нові продукти та послуги, знаходити ефективні маркетингові технологічні рішення, управляти компанією в умовах ризику і невизначеності – це ті складові маркетингової діяльності, які є необхідними для досягнення позитивних результатів у просуванні товарів. .

Тому для будь-якого підприємства важливо доцільно розробити стратегію ринкової поведінки, в чому може допомогти оволодіння маркетинговою діяльністю. Маркетинг як концепція управління компанією в умовах ринку, що проголошує орієнтацію на задоволення потреб покупців, може допомогти фірмам успішно функціонувати в ринковому середовищі.

Інтернет-джерела:

1. Види маркетингової діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/3732008/page:2/>
2. Какие бывают стратегии маркетинга и последовательность их утверждения. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://powerbranding.ru/marketing-strategy/types/>
3. Маркетинговая деятельность и ее основные виды. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studme.org/13761106/ekonomika/marketingovaya_deyatelnost_osnovnye_vidy
4. Организация маркетинговой деятельности и ее взаимосвязь с брендингом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-17/4.htm>

ФЕНОМЕН ІНТУЇТИВНОЇ ПЕДАГОГІКИ В АРТ СЕРЕДОВИЩІ

Інтуїтивна педагогіка – це настільки творча галузь, що в контексті сучасних систем освіти її можна вважати за не компетентну, волелюбну галузь, яка вважає за краще плисти за течією, ніж наполегливо конструювати теорико-методологічні перепони на шляху до самопізнання й реалізації. Джерелами цього напрямку є вальдорфська педагогіка, яка засновує своє вчення на понятті триєдності людини: думка, почуття і воля. Виходячи з цих позицій, завдання інтуїтивної педагогіки лежить набагато вище ніж, акцентування уваги лише на інтелекті. Емоційне дорослішання і становлення волі – це невід’ємні частини освітньо-виховного процесу, якими не можна нехтувати.

В основі інтуїтивної педагогіки лежить гра. Чому діти так люблять грати і чому їх так складно посадити за парти? Як перенести гру в класи без шкоди для їх повноцінного розвитку і що в ній такого, що привертає нашу свідомість – це всі ті питання, якими задається дана галузь.

Найперше, що кидається в очі в дитячій грі, – це рух, що супроводжується радістю. «Інтелект зростає разом з тілесним рухом», – стверджує Пер Альбум. Дане твердження розбиває вщент дисциплінарні норми стосовно поведінки в освітніх закладах, що формувалися роками. Посидючість, уважність і зацікавленість людини не взаємопов’язана, навіть виключає необхідність систематизації та підпорядкованості певним правилам поведінки. Якщо поспостерігати за дітьми, які можуть вільно реалізовувати свій творчий потенціал, ми зауважимо, що це не статичне, одноманітне виконання практичних завдань. Діти малюють, лежачи на підлозі, наспівують пісні, катаючись на велосипеді або розповідають вірш, глядячи свого улюбленого kota. Таким чином, основним принципом є не застосування влади до свободи і комфортності простору дитини, а надання можливості відчувати свободу, плекати здатність керуватися власною інтуїцією.

Розглядаючи такі поняття як педагогіка і інтуїція, нам складно поєднати їх в єдиний, гармонійний тандем, так як в нашому звичному розумінні освіта – це жорстко систематизована структура, це ряд законів і правил, які перевіряв на міцність час і які знайшли схвалення у фахівців цієї сфери. Інтуїтивна педагогіка, відкидаючи теорії про критичні терміни появи певних навичок, звертається до несвідомого, ірраціонального – інтуїції. Правильно побудований підхід викладання в арт середовищі модифікує суху педагогіку в акумулятор, який заряджає учасників процесу, використовуючи їх же енергію. «Художній твір створюється в процесі творчої діяльності художника і запам’ятовує в собі його активність. Воно стає якісно новою реальністю, оригінальним матеріально-духовним утворенням, що володіє ціннісним значенням для людини і суспільства.» [1].

Інтуїтивність арт педагогіки – це не тільки навчання і стимуляція генерування нових ідей, а й вироблення навичок використання та комбінування первинного матеріалу. Дотримуючись академічній програмі, ми насичуємо учня базовими свідомими вміннями, але це не повинно йти в розріз індиві-

дуального самовираження. У мистецтві немає правильної відповіді на відміну від точних наук. «Інтуїція як теоретичний акт протистоїть будь-якій практиці, точніше, мистецтву, як найдавніша форма спостереження, не є результатом вольової дії: добра воля, що відрізняє порядну людину, не визначає художника. А оскільки воля тут ні при чому, то немає і предмету для моральної дискримінації, не в силу привілею бути звільненим від оцінки, а через те, що моральні відмінності не знаходять способу застосування. Художній образ може викликати похвальну реакцію або осуд, але образ сам по собі не може бути ні добрим, ні поганим.» [2]

Таким чином, можна зробити висновок, що інтуїція є невід'ємним компонентом творчої діяльності і всілякого освітнього впливу на суб'єктів пізнання. Художня інтуїція виступає в якості головного підстави художньої творчості майже на всіх щаблях його розвитку.

Використана література:

1. Бассин Ф.В. «О проявлении активности бессознательного в художественном творчестве» / Ф.В. Бассин, А.С. Прангишвили, А.Е. Шерозия // Вопросы философии. 1978. № 2. С. 56-69.
2. Башкір О. І. Інтуїція як складова педагогічної імпровізації / О. І. Башкір // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. - 2013. - Вип. 30. - С. 99-102. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pfto_2013_30_18.
3. Б. КРОЧЕ. «Антология сочинений по философии.» - СПб., «Пневма». - 480 с. Перевод С. Мальцевой. 1999
4. Выготский Л.С. «Психология искусства.» Ростов н/Д, 1998 - 480с.
5. Гончаренко Н.В. Вдохновение и интуиция [Электронный ресурс]. / Н.В. Гончаренко // Наука, техника, культура. Режим доступа : <http://www.scorcher.ru/art/lira/doc1.php>

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ АРТ СЕРЕДОВИЩ

Окулографія не так давно стала проникати в різні сфери діяльності людини завдяки розвитку технологій які дозволяють зафіксувати, обробити і візуалізувати отриману інформацію. Зорова активність об'єднує такі найважливіші сфери життєдіяльності людини, як орієнтування, комунікація та рух. Рухова активність є визначальним елементом взаємин організму з навколишнім середовищем. Характер переміщення очей виражає динаміку уваги, мислення, уяви, уявлення, а їх спрямованість – актуальні інтенції особистості: інтерес, намір, установку, ставлення. Реєструючи і аналізуючи руху очей, дослідник отримує доступ до прихованих (внутрішнім) формам активності, які зазвичай протікають в згорнутій формі, виключно швидко і несвідомо. [1].

На основі айтрекінга фізіологічні дані можуть стати фундаментом для визначення і корекції естетичних норм і стандартів. Зв'язок рухів очей зі сприйняттям творів мистецтва відзначали такі видатні митці як: Леонардо да Вінчі, А. Дюрер, О. Роден. Дана технологія використовується в таких сферах як: реклама, медицина, психологи та інші, в яких подібні тестування прине-

суть економічну вигоду. Мистецтво потребує реклами, не позбавлене психологізму, може бути частиною терапії і що найголовніше – безпосередньо пов'язане з людським фактором, тому тестування арт середовища теж може стати економічно вигідним маркетинговим кроком.

Створюючи візуальний простір ми можемо зіткнутися з цілим рядом проблем, таких як: наявність сліпих зон, некоректність етикетажа, неприродність навігації та інші, але при вирішенні вищевикладених труднощів ми повинні розуміти, що очевидність ситуації буде видно тільки за умови проходження агестації людьми, які бачать середу яка тестується вперше, і не є фахівцями в даній галузі. При правильній постановці завдань, можна буде вирішити такі питання:

- правильність і вигідність розташування експонатів і етикетажа;
- правильність маршрутизації візуального середовища;
- сучасні тенденції аудієнції;
- повнота і проблематика огляду експозиції та багато інших.

Ознайомившись з нюансами технології айтрекінга, можна сказати, що подібні дослідження не дадуть нам можливості повністю проаналізувати психофізіологічний аспект арт просторів в зв'язку з такими проблемами як: різність калібрування, неспеціалізована інтерпретація фінальних даних, облік похибки в зв'язку з неприродністю ситуації при тестуванні, але в той же час окулографія дозволить нам достовірно вивчити соціокультурний досвід людей зсередини і уникнути поверхневих і непідтверджених анкетних даних.

Використана література:

1. Ахтамзян Н.І., Ахтамзян А.І., Узянов С.А., Фенина О.Ю «Технологія айтрекінг для оцінки експозиції музею (досвід театрального музею ім. Бахрушина) - <https://itmus.ru/eyetracking-theater-museum> - Режим доступу вільний.
2. Барабаншиків В.А., А. В. Жегалло. Айтрекінг: Методи реєстрації рухів очей в психологічних дослідженнях і практиці. М.: Когито-Центр, 2014
3. Юхневич Д.А., Індивідуальне спостереження в залах музею // Музей і відвідувач. Вип. 1. Праці Науково-дослідного інституту культури, т. 33. М., 1975

., 4 « »,

ВІТЧИЗНЯНИЙ ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЗМІН У ЖИТТІ СОЦІУМУ

У сучасному світі, завдяки інтернету, дизайн, як ніколи раніше, став інтернаціональним явищем, та обмежує цю тенденцію лише спільні соціальні, економічні та політичні фактори, а також — історичні обставини у випадках менш розвинутих країн (як, наприклад, на пострадянському просторі та, зокрема, в Україні).

Що також дуже важливо, на стильові ознаки сучасного графічного дизайну значною мірою впливає місце, де він позиціонується, — наприклад, наразі набуває все більших масштабів тенденція переходу інтернет-маркетингу на використання відео-контенту і, як наслідок, дедалі частіше на середньостатистичних корпоративних акаунтах навіть нескладні за змістом

пости чи статті супроводжуються простими анімаціями. Також не можна оминати зростаючу загальну популярність таких ресурсів як Твіч, Тікток, появи прямих ефірів та IGTV в Інстаграм тощо. Сфера застосування графічного дизайну перетинає рішучо нову площину, де сам дизайн має вирішувати набагато ширший спектр задач, порівняно з тими, що покладалися на нього, наприклад, 5 років тому.

Український графічний дизайн наразі, на жаль, лише намагається наздогнати світовий досвід індустрії, переймаючи у нього певну кількість принципів, стилістичних ходів та прийомів, але не має достатньої потужності та досвіду, щоб самостійно синтезувати нові довгострокові тенденції.

Графічний дизайн, як такий, наразі дозволяє вибірково повертатися до минулих своїх напрацювань, переосмислювати їх та створювати щось нове на їх фундаменті. Наприклад, сьогодні можна легко зустріти дизайн-систему, що поєднує у собі слав'янську в'язь, анімацію та мануальний друк або реконструкцію середньовічних способів створення паперу, фото- та відео-арт (наприклад, Віктор Пушкарьов @mynameisviktor).

Але, все ж таки, є 2 (дві) чільні ознаки, що ідентично працюють у всіх сегментах графічного дизайну та тільки якісніше закріплюють власні позиції, це:

Робота із сенсами та креативність;

- Систематизація напрацювань та створення максимально функціональних та універсальних дизайн-систем.
- Гарним вітчизняним прикладом якісно системного підходу до дизайнерської роботи можна вважати Київську студію «Агенти змін» і їх кейс з навігацією у Київському метрополітені [1].
- Але, ти не менш, можна виокремити декілька чільних тенденцій, що наразі можуть претендувати на довгостроковість, а саме:
- Прагнення до спрощення, мінімалізм;
- Повернення до мануальності або її імітація у цифровому середовищі;
- Поєднання різних стилізацій або підходів до створення графіки в одній роботі, наприклад: піксельна графіка у поєднанні з колажуванням, каліграфія тонким пером у поєднанні з 3Д-моделюванням тощо.

Цікаво у формуванні цих тенденцій те, що вони не є окремим явищем, що властиве тільки графічному дизайну чи тільки дизайну. Кожна з вищезазначених рис є певним продовженням загальних суспільних настроїв та філософії, наприклад:

Мінімалізм та тягу до природних технік та текстур можна очевидно відслідкувати у набираючих усе більшу популярність бодипозитивних рухів, загальної екологічної свідомості тощо.

У рамках конкретних індустрій у такому контексті можна розглядати, наприклад, популярність застосування «інформативного стилю» у копірайтингу або змінення акценту на моделях із нестандартною, нетиповою та, з точки зору канону, іноді навіть відштовхуючою зовнішністю; відмову від яскравого або багаточарового макіяжу на користь виглядаючого природньо або його повної відсутності, чи, у якості альтернативи, нестандартному використанню окремих засобів макіяжу та експериментальному мейку

(наприклад, нетипові стрілки, яскраві градієнти на повіках, нереалістичні кольори на губах тощо) в індустрії краси.

Література:

1. Клейменов О. Навігація у метро [Електронний ресурс] // <http://a3.kyiv.ua/projects/metro-wayfinding/>. 2014. URL: <http://a3.kyiv.ua>. Дата обращения: 04.05.2019

., 4 « »,

РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ РЕКЛАМНОГО ГРАФІЧНОГО КОМПЛЕКСУ ДЛЯ МОЛОДІЖНО-ДРАМАТИЧНОГО ТЕАТРУ НЮАУ ІМ. ЯРОСЛАВА МУДРОГО

Театр як явище та сучасний театр, зокрема, має декілька основних характеристик, а саме:

- це місце, де людина (глядач) може прожити і застосувати на себе різні образи і соціальні сценарії, які в реальному житті для неї з яких-небудь причин недоступні або неможливі як такі;
- це місце, відвідуючи яке, людина (глядач) стає причетною до певної соціальної групи, таким чином, підтверджуючи свій власний ідеалізований образ «Я».

Ринок сучасного харківського театру стрімко розвивається і розширюється, з'являється все більше нових пропозицій, які змушені відчайдушно конкурувати між собою.

Молодіжно-драматичний театр — єдиний театр в Україні, котрий займається дослідженнями людини як феномену у спробах відкривати нові сенси.

Основна ідея розробки дизайну спирається на мету зберегти та закріпити наявне позиціонування [2, с. 34-37] Молодіжно-Драматичного театру ім. Ярослава Мудрого шляхом створення уніфікованого візуального графічного стилю, що буде зберігатися на усіх носіях, у соціальних мережах, на особистому сайті та на будь-яких нових платформах, де буде реалізовано стратегію позиціонування дизайну у майбутньому. Тож, можна сформулювати основні принципи, на які спирається головна ідея, а саме:

- підкреслення класичної драматичної складової вистав, відсутності відвертої експериментальності та маніпулювання відчуттями і асоціаціями глядача. Ми кажемо: МДТ — не експериментальний театр, але це відмінний драматургійний театр;
- підкреслення інтелектуальної складової вистав, тобто, навіть сучасні, актуальні чи провокуючі теми формуються шляхом тонкої роботи із сенсами та взаємодією з емоціями глядача, а не лише «заявою заради заяви». Ми кажемо: потрібно не лише дивитися, потрібно вміти думати і розуміти;
- підкреслення сучасного трактування класичної драматургії, що виражена у акторських імпровізаціях під час вистави, адаптації жартів чи сюжетних поворотів тощо. Ми кажемо: класика вічно актуальна, але це не означає, що вона має роками пліснявіти у своїй автентичності.

Виходячи з основних принципів, на які спирається ідея створення дизайн-пропозиції, було сформульовано дві основні концепції:

«Урбаністичний модерн». Ця концепція базується на складанні системи варіативного та універсального графічного конструктору, що використовує поєднання жорсткої гротескової відносно важкої та важкої типографіки, лайтовий курсивний гарнітур та чорно-білі фотографії, роботу з інверсією, контрформою, полями та масами і нетиповим розміщенням текстових боксів.

«Нетлінна класика». Основною рисою цієї концепції є те, що вона будується не на переосмисленні наявного візуального образу, а на максимальному його графічному загальному покращенні та окремій адаптації для платформ та носіїв бренд-інформації. Тут зберігається метафора, що використовується у логотипі зараз, — поза з акторської імprovізації — анатомічний силует людини, що випростався з рукою, що тягнеться догори, за рахунок додання нових сенсів та мікрообразів: класичного античного театру, монументалізму та драматизму давньогрецького пантеону Богів тощо.

Репрезентативною для розгляду з точки зору ескізування першої концепції є верстка іміджевого журналу про Молодіжно-Драматичний Театр НЮАУ ім. Я. Мудрого, що також входить до комплексу проекту, так як саме на етапі роботи над журналом уперше повністю було сформовано графічні концепції та потенційну загальну естетику комплексу.

Для журналу було обрано нескладну сітку з шести стовбців і шести колонок на сторінку з двома основними колонками для набору тексту із серединником розміром у 10 мм; відступами по боках: 30 мм. згори, 35 мм. знизу, 18 мм. зсередини і 23 мм. ззовні для формату друку сторінки А4.

Кожен розділ, у свою чергу, зонується використанням шмуцтитулів. У розділах буржуазних комедій та інтелектуальних драм у якості шмуцтитулів використовуються розгороти з фото-фрагментами актуальної наразі чи знакової або відомої у минулому афіші до конкретного спектаклю один раз на три розгороти. Таким чином, на один спектакль відводиться 6 сторінок/3 розгороти тексту та фото-матеріалів разом зі шмуцтитулом. Для розділу буржуазних комедій використано шмуцтитули на білому тлі, а для розділу інтелектуальних драм — інверсовані.

Обов'язковими елементами для будь-якого шмуцтитулу, що присвячений конкретному спектаклю, є:

- фотографія (бажано обличчя чи людини, що є знаковою для спектаклю), що безпосередньо використовується на офіційній афіші зараз чи використовувалась у минулому, на прозорому тлі;
- назва спектаклю;
- невеликий епіграф обсягом у декілька рядків;
- початок безпосередньо звичайного текстового масиву, де розповідається про спектакль;
- виноска з дублюючою основну назвою спектаклю у разі, коли основна широкоформатна назва перекривається фото-елементом чи його частиною.

Для репрезентації концепції «Нетлінна класика» ми детально роздивимося варіант нового логотипу та графіки для Молодіжно-Драматичного Театру НЮАУ ім. Ярослава Мудрого.

Ідея анатомічності, присутня у актуальному логотипі, набула розвитку та стала більш графічно візуально привабливою та сучасною. Антропоморфність силуету зчитується швидше, і нова фігура візуально виглядає більш сміливо, героїчно, велично [1; с. 74].

Використання тільки двох кольорів, один з яких є базовим та без втрат інвертується у чорний, у логотипі надає можливість у майбутньому підлаштовувати знак під будь-яку колірну стилістику чи джерело освітлення на площині шляхом зміни кольору жовтих плашок на інші світлі відтінки (світло знаходиться згори праворуч), або, в інвертованому варіанті, на насичені кольори (світло знаходиться знизу ліворуч). Лєтеринг асоціативно являє собою стилізовану античну колону (літера Т), під яку за стилем підлаштовано інші дві літери.

Після проведеного тестування дизайн-концепція «Урбаністичний модерн» отримала подальшу розробку, а саме:

продовжується верстка журналу у обраній естетиці;

було почато розробку нового динамічного логотипу, який побудовано на комбінванні щоразу нових фотографій та геометричної типографіки;

також слід зазначити, що обрана концепція була розширена до спроб використовувати видозмінений логотип у якості основного виразного елемента на афіші, що, на відміну від більш класичних рішень, не дублює його у кутку, а повністю переосмислює візуальну айдентику, будуючи її навколо логотипу.

Література:

1. Герашенко Л. Психология рекламы. Москва: ООО «Издательство Астрель», 2006. 298 с.
2. Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент. Санкт-Петербург: «Нева», 2003. 320 с.
3. Сидоров С.А. Психология дизайнера и рекламы. Минск: ООО «Современная школа», 2007. 256 с.
4. Шуванов В.И. Психология рекламы. Ростов-на-Дону: «Феникс», 2003. 320 с.

.., 4 « »

ФОТОГРАФІЯ ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ НОСІЙ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ. РЕПОРТАЖНА ФОТОГРАФІЯ

Фотографія у графічному дизайні займає не останнє місце, вона виконує різноманітні функції — від ілюстрації до упаковки, від плакату до репортажу. Її призначення — дати візуальне уявлення про ту подію або людину, про яку йдеться у репортажі або інтерв'ю. Найважливіше завдання фотографії — не прикрашати, а інформувати. Досліджуючи те, як репортажна фотографія розвивалась протягом певного часу, слід зазначити, що вона тісно пов'язана з графічним дизайном, бо поєднує в собі естетичну й функціональну роль.

«Минуло близько 160 років, і фотохудожники не тільки повернулися до коріння фотографії, але й розширили її можливості далеко за межі неймовірних уявлень Дагера і Тальбота, стверджуючи, що будь-яке її застосування служить багатим і цікавим способом відкриття і творіння. Дійсно, сама фотографія виявляється максимально експериментальною, захоплюю-

чою, доступною і складною, багато в чому перевершуючи інші художні засоби; варіанти її застосування — далекосяжні й особисті, одночасно знайомі й нові» [1: 729].

Попередниками становлення цього жанру стали військові фотографи кінця XIX – початку XX ст. Основні принципи цього напрямку виявив талановитий угорський фотограф Мартін Мункачі. У 1930 році він зробив знаменитий знімок «Хлопчики, які тікають до прибою. Озеро Танганьїка», який справив незабутнє враження на молодого французького художника Анрі Картьє-Брессона. На той час довоєнна репортажна фотографія розділилася на два табори. До першого табору належали фотографи, які створювали проекти, пов'язані із завданням відобразити суспільство, певні його шари та їх ідеологію. Художники намагалися відобразити документальний образ соціального типу часу, обстановку й інші аспекти його існування. До яскравих представників цього напрямку належали Августа Зандера, Роман Вишняк і Біл Брандт.

Другий табір захопився одним з найбільших соціально-політичних проектів XX ст. — «Великою депресією». Підходи до цієї проблеми були різними: від естетичної, навіть символічної фотографії, до повної відмови від вибудованої композиції. Варто виділити двох фотографів, завдання яких відрізнялися, але талант був безмежним, це Джон Хартфільд і Лені Ріфеншталь. Перший, минаючи німецьку цензуру при листуванні з друзями, винайшов фотомонтаж, засобами якого боровся з ненависним йому режимом і став відомим на весь світ.

«У контексті цих ідей стає очевидною опозиція між завданнями і підходами професійного, комерційного фотографа, з одного боку, і художника-любителя з його суто естетичними інтересами — з іншого. Складається, по суті, новий тип фотографа: він освічений, начитаний, може дозволити собі дорогі обладнання й матеріали, а головне, зацікавлений у тому, що становить основу художнього вираження в емоційному і інтелектуальному контакті з глядачем» [2: 311].

У 1947 році разом зі своїм другом Анрі Картьє-Брессоном Роберт Капа організує знамените фотоагентство «Magnum Photos», яке і в наші дні залишається найвідомішим професійним об'єднанням геніальних фотографів-документалістів усього світу. У післявоєнній фотографії виділялися іронічні фотографи, що не зацілювалися на формальній стороні, але воночас володіли живою кінематографічністю з набором зайвих деталей. «Magnum Photos» об'єднала деяких із найвідоміших фотографів світу, підтримуючи їх своєрідну суміш журналіста, художника і оповідача. Фотографи поділяли погляд на хроніку світових подій, людей, місць і культури з потужною розповіддю, яка кидала виклик конвенції, руйнувала статус-кво, інтерпретувала історію і трансформувала життя.

Протягом майже 70 років «Magnum Photos» надає високоякісний фотографічний контент міжнародної клієнтської бази засобів масової інформації, благодійних організацій, видавців, брендів і установ культури. Бібліотека «Magnum Photos» — це живий архів, регулярно оновлюваний роботами з усього світу. Революція моралі 60-х років XX століття додала репортажній фотографії ще більшу достовірність, що виривається за межі

загальноприйнятого. Більше уваги приділяється тому, що зображено, іноді нехтуючи фотографічними принципами. З'являється соціальна фотографія (Брюс Девідсон), цікавим стає життя складних підлітків, які «насолджуються життям» (Ларрі Кларк).

За думкою автора навчального посібника з фотографії О. Лапіна, «не існує такого різновиду «документальна фотографія», тому що не існує її антипода — фотографії не документальної. Тому краще говорити про інформаційну фотографію, підкреслюючи тим самим, що головне в ній — сама візуальна інформація, а не авторське трактування або ж тим більше переведення її на мову зображення. Всі фотографії в рівній мірі документальні, але по-різному інформативні» [2: 187].

Висновки: вплив фотографії на дизайн с точки зору інформаційності дуже великий. Свого часу вона стала рушійною силою, що привнесла нову хвилю творців, а також допомогла зберегти візуальну інформацію щодо важливих подій. Фотографія розвивалась також як мистецтво, що дуже схоже з графічним дизайном і не була визнаною, але на сьогодні являється одним із провідних жанрів сучасного мистецтва і дуже тісно переплітається з дизайном.

Література:

1. Собрание Дома Джорджа Истмена. История фотографии. С 1839 года до наших дней / под ред. А.А. Князева, Москва: АРТ-РОДНИК, 2010. 766 с.
2. Лапин А.И. Фотография как... / Учебное пособие. Москва: Изд-во Московского университета, 2003. 296 с.

.., 4

КЛАСИФІКАЦІЯ МУЗИЧНИХ РИТМ-ІГОР

Ігрова індустрія на сьогоднішній день — один з найбільш розвинених сегментів світового ринку розваг. Кількість ігор і додатків на сьогоднішній день настільки велика і різноманітна, що пропозиція перевищує обсяг попиту, і користувачі не помічають близько 70% проєктів, які буквально щодня з'являються в мережі інтернет [4]. З цього твердження випливає актуальність даної роботи, а саме дослідження аналогів вже існуючих ігор, що є стратегічно важливим етапом, який відіграє значну роль в процесі виробництва і просування мобільних ігор. Для розробки унікальної концепції і якісного, професійного дизайну гри кожному дизайнеру, проєктувальнику і постановнику необхідно розуміти, що вже існує на ринку і з якими проєктами доведеться конкурувати.

Історію музичних та ритм-ігор розглядають в своїй праці «Рівні звуку: про принципи інтерактивності у музичних відеоіграх» представники Віденського університету Мартін Пічмеєр (Martin Pichlmair) та Фарес Каялі (Fares Kayali) [2]. Розглядаючи процес формування музичних ігор і взагалі значення музики в іграх, вони охоплюють широкий спектр музичних проєктів. Серед різноманіття ігор автори звертають увагу також і на ритм-ігри. Ритм-гра або ритм-екшн — це жанр музичної відеоігри, для якої необхідно

почуття ритму гравця. Ігри цього жанру, як правило, зосереджені на танці або імітації гри на музичних інструментах (або вистукуванні певного ритму пальцями), і вимагають від гравців натискати кнопки в послідовності, продиктованої на екрані. [3]

Ігри для планшетів або смартфонів використовують принцип “tapping to the beat”, де необхідно потрапляти в такт музиці і вказівниками на екрані [1]. Ці ігри забезпечують найпростіші рішення для реалізації ідеї створення ритм-ігри, оскільки вони дешеві, мають інтуїтивно зрозумілий ігровий інтерфейс, а також передбачають простоту і зручність для навчання ритмічним навичкам.

Серед аналогів на даному сегменті ринку існує велике різноманіття додатків. Всі їх можна класифікувати за різними ознаками, виділяти ті чи інші критерії і розглядати значимість різних складових проекту.

Класифікація щодо графічної мови гри. Тут можна виділити кілька домінуючих напрямків. Першим є використання стилістики аніме. Найчастіше вона присутня в японських ритм-іграх, оскільки є автентичною для даного сегмента ринку. Приклади — Love Live! School idol festival і BanG Dream! Girls Band Party. Другим напрямком є використання авторського стилю. Такі ігри найчастіше запам'ятовуються саме завдяки своїй виразній мові, персонажам або загальному оформленню. До прикладів таких ігор відносяться Deemo і Lanota. Третім підрозділом є ігри з більш мінімалістичним підходом до оформлення. До таких ігор відносяться додатки, в яких немає маскотів-персонажів і внутрішньоігрової історії. Зразками таких додатків можна назвати Dancing Line і Pianotabs. В іграх з таким графічним стилем часто зустрічаються геометричні фігури, яскраві та лаконічні кольорові рішення і весь дизайн базується саме на таких елементах. Часто стилі можуть змішуватися і комбінуватися. Іноді авторський стиль поєднується з мінімалістичними засобами візуальної виразності (Project: Muse), іноді японські аналоги впливають на формування авторського стилю і виходять досить цікаві проекти (Lanota). Таким чином, обираючи графічний стиль гри, варто звертати увагу на те, що є основою проекту – цікавий геймплей, яскраві персонажі, авторські знахідки в області дизайну чи кольорових рішень і т. ін. Залежно від того, якою буде головна риса проекту, формується художня мова.

Класифікація щодо використання 2D/3D технології. На наш погляд, цей критерій є дуже важливим у розробці дизайну гри. Чи буде використовуватися тривимірний простір, чи достатньо площинного зображення для вираження ідеї гри — все це залежить від розробника, але використання цих двох варіантів розкриває два кардинально різних напрямки розвитку проекту. До ігор з використанням тривимірного простору відносяться такі зразки як Dancing Line. В цій грі гравець, доторкаючись до екрану в такт мелодії, керує тривимірною лінією, яка рухається доріжкою у просторі. На різних рівнях змінюються локації, темп та складність музики. Якщо гравець помиляється, лінія повертає не в тому напрямку, і гра закінчується. Також тривимірний простір використовується у грі BanG Dream! Girls Band Party, але там він не є частиною геймплею. Між музичними змаганнями гравець має можливість переміщуватися локаціями, де знаходяться персонажі гри, та відкривати діа-

логи між ними. До ігор, які використовують двомірний простір, відносяться такі додатки, як VOEZ. В цій грі є два режими, режим історії і, власне, ритм-гри. В режимі історії ми маємо змогу дивитися та читати оповіді про пригоди персонажів, які представлені слайд-шоу з голосовим супроводом, в режимі гри — виконувати музичні квести, граючи різноманітні пісні. В грі Muse Dash також використовується площинний спосіб зображення як у режиму гри, так і на всіх ігрових екранах. Використання 3D зазвичай робить гру більш різноманітною і захоплюючою, але площинний спосіб організації ігрового простору, як правило, є більш практичним та універсальним. Вибір між цими двома концепціями визначає майже весь шлях розвитку гри, тому важливо розуміти, що є сильними сторонами проекту і в який спосіб ці виграшні елементи можуть бути реалізовані якнайкраще — у тривимірному просторі, чи за допомогою 2D-технологій.

Класифікація щодо геймплея. Деякі ігри зосереджені тільки на ритмічній складовій, в них гравцеві потрібно просто потрапляти в ритм і встигати за вказівниками на екрані, деякі включають в себе елемент баттла, гонки або інших варіантів. Використання додаткових ігрових сценаріїв робить процес більш цікавим і менш монотонним. З іншого боку, деяким гравцям цікава саме музична складова таких додатків. Прикладами «чистих» ритм-ігор є LoveLive! School idol festival і BanG Dream! Girls Band Party. Прикладами ігор зі змішаним геймплеєм можна назвати Muse Dash і Give It Up. В обох варіантах музична гра поєднується з таким жанром, як гра-раннер, де гравцю протягом деякої дистанції потрібно керувати персонажем, збирати нагороди, предмети і т. ін. Таким чином, поєднання музичної складової з іншими видами ігор може урізноманітнити проект, привернути увагу більшої аудиторії.

Класифікація щодо використання персонажів. Розрізнити аналоги можна також за наявністю або відсутністю персонажів-маскотів. Більшість ритм-ігор мають свій ігровий всесвіт, нерідко з історією, яка розкривається протягом усього ігрового процесу. До таких історій часто додаються нові і нові глави, розповідаючи про пригоди персонажів гри. Часто музична складова є цим способом «розвивати» історію. Прикладами ігор з використанням персонажів є BanG Dream! Girls Band Party і Muse Dash. Приклади ігор, які не використовують маскотів в ігровому процесі: Dancing Line і Beat fever — Music Planet. Залежно від того, чи наявні у грі персонажі, також формується цільова аудиторія проекту. Ігри, де немає дійових осіб, а наявні лише деякі квести, є більш популярними, однак гравці легко змінюють такі додатки, не маючи емоційного зв'язку з ними. Додатки, де наявні персонажі-маскоти зазвичай привертають увагу саме за рахунок цих персонажів, формують у гравців емоційний зв'язок із героями і гравці рідше видаляють такі ігри, зважаючи до знайомих образів.

Існує можливість класифікувати аналоги за іншими принципами, як то за способами візуалізації процесу ритм-гри, за орієнтацією екрану, за різноманітністю музичного супроводу, але означені нами вище, на нашу думку, є основними і найбільш значущими.

Як згадувалося на початку роботи, на даний момент ринок ігор перенасичений проектами різного рівня успішності, і тому вивчення і

класифікація так важливі для дизайнерів і розробників. Важливо розуміти, що в розробці музичної ритм-ігри саме візуальна мова або цікава концепція можуть зіграти вирішальну роль в залученні гравців, оскільки музичні смаки у різних людей можуть вкрай відрізнятися. В ході цієї роботи був проведений аналіз ритм-ігор і виявлені різні закономірності та основні риси, за якими можна згрупувати всі ці проекти: класифікації щодо графічної мови гри, щодо використання 2D/3D технології, щодо геймплея, щодо використання персонажів. Така система класифікації та структуризації допомагає в процесі розробки концепції і дизайну майбутнього проекту, а з погляду на наповненість ринку, саме дизайн і унікальна ідея гри — запорука успіху будь-якого проекту.

Список використаних джерел:

1. Ruben Rodrigues Rebelo. Building a music rhythm videogame [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://fenix.tecnico.ulisboa.pt/downloadFile/1689244997256796/article.pdf> (дата звернення 05.03.2019).
2. Martin Pichlmair and Fares Kayali. Levels of sound: On the principles of interactivity in music video games. In Proceedings of the Digital Games Research Association. — Tokyo, 2007.
3. Valentin Bégel, Ines Di Loreto, Antoine Seilles, Simone Dalla Bella. Music Games: Potential Application and Considerations for Rhythmic Training [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5447290/> (дата звернення 05.03.2019).
4. Rahis Saifi. The 2017 Mobile App Market: Statistics, Trends, and Analysis [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.business2community.com/mobile-apps/2017-mobile-app-market-statistics-trends-analysis-01750346> (дата звернення 05.03.2019).

., 4

ІМІТАЦІЯ МАТЕРІАЛІВ В ТРИВИМІРНИХ ОБ'ЄКТАХ: ВІД ЕКСПЕРИМЕНТУ ДО КОНЦЕПЦІЇ

Програмне забезпечення для імітації матеріалів в 3D-об'єктах постійно вдосконалюється, що дає можливість створювати все більш і більш реалістичні матеріали в 3D-редакторах. Широкий спектр функцій і велика кількість програм дозволяє авторам досліджувати тему імітації матеріалів глибше, відкривати нові і нові алгоритми і способи зображення реалістичних матеріалів за допомогою технологій 3D. Така зацікавленість у імітації матеріалів також обумовлена розвитком сучасних медіа, анімації та кінематографа. Багато фахівців, авторів, художників досліджують це питання, експериментують з різними матеріалами, намагаючись відтворити природні властивості об'єктів якомога реалістичніше, щоб робити візуальний мову сучасного телемістечва багатшою і виразнішою.

Технічна сторона питання розглядається у багатьох підручниках. Як приклад, російські автори Горелік А.Г. [2] та Герасимов А.А. [1] розкривають основні принципи імітації матеріалів в 3D-об'єктах у своїх навчальних посібниках. Ще більше авторів-практиків займаються дослідженням цієї

теми в своїх блогах [5] і на ютуб-каналах. [6] Існує велика кількість різних уроків, досліджень, відео-експериментів на тему матеріалів в 3D-об'єктах. Деякі з цих роликів мають суто технічний характер — туторіали, відео з процесом створення того чи іншого матеріалу [4], але існують також творчі та концептуальні відео. На їх базі можна виділити кілька напрямків у використанні матеріалів в 3D-анімації.

До першої групи можна віднести ролики студії Mainframe North з Манчестеру. Серед робіт студії є кілька анімацій, в яких автори досліджують поведінку матеріалів, виявляють найбільш природні реакції і взаємодії. Відео такого характеру, як правило, є безсюжетними реалістичними анімаціями, в яких відбувається велика кількість різних фізичних процесів — падіння, розбивання, руху об'єктів з метою дослідження поведінки матеріалу в таких умовах. Наприклад, в ролику BASH 2017 року можна бачити все вищесказане [7]. Також яскравим прикладом є анімації французького автора під псевдонімом Роджер Кіліманджаро (Roger Kilimanjaro), в яких він досліджує властивості м'яких, твердих, рідких об'єктів, вивчає процес відображення і розсіювання світла в них і т. ін. Прикладами можуть послужити відеокомпіляції його коротких роликів “Motion Triptych II” [8] та “Motion Triptych IV” [9]. Визначним зразком роботи подібного плану може бути анімація автора з ніком Мобі Моушен (Moby Motion) під назвою “Lifelike water simulation” [10]. Назва говорить сама за себе — це якісно пророблена, реалістична і детальна анімація, що зображує поведінку рідин в різних умовах. Автор досліджує поєднання рідин з формою, моменти дисперсії світла у рідині, взаємодію текучої води с перешкодами чи твердими об'єктами, тощо. Таким чином, у анімаціях цієї групи автори досліджують технологічну сторону питання, імітація матеріалу відбувається заради технології.

До наступної категорії належать відео, в яких дизайнери експериментують зі сприйняттям глядача і надають різним матеріалам властивості, яких вони не мають в реальності. Прикладом такого підходу є анімація студії Mainframe North з Манчестеру під назвою “For Approval” [11]. В ролику використовуються нескладні прийоми, але авторам вдається добитися незвичного ефекту завдяки поєднанню несполучуваного — м'які яйця, пляшка, яка розтікається калюжею і молоко, яке виявляється монолітним важким об'єктом. Дві лампи накаливання, стикаючись, виявляються м'якими об'єктами, з відкритого крану витікає тканина, схожа на воду, а дерев'яні олівці починають колихатися, як м'яка трава. Також сцени з використанням об'єктів з незвичними властивостями є у відео японського автора Дайхея Шибати (daihei shibata), що має назву “Unexpected Outcome — ver. 02” [12]. Більша частина відео представляє собою реалістичні зйомки ситуацій, але декілька сцен створені за допомогою 3D-редакторів. Наприклад, чоловік накачує шини велосипеда по телевізору, а в результаті сам телевізор надувається як резинова куляка. Чи таблетки, що виявляються болтами. Цю категорію роликів, де ілюстрована поведінка матеріалу, невласна йому, можна назвати «анімації з анти-властивостями об'єктів».

Одним з найпоширеніших способів дослідження матеріалів є анімації з використанням принципу кінематики. Такий спосіб дозволяє зібрати в

одному відео багато різних матеріалів, а систематичний і послідовний рух об'єктів, які впливають один на одного, підтримує зацікавленість глядача під час перегляду. Прикладом такої роботи може бути ролик російського дизайнера під ніком Супердизайнери (superdesigners), що називається “MTS — my mts application” [13]. У цьому відео глянцева кулька рухається по локації, в межах якої автор використовує широкий спектр доступних для відображення матеріалів — пластик, метал, скло, глянцеві і матові поверхні, дерево, різні напилених і т. ін. Робота швейцарського дизайнера Романа Кейліна (Roman Kaelin) з Цюріху під назвою “SZKB Live” [14] має схожий характер, і відрізняється тим, що в якості об'єктів використовуються більш конкретні предмети, такі як м'яч, морозиво, ключка і т. ін. Принцип кінематики дозволяє концентрувати погляд глядача, відстежувати рух об'єкту через перепони. Таким чином цей принцип можна використовувати не тільки в експериментах, а і в рекламі брендів.

Одним з найбільших пластів дослідження 3D-матеріалів є ролики, в яких абстрактні об'єкти поводяться подібно живим організмам — рухаються, «дихають», переміщуються, якимось чином передають емоції, тощо. Такі роботи цікаві тим, що автори не обмежені зображенням реалістичних об'єктів, тому створюють насправді унікальні поєднання і композиції. Як приклад можна розглянути роботу Фабіана Аертса (Fabian Aerts) з Бельгії під назвою “R&D Parenthesis” [15]. У цьому відео автор досліджує поєднання глянцевих, матових, прозорих та інших матеріалів, додає імітацію ворсу і щетини, експериментує з рідинами, надаючи об'єктам поведінку живих організмів, яких насправді не існує. Також в якості прикладу можна використати роботу студії ZEITGUISED. Варто додати, що ця студія в цілому відрізняється від інших, створюючи ірреалістичні анімації, і підходить до процесу так, що окрім простої задачі з відображення матеріалів, створює композиції, які мають філософський зміст. В даній групі ми розглянемо ролик з короткою назвою “Birds” [16]. Суть анімації полягає в тому, що автори імітують рухи і поведінку птахів за допомогою різних об'єктів — пір'я, яєць, пелюсток, кісточок, листя і навіть рідини. Ідеально повторюючи рухи птахів, різноманітні маси об'єктів створюють відчуття двоякої реальності, коли об'єкт перед глядачем схожий на птаха, але це не птах. Прикладом такого типу роликів також може бути робота “Offset 2016” ірландського автора Піран'я Бар (Piranha Bar) [17]. В цьому відео яскраво зображені портрети людей та особистості характеру, які передаються за допомогою неочікуваних поєднань 3D-об'єктів, застосування різноманітних матеріалів та аудіо людського голосу. Кожний об'єкт у даній роботі є образом певної голови, портрета, виразом конкретного стану. Всі «голови» рухаються, розмовляють, тобто мають «людські» якості але ж ніяк не схожі на людей. Образ жінки віражений за допомогою поєднання різнокольорових кульок, які перебувають у постійному русі і переміщуються, блищать. Образ чоловіка представлений монолітною формою з очима-кубами. Образ несмішливого слухача зображений за допомогою «голови» з тисячею ворсинок, які рухаються в такт сміху, образ дитини — яйцем, яке розривається від крику. Всі ці несподівані асоціації поєднуються з цілком «живими» рухами, створюючи дисонанс у сприйнятті. Цю категорію анімації

можна назвати «симуляція живих об'єктів», адже основна ідея роликів, розглянутих вище, полягає у тому, щоб створити імітацію живого організму, використовуючи найрізноманітніші поєднання матеріалів.

Остання категорія, яку ми виділяємо у цій роботі, є своєрідним каталізатором всіх досліджень та спостережень авторів. Такі роботи, як правило, являють собою закінчені концептуальні твори, в яких автори ретельно підходять до створення необхідної атмосфери і стану. В роботах такого роду використовується весь спектр можливостей сучасних 3D-редакторів, а також правила композиції, драматургії, відео-монтажу і т. ін.

Серед робіт цієї категорії виділяється кліп японського автора Соджиро Каматані (Sojiro Kamatani) на пісню “Wednesday Campanella” [18]. Поєднання вільної камери, рухомих об'єктів і взагалі високий рівень рендерингу матеріалів створюють ефект повного занурення в відео. Ритм поєднується з анімацією, рівень матеріальності об'єктів створює відчуття повної реалістичності того, що відбувається і переміщує глядача у центр події в ролик. Не менш яскравим представником цієї категорії можна назвати ролик британської студії Animate Projects з назвою “Spherical Harmonics” [19]. Один з авторів цього відео говорить, що “Spherical Harmonics” — це ролик про дивовижну силу цифрового зображення. «Це герметична фантазія, повна цифрових спогадів, підробленої фізики і контрольованих аварій. Місце, де реальність зазнає невдачі, тому що вона занадто досконала, і де вражаючі CGI-декорації замінюються складними фантазіями цифрового художника-Бога» — пише Алан Варбургор, один з авторів анімації [3]. Відео насправді представляє собою дивну реальність, в якій, за допомогою з'єднання анімації і матеріалів створюється ефект надприродності, потойбічності. В такому ролик автор справді здатний створити унікальну реальність, зі своєю фізикою, своїми законами та особливостями. Не менш визначним прикладом такого типу роликів є робота Studio ANF під назвою “Computer Visions” [20]. Глибокі образи, гармонійне поєднання відео-ряду з аудіо, філософський текст, який підкріплює візуальну частину — все це працює заради єдиної цілі, створення враження, впливу на глядача. За словами самих авторів, це «діалог між штучним інтелектом і людиною» і візуальна мова ролик створює саме таке враження. Поєднується механічне з біологічним, зіткнувшись живе і неживе. Виразні образи, такі як рідина, яка стікає на голови манекенів, абстрактний об'єкт, що сочиться білою рідкою субстанцією, куля з чистої води посеред пейзажу, конструкція, ніби створена з людської шкіри — всі матеріали у цьому ролик використані максимально виразно та виконують свою функцію, що захопить глядача і занурить в фантастичний світ. Анімації цієї категорії можна назвати концептуальними, що завдають настроїв, створюють незвичайну атмосферу та є закінченими творами сценарного мистецтва.

Висновки. Можливості 3D-редакторів у галузі створення і розробки матеріалів досягли дуже високого рівня. Програмне забезпечення дає змогу авторам експериментувати і створювати найрізноманітніші матеріали. Більш того — наразі процес імітації матеріалу у 3D-об'єктах досяг такого рівня, що часто, дивлячись на продукт комп'ютерного мистецтва, непідготовлений глядач може не зрозуміти, що перед ним дещо нереальне.

Виходячи з аналізу вищенаведених робіт, можна зробити спробу класифікувати найбільш розповсюджені підходи до роботи з матеріалами у тривимірних об'єктах. Такими напрямками є технологічний експеримент або імітація матеріалу заради технології, анти-властивості (поведінка матеріалу, невласна йому), кінематика, симуляція живих об'єктів і концептуальні абстрактні анімації, які є завершеними, самостійними творами мистецтва.

Список літератури:

1. Герасимов А. А. Самоучитель КОМПАС 3D : Том 13. Петербург : БХВ-Петербург, 2012.
2. Горелик А. Г. Самоучитель 3dsMax. Петербург : БХВ-Петербург, 2018.
3. Computer Visions [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://vimeo.com/164543269>.
4. Duncan E. Digital Mayhem 3D-Landscape Techniques : Where Inspiration, Techniques and Digital Art meet. BocaRaton : CRC Press, 2014
5. 3dtotal [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://3dtotal.com/tutorials>.
6. RENDERSTORM I Уроки 3Ds Max [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.youtube.com/channel/UC4JtkbseUJ_IYoauTe82NPA.

Список використаних роликів:

7. BASH, 2017, Mainframe (North), <https://vimeo.com/228973929>
8. Motion Triptych II, 2018, Roger Kilimanjaro, <https://www.youtube.com/watch?v=rLha9MJTWfg>
9. Motion Triptych IV, 2018, Roger Kilimanjaro, <https://www.youtube.com/watch?v=dp8eGe0xhn0&t=43s>
10. Lifelike water simulation, 2015, Moby Motion, <https://youtu.be/ureGelZPi3o>
11. For Approval, 2017, Mainframe (North), <https://vimeo.com/200325511>
12. Unexpected Outcome — ver.02, 2017, daihei shibata, <https://vimeo.com/207245808>
13. MTS — my mts application, 2018, superdesigners, <https://vimeo.com/285477952>
14. SZKB Live, 2017, Roman Kaelin, <https://vimeo.com/216984512>
15. R&D Parenthesis, 2017, Fabian Aerts, <https://vimeo.com/235309445>
16. Birds, 2014, ZEITGUISSED, <https://vimeo.com/92369879>
17. Offset, 2016, Piranha Bar, <https://vimeo.com/162088472>
18. Wednesday Campanella, 2017, Sojiro Kamatani <https://vimeo.com/222855070>
19. Spherical Harmonics, 2013, Alan Warburton, <https://vimeo.com/82085374>
20. Computer Visions, 2017, Studio A N F, <https://vimeo.com/164543269>

... , 4 , « »

КАЛІГРАФІЯ В ЕПОХУ КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЇ

Формування каліграфії нерозривно пов'язане з появою й формуванням писемності, перші витoki якої сягають Єгипту та Шумерів 5–4 тисячоліття до н.е. Матеріали для перших записів та замальовок (ширококінецьове перо, плоский пензель) стали основними для подальшого користування на багато століть [1: 9]. Перші рукописні підручники з каліграфії з'явилися в Європі в XIV ст. Вони містили інструкції і поради щодо різних питань, необхідних людині для вивчення мистецтва письма [1: 37], але книгодрукування і друкарські машинки поступово стали витіснити каліграфію [4].

Зараз серед дизайнерів та аматорів пробуджується інтерес до вивчення мистецтва каліграфії, через це маємо величезну кількість «каліграфів», що погано розуміються на якісному матеріалі, композиції і пропорціях. Зокрема, розвиненню каліграфії перешкоджає технологічний прогрес, виникнення графічних редакторів, що дають змогу коригувати й прискорювати процес створення красивих «псевдокаліграфічних» написів. Технологічний прогрес двояко впливає на розвиток каліграфії. З одного боку, технології прискорюють способи набору й написання тексту, відкривають майже безмежні можливості для швидкого редагування існуючих каліграфічних шрифтів, з іншого — використання рукописного тексту втрачає свою актуальність, бо комп'ютерні програми та засоби набору пропонують широкий спектр подібних гарнітур та засобів оформлення тексту.

Сучасні каліграфи переосмислюють і намагаються по-своєму інтерпретувати шрифтові композиції старих майстрів, створюють на їх основі нові шрифти. Створення шрифту для друку має на увазі більш ретельне опрацювання форми літер за допомогою пера або пензля, тут немає місця випадковостям, які може дозволити собі каліграф [5]. Втрачаючи каліграфічні навички, припиняючи вивчати стародавні вишукані зразки каліграфічного мистецтва, дизайнери-шрифтовики не мають змоги розробляти дійсно досконалі шрифти для зручного використання. Замість цього маємо велику кількість акцидентних шрифтів, які можна застосовувати для оформлення заголовків або логотипів, але які не можна застосовувати для книжкового або журнального набору [2: 22].

У ХХІ ст. немає потреби в канцеляристах-каліграфіях і в писцях. Замість цього існує різноманіття засобів, які спрощують процес написання книжок та оформлення паперів. Але каліграфія не втратила свого комерційного призначення. Окрім розробки шрифтових гарнітур каліграфія використовується у створенні логотипів, у дизайні пакування, запрошень, реклами. Електронне видання «The Short Horn.com» зазначає: «Останнім часом каліграфія знову набирає популярність: у результаті впровадження нових технологій у сферу мистецтва виникла потреба піти від масовості до індивідуальності, повернутися до створення рукописних або рукотворних виробів» [3]. З початку ХХІ ст. починає набувати популярності каліграфічний монументальний розпис. Такі композиції використовуються в інтер'єрах та як музейні експонати, каліграфією прикрашають нові моделі автомобілів та одяг. Каліграф і графічний дизайнер Є. Спичковий зазначив: «... поняття «сучасна каліграфія» стирає обмеження, дозволяє художнику все, але письмо — це в першу чергу осмислення цілого ряду правил, багатогодинна щоденна практика й освоєння тисячолітнього досвіду» [6].

Висновок. Каліграфія, з одного боку, втрачає своє значення в сучасному світі, а з іншого — являє собою цікаве, вінтажне явище, яке використовується як ексклюзив у графічному дизайні й рекламі. Використання каліграфії у графічному дизайні є актуальним, але не може конкурувати з іншими засобами відтворення тексту.

Література:

1. Проненко Л.И. Каллиграфия для всех. М.: Книга, 1990. 336 с.
2. Чихольд Ян. Образцы шрифтов. М.: Издательство Студии А. Лебедева, 2012. 248 с.

3. Алексеева Е.В. Взгляд на каллиграфию в современном мире. URL: <https://www.calligraphy-museum.com/news/news/vzgrad-na-kalligrafiu-v-sovremennom-mire>.
4. Воробьева Е. Что такое каллиграфия и с чем ее едят? URL: http://dailyculture.ru/stati/art/chto_takoe_kalligrafiya_i_s_chem_eye_edyat/.
5. Кобден Т. Размышление о каллиграфии и ее месте в современном мире. URL: <https://img.artlebedev.ru/izdal/design-philosophy/zapf-design-philosophy-preview.pdf>.
6. Левчук Д. Современная каллиграфия. URL: <http://styleinsider.com.ua/2015/02/sovremennaya-kalligrafiya>.

., 2

ДИЗАЙН УПАКОВКИ НАПОЇВ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КИТАЙСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО АНАЛОГІВ

Останнім часом на ринку з'являється чимало різних напоїв, відповідно народжуються нові види та варіації упаковки. В різних куточках світу зазвичай відрізняються деякі, на перший погляд, однакові речі - наприклад варіації пляшки та етикетки схожих напоїв. Як приклад китайської упаковки ми розглянемо чайні напої з додаванням соку Nongfu Spring (ілюстрація 1). Прикладом української упаковки розглянемо Живчик – вітамінізований напій з додаванням соку (ілюстрація 2).

Перш за все варто відзначити, що даний напій китайського ринку створений для молодих людей які піклуються про своє здоров'я та прагнуть досконалості. Напій українського ринку випущений спеціально для дітей і батьків. Обидва напої зберігаються у прозорих пляшках з етикеткою що розміщується по периметру. Етикетка українського напою має чіткий композиційний центр – зображення «героя»: анімований персонаж (фрукт або ягода) [1]. Етикетка китайського виробника за фон має патерн – на всіх гранях пляшки намальована історія, а центром композиції є назва. Під час аналізу етикетки ми бачимо, що малюнки української компанії наближують до справжніх зображень фруктів та ягід (з'являються натуральні відблиски та тіні). В той час

Іл. 1-2



як китайська компанія робить малюнки без надмірної деталізації, та обирає декоративний стиль. Стосовно використаних кольорів можна зазначити, що український виробник використовує не натуральні кольори зі збільшеною насиченістю, тоді як китайський застосовує соковиті кольори, гарно підбираючи кольорові співвідношення. Пляшка китайського виробника має просту форму зі закругленими кутами та великим горлечком, українська ж навпаки відрізняється ергономічною формою з маленьким горлечком.

Індустрія солодких безалкогольних напоїв переживає спад, оскільки тенденція до здорового харчування охопила весь світ. У зв'язку з цим компаніям, що виготовляють напої, доводиться вдаватися до різних заходів задля привернення уваги покупців та збільшення продажу товару. Вони намагаються зробити свої марки автентичними і підкреслити оригінальні цінності бренду[2].

Порівнявши безалкогольні напої на основі соку в різних культурах ми бачимо яке різноманіття упаковки може бути для однакового продукту та як по-різному можна створити її дизайн.

Література:

1. https://koloro.ua/blog/issledovaniya/Analiz-runka-BAN_v_Ukraine.html (20.04.2019)
2. <http://techdrinks.info/ru/news/upakovka-dlya-bezalkoholnykh-napytkov> (20.04.2019)

. ., 2

ЧИМ ВІЗУАЛЬНА ПОБУДОВА ОБКЛАДИНКИ «VOGUE CZECHOSLOVAKIA» ВІДРІЗНЯЄТЬСЯ ВІД «VOGUE» США

Анотація. У статті розглядається невербальне співвідношення графічної мови журналів «VOGUE CZECHOSLOVAKIA» та «VOGUE» США, та їх вплив візуальних принципів побудови на обкладинки.

Мода – це справжній феномен, панування тенденцій в культурно-соціальной сфері життя. Соціум дотримуючись цього поняття, прагне до відтворення індивідуального самовизначення у візуальному сенсі. Спираючись на вислів Дід'є Суберб'елль, керівника Condé Nast France: ««VOGUE» – єдиний журнал, який всвітлює тільки моду. У цьому відношенні мільйони своєї категорії, причому абсолютні» [1] – ми порівнюємо обкладинку «VOGUE CZ» та «VOGUE».

Мода та ідея – синоніми, які взаємопов'язані між собою масовою інтеграцією суспільства до них. Ідея є родоначальником моди, яку ми зараз спостерегаємо. Це є абсолютною рисою лідерства у візуальному аспекті громадського сприйняття. [2] Перша обкладинка глянцевого журналу «VOGUE CZ» – це ідея, яка стала визитівкою до «нової хвилі» епохи обкладинок. «VOGUE CZ» – одна з наших самих креативних і візуально унікальних версій Vogue, коріння якої глибоко йдуть в чеську та словацьку культуру, – розповіла Карина Добротвірська, президент і редакційний директор Brand Development видавництва Condé Nast International. – Він поєднує в собі сюрреалістичне вплив, роздуми про національні історичні травми, відсилання до бароко і готичні спадщини» [3].

В цьому аспекті цікаво звернутися до першої обкладинки «VOGUE CZ», яка розповідає історію дружини останнього президента країни Вацлава Гавела – Ольги Гавлової. Перша леді заснувала Комітет доброї волі, займалася самвидавом і відстоювала права невинно засуджених. Щоб розкрити образ Ольги була запрошена модель Кароліна Куркова, яка стала героїнею обкладинки вересня. На спині Кароліни написано «Я» і «Ти». Редактори пропонують нам історію жінка, яка стала, бо невербальне спілкування обкладинки – це основний критерій та ідейний посыл глянцевого журналу. Тільки фотографія та контрастний напис «VOGUE» – візуальний код спілкування, який в свою чергу керується системою сприйняття соціальних питань. Відсутність використання великого обсягу текстових компонентів при складанні матеріалу надає змогу приділяти велику увагу візуальному аспекту.

Говорячи про фотографію, як про головну частину обкладинки, можна зауважити, що «VOGUE CZ» використовує більш метафоричні кадри, ніж «VOGUE». Останній в свою чергу звертається до вербального спілкування з читачем. Фотографія - це обличчя журналу, яке з усього формату обкладинки підкрплена текстом та комерцією. Стилiстично глянець не сильно відрізняється від «VOGUE» інших країн, тобто він немає візуальної підтримки графічними засобами, ідейними або метафоричними кадрами, відсутня естетика композиції.

Проаналізувавши ряд обкладинок «VOGUE CZ» та «VOGUE» можемо зробити висновок, що останній має підхід до обкладинки як до продукту, який можна використовувати для комерційних засобів, в той час як перший демонструє, що посыл не обов'язково керується вербальною системою. Ідея та метафоризм – це найголовніші принципи соціального спілкування в графічному аспекті.

Література:

1. Вісловлання Великих щодо моди. - Інтернет ресурс. Режим доступу: <http://modiliani.com.ua> (дата звернення - 12.04.19)
2. Чепурова К. Ю. Актуальные проблемы становления fashion-журналистики [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/77/287/39860.php>. (дата звернення - 14.04.19)
3. Все что нужно знать о первом номере Vogue Czechoslovakia. Текст: Софія Ауліх. - Інтрнет ресурс. Режим доступу: <https://www.buro247.ru/news> (дата звернення - 14.04.19)

ДО НОВОГО РОКУ: ПРОЕКТНЕ РІШЕННЯ ДИЗАЙНУ ПОЛІГРАФІЧНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «VESNA»

Розробка дизайну упаковки для корпоративних подарунків як рекламної продукції надзвичайно актуальна, оскільки присвячена певній події, святу з метою акцентування уваги, збереження в пам'яті назви та логотипу компанії, утримання існуючих та залучення нових клієнтів.

Мета роботи: опис і обґрунтування проектного рішення дизайну поліграфічної корпоративної продукції ТОВ «VESNA» до свята «Новий рік».

Не можна не погодитись з науковцем О. Бережною про персоніфікацію замовників поліграфічної продукції [1], тобто проектне рішення дизайну поліграфічної корпоративної продукції було спрямоване на спонукання частіше користуватися послугами підприємства. Такий підхід забезпечить конкурентоздатність ТОВ «VESNA» та задовольнить потреби клієнтів.

Цьому сприяло впровадження нових технологій друкування (друк на металізованому картоні, цільне та вибіркоче лакування, Soft-touch конгресним багаторівневим тисненням, складною висічкою тощо), з метою ознайомлення постійних клієнтів з новою продукцією, прийняло рішення індивідуалізувати корпоративні подарунки, використавши такі засоби: додавання імен на кожную упаковку, друк на дизайнерських темних картонах, СМΥК, PANTONE, варіативність дизайну – жодного схожого подарункового пакету при безперервному тиражуванні завдяки програмному забезпеченню Mosaik.

У зв'язку з цим перелічимо вимоги до корпоративних подарунків ТОВ «VESNA» до Нового 2020 року: інформативність упаковки – привертання уваги, демонстрація нових можливостей поліграфічного підприємства; емоційність – інноваційна графіка повинна викликати образ якісного продукту преміум-класу; демонстративність [3] співпадати з фірмовим стилем підприємства, що допоможе результативно виконувати свої рекламні функції.

На початковому етапі було генеровано ідеї щодо розробки дизайну поліграфічної корпоративної продукції, які ґрунтувались на тому, щоб зробити подарунки особливими, не схожими на інші, як за рахунок оригінального виконання продукції, так і упаковки подарунків, які потім були оформлені у концепції:

1. «Вишуканість для обраних» персоналізоване індивідуальне пакування з використанням матеріально затратних ресурсів (можливість додавання імені на кожную упаковку), друк на металізованому картоні, дизайнерських темних картонах, СМΥК, PANTONE з оздобленням українським орнаментом.
2. «Усім колегам – найкращі подарунки!». Авторські малюнки на святкову тематику в акварельній техніці найбільш прийнятні для такої концепції. Кольори теплі, лагідні, застосування акварельної техніки з розмитим ефектом складає враження теплоти, душевності та лагідності.
3. «Відповідність ціна-якість» – універсального спрямування розробленого дизайну поліграфічної корпоративної продукції, розраховане як на співробітників, так і на постійних клієнтів найприйнятнішими кольорами були холодні, відповідні до зимової пори року, неонові відтінки.

Тестування концепцій відбувалось способом інтерв'ювання, шляхом демонстрації зразків поліграфічних корпоративних подарунків своїм клієнтам. Результати тестування вказують на те, що концепція «Вишуканість для обраних» отримала найбільшу кількість позитивних відгуків серед клієнтів, оскільки була розроблена у єдиному стильовому рішенні з найприйнятнішим кольоровим та шрифтовим рішенням, мала естетичну привабливість, виглядала сучасно та креативно поміж інших.

Кольорове рішення – неонові відтінки у поєднанні з чорним кольором. Задля неповторності, яскравості, розмаїття продукція виконана у етностилі, що є актуальним.

Календар настільний як засіб поліграфії – незамінний атрибут ділової людини, яка цінує час. Невеликого розміру, щоб не займати багато місця на столі, складається з 12 аркушів, є можливість робити замітки. Оформлення об'єднане однією ідеєю.

Не менш важливими є упаковки для шампанського, цукерок та подарунковий пакет. Упаковки та пакет містили український рослинний у поєднанні з геометричним орнаментом як частина етностилу, адже українська вишивка надзвичайно популярна у сьогоденні для цільової групи – керівники підприємств, в свою чергу орнамент на упаковці робить її свого роду витвором мистецтва.

Новорічна листівка виконана у стилі pop-up (термін з'явився у 60-ті роки ХХ ст. у США і буквально означає «вистрибувати», «раптово з'являтися») – одного з цікавих стилів виготовлення об'ємних листівок, техніка створення об'ємних пересувних ілюстрацій на ґрунті паперових конструкцій [2]. У нашому випадку, розсуваючи у різні боки листівку, рухається ілюстрація, набуваючи об'єму, а особливістю такої листівки є те, що у закритому вигляді вона має плоску форму. Вирішено було зупинитись саме на такій листівці, оскільки поряд із невеликою ціною на витрачені матеріали вибір виглядає нестандартно за рахунок складного конструкторсько-дизайнерського рішення. Листівка мала особисте звернення до адресата у рукописному шрифті, що створює атмосферу доброзичливості, дружності, декорована у новорічній тематиці, містила логотип ТОВ «VESNA».

Проектування дизайну упаковки сприятиме позитивному враженню на клієнтів та партнерів виробничо-поліграфічного комплексу ТОВ «VESNA», спонукатиме до співпраці, стимулюватиме до співпраці, адже кожен корпоративний подарунок – це продовження особистої цінності, на якій побудовано бренд, а також знак поваги або позитивного ставлення до цільової аудиторії, що в свою чергу формує позитивний імідж компанії.

Література:

1. Бережна О. Б. Управління взаємодією підприємства поліграфічної галузі із замовниками. // Комп'ютеризовані технології і системи видавничо-поліграфічних виробництв і електронних мультимедійних видань. [Електронний ресурс]: Режим доступу: file:///C:/Users/admin/Downloads/soi_2016_4_41.pdf
2. Гузаиров, Э. Pop Up Books. Трехмерные книги [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/665827-pop-up-books-trehmernye-knigi>, свободный, назв. с экрана
3. Артем А. 33 тренда в графическом дизайне 2019 (с примерами). [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://videoinfographica.com/design-trends-2019>, свободный, назв. с экрана.

ОСОБЛИВОСТІ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯПОНСЬКОГО ПЛАКАТИСТА СІГЕО ФУКУДА

Творчість японського дизайнера Сігео Фукуда надзвичайно актуальна, оскільки його роботи стали зразком для дизайнерів-графіків ХХІ ст. завдяки таким особливостям як: традиції гри, подвійне сприйняття одного образу [4],

тонкі межі гумористичних візуальних рішень, прості зображення форми планети, рук, ніг, сонця [2], уміння представити давно знайомі образи з неочікуваного боку, створення цілого світу розіграшів на основі оптичних ілюзій [5] тощо. Ці особливості найкраще віддзеркалилися у плакатних роботах майстра.

Сігео Фукуда — один із найвпливовіших представників японської школи плаката, художник, скульптор, графічний дизайнер, автор книги «Visualillusion», на якій виховувалось не одне покоління дизайнерів по всьому світу, лауреат і призер багатьох конкурсів, напр., міжнародного бієнале у Варшаві (1972 рік), де отримав золото за постер «Перемога 1945» [4] (рис. 1).

Створення будь-якого виду мистецтва в Японії пов'язано з надбанням духовного досвіду пізнання «найвищої істини» [3], оскільки дизайнеру необхідно досягти мети візуальної комунікації, — за допомогою образів передати своє розуміння цілісності світу, тому японська школа графічного дизайну є визнаною та пізнаваною у світовому масштабі. Плакат Сігео Фукуди, що актуалізує проблематику візуальної комунікації, зображує людину, яка ніби «проростає» крізь білий лист паперу [5]. Плакатист простими засобами демонструє глядачу, що ми знаходимось серед оточуючої нас візуальної інформації (рис. 2).

Власний авторський стиль Фукуда удосконалював усе життя, здобувши творчій пошук у роботах художників Далі та Ешера, шукаючи грані між зоровим сприйняттям і філософським трактуванням зображуваного — це відображено у тематиці ілюзорності навколишнього світу [3]. Дизайнер вважав, що вміння «увійти у світ ілюзій для кожної людини складне і надзвичайно актуальне. Обманюючи зір і, отже, кидаючи виклик розумінню в своїй творчості, важливо зрозуміти стиль життя і думки публіки, постійно перебувати у контакті з аудиторією», — стверджував С. Фукуда [4]. Наприклад, працюючи над плакатом для танцювального шоу, майстер зобразив рух, використавши оптичну ілюзію біло-чорного — жіночі ноги зображено білим, а чоловічі ноги — чорного кольору й зображені перевернутими (рис. 3). Доречі, таку ідею передання руху за допомогою зображення ніг використано у різних варіантах, — ноги стали своєрідною «візитною картою» Сігео Фукуда.

Становить цікавість психологія сприйняття глядачем питань, притаманних людській природі — ненависті й любові, вірності та зради, життя й смерті, які порушено в роботах Фукуда за допомогою засобів оптичної ілюзії. Мотиви своєї неповторної техніки митець пояснював таким чином: «Я вважаю, що у дизайні повинно бути 30 % — достоїнства, 20 % — краси та 50 % — абсурду. Замість того, щоб задовольняти смаки широкої публіки, місія дизайнера — заманюючи людину візуальною ілюзією, залишити її з відчуттям задоволення від особистої переваги» [5].

Плакати Сігео Фукуда відзначені мінімалізмом, тобто на противагу іншим — наповненим текстом і малюнком, насиченим зайвим сенсом — він створює насамперед ілюстрацію, яка несе головний зміст, водночас літери в його роботах відіграють відносно незначну роль. Концентрація стимулюється відбором графічних елементів і колірних відношень, які створюють образ у плакатах і є максимально точними у виявленні сутності візуальної комунікації.



Рис. 1. С. Фукуда. Плакат «Перемога 1945». 1972 р.



Рис. 2. С. Фукуда. Плакат. 1989 р.



Рис. 3. С. Фукуда. Плакат для танцювального шоу. 1975 р.

Висновки. Аналіз особливостей візуальної комунікації японського плакатиста Сігео Фукуда показав, що цей майстер міг у лаконічних, майже знакових образах показати складні проблеми сучасності. Його роботи базуються на традиціях японського мистецтва й вирізняють японський плакат серед інших національних плакатних шкіл. Оригінальними рисами цієї школи є мистецтво натяку й символічність, яка ґрунтується на історії і міфології, лаконічність вираження, вміння концентруватися на суттєвому, урівноваженість, витонченість, увага на деталі.

Література:

1. Бхаскаран Л. Дизайн и время. Стил и направления в современном искусстве и архитектуре. М.: Арт-Родник, 2006. 372 с.
2. Вашук О. Развитие японского графического дизайнера в 1950–1990-е годы: мастера и направления. Искусствознание: журнал по истории и теории искусства. 2011. 411 с.
3. Григорьева Т. П. Красотой Японии рожденный. М.: Искусство, 1993. 425 с.
4. Ткалич С.К. Основы исследовательской деятельности в дизайне. Курс лекций и научная практика. Осенний семестр 2015. Институт искусств: МПГУ. Москва. 189 с.
5. «ShigeoFukuda». Электронный ресурс. Режим доступа: URL: <http://design-union.ru/portalnew/noosphera/names/1859-shigeo-fukuda>.

ПЕДАГОГІКА ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА ДЛЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

З розвитком технологій та поширенням інформації у вільному доступі значний відсоток людей вимушений обробляти велику кількість інформації кожен день. Це призводить до збільшення об'єму обов'язкових знань і навичок, які вимагаються від школярів з перших днів навчання. Тому, не втрачає актуальності питання про всебічний розвиток дитини, формування її творчої складової й гармонійне навчання ще у дошкільному віці.

Одним із ключових елементів становлення дитини є її самовираження. Отже, важливими стають шляхи передачі вражень дитини, де, серед іншого, значну ланку займає образотворче мистецтво.

Базовим компонентом дошкільної освіти в Україні, її метою визначається розвиток особистісної культури дитини через відкриття їй світу в його цілісності та різноманітності. При цьому дитина має займати активну, самостійну, творчу життєву позицію. [4] Значну роль у цьому розвитку грає сім'я.

Цікавими є дослідження американських педагогів та психологів, зокрема Торренса, автора системи вимірювання творчих здібностей. Він повідомляє, що спадковість не є найважливішим показником творчої продуктивності. На основі своїх досліджень він стверджує, що формування творчого характеру залежить більше від сім'ї, яка здатна розвинути, або знищити творчий потенціал дитини ще у дошкільному віці. Тому великого значення набуває система виховання творчих здібностей як у сім'ї, так і у дошкільних та шкільних закладах освіти. [2]

Крім того, дуже важливо враховувати, що малюки 3-4 років – це, в першу чергу, «діячі», а не спостерігачі, тому для успішного їх розвитку дуже важливий досвід активної різноманітної діяльності. На цьому етапі розвитку батькам також необхідно проявляти терпіння і не намагатися робити все за дитину [1].

Згодом малюки набувають певного сенсорного досвіду й засобів відтворення побаченого, чи своїх відчуттів.

На основі емоційної чутливості та сенсорних здібностей формується художнє мислення. [3 с.12]. Отже, одним із засобів передачі свого «досвіду» стає малюнок.

Діти віком до 6 років ототожнюють себе з оточенням, тому прагнуть передати свої відчуття від предмету більше, ніж сам предмет. Прикладом з практики є хлопчик, який під час заняття розповідав про зображеного краба, показуючи його жестами.

Значну роль грає кольорова гамма. Як відомо, колір являє собою хвилю певної частоти, тому має фізичний вплив на стан людини. Упродовж життя у кожного формується індивідуальна психологічна й емоційна реакція на колір, пов'язана із суто особистим досвідом. Тому, на підсвідомому рівні фарби можуть бути використані для передачі свого ставлення до предмету чи свого досвіду, пов'язаного з ним.

Таким чином, при виборі теми малюнку, слід враховувати перелік кольорів, які можуть обрати діти. Враховуючи специфіку розвитку дитини дошкільного віку, дуже важливо не обмежувати її у виборі фарб, навіть якщо вони не відповідають візуальним характеристикам предмету. Це сприяє самовираженню дитини на більш глибокому рівні. Що, в свою чергу, формує її як особистість.

Список джерел:

1. Особливості розвитку дитини дошкільного віку. <https://mamovediya.com.ua/osoblyvosti-rozvytku-dytyny-doshkilnoho-vidku>
2. Розвиток творчих здібностей дітей засобами образотворчого мистецтва. <http://www.newacropolis.org.ua/theses/73f940eb-4d1f-4390-a3af-808283080f97>

3. Р. М. Борщ . Д. В. Самойлик - Б84 Програма художньо-естетичного розвитку дітей раннього та дошкільного віку "Радість творчості" / Р. М. Борщ, Д. В. Самойлик. — Тернопіль: Мандрівець, 2013. — 72 с.
4. Базовий компонент дошкільної освіти в Україні. – К. : Видавництво, 2012. – 26 с.

ХИТРОЦІ МАРКЕТИНГУ У КОМЕРЦІЙНОМУ ФОТО

З глобалізацією культури і появою на ринку неосяжної кількості товару щодня, стає складніше виділити певну продукцію і поширити об'єм її продаж.

Виникає потреба в маркетингу високого рівня, який, серед іншого, має задіяти психологічний і фізіологічний аспекти людини. На сьогодні, одним із найпоширеніших видів реклами є візуальний. Таким чином, роль фотографії в комерції значно зростає.

Фотографія є однією з головних складових в рекламі, бо привертає увагу й може сказати про товар більше, ніж сторінки тексту. Успіх реклами безпосередньо залежить від оформлення знімка, його змісту та кольорової гами. Не дивно, що для підвищення продажів використовують хитрості, що роблять продукцію більш привабливою. У цій статті мова піде про деякі з них.

Першим чинником, що визначає успіх реклами, є розташування тексту і зображення. Композиція вибудовується з урахуванням анатомічних особливостей зорового апарату. Оскільки права півкуля краще підходить для обробки образотворчої інформації, а ліве - для логічної і вербальної, то розміщення зображення ліворуч від тексту покращує обробку всього повідомлення. [2]

Спрямованість уваги можна підсилити за допомогою погляду моделі на зображенні, зверненої до текстовим блоку, посиливши тим самим попередній ефект.

Далі ми поговоримо про організації самої «картинки». Існують психологічні та суто технічні прийоми, які використовують в рекламі для досягнення певного результату.

Однією із психологічних тактик є «ментальна взаємодія». «Якщо візуальний опис надає взаємодію, наш розум готується до тої дії за допомогою моделювання наших попередніх подій» [3]. Симуляції такої взаємодії у фотографії - це зображення предметів, з якими ментально легше взаємодіяти. Прикладами є кавові чашки, повернені ручками вправо; продукти, що вийнято з упаковки; товар у руці і так далі. «У 2012 році дослідники Райан Елдер і Аріадна Крішна продемонстрували учасникам експерименту рекламу кавової чашки. Виявилось, що випробовувані з більшою ймовірністю хотіли придбати товар тоді, коли ручка чашки була повернута праворуч (в бік правідної руки для більшості людей). « [2]

Емоційний вплив відбувається за рахунок кольорової гами зображення. Так як колір є хвилею світла певного діапазону, він безпосередньо впливає на фізику людини.

Відповідно до теорії про колір Йоганнеса Іттена, людський мозок прагне гармонізувати побачене ним зображення до так званого «середнього сірого», отже, чим менше зусиль він витрачає на досягнення балансу, тим приємніше для нього зображення.

Таки чином, знаючи принципи сприйняття кольору, можна впливати на емоції, настрої або вибір потенційного споживача. Також колір служить для привернення уваги, запам'ятовування та ідентифікації товару в рекламі. Головні параметри при виборі кольорового рішення - поєднання кольорів та їх насиченість.

«...зорову увагу людини в першу чергу приваблюють видимі контрасти кольору й яскравості, а не емоційні та культурні асоціації, пов'язані з певним кольором.»; «...доктор Пітер Кеніг (Peter Koenig) і його колеги виявили, що контрастність кольорів, спостережуваний між парою додаткових квітів» Червоний - зелений «відіграє найбільшу роль у залученні уваги людину у природній обстановці.» [5].

Однак, при оформленні реклами варто враховувати стійкі асоціації з кольором в тій чи іншій культурі. «Дослідження, проведені з вивчення думки про колір коробок сигарет, показали, що Червоний колір на пачці сприймається як свідчення міцності сигарет; блакитний і білий - їх легкості; зелений - їх ароматизації ментолом; золотистий – високої якості; велика кількість золотистого кольору викликає асоціацію з високою ціною.» [6].

Отже, у даній роботі наведено основні принципи психологічного впливу реклами за допомогою організації зображення, а саме: підбору кольорового рішення та композиції з метою привернути увагу потенційного покупця.

Список джерел:

1. Анна Шаховская - 50 психологических приемов для эффективности вашего маркетинга <https://rusability.ru/internet-marketing/50-psihologicheskikh-priemov-dlya-effektivnosti-vashego-marketinga/>
2. Alina Tolmacheva - 27 психологических приемов для визуального оформления рекламы. <https://vc.ru/marketing/12582-visual-ads>
3. The “Visual Depiction Effect” in Advertising: Facilitating Embodied Mental Simulation through Product Orientation Author(s): Ryan S. Elder and Aradhna Krishna Source: Journal of Consumer Research, Vol. 38, No. 6 (April 2012), pp. 988-1003 Published by: The University of Chicago Press Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/10.1086/661531> . Accessed: 24/09/2013 17:35
4. https://www.researchgate.net/publication/239810633_The_Visual_Depiction_Effect_in_Advertising_Facilitating_Embodied_Mental_Simulation_through_Product_Orientation
5. Цветокоррекция фото и видео. Теория цвета. Родион Жабрев (Академия re:Store) https://www.youtube.com/watch?v=lcZVkjz6SbE&list=LLURzW_a7huPEboC39JuZlAw&index=7&t=0s
6. Теория цвета — как управлять вниманием пользователя? <https://lpgenerator.ru/blog/2013/09/05/teoriya-cveta-kak-upravlyat-vnimaniem-polzovatelya/>
7. Ю. В. ГУСАРОВ. Менеджмент рекламы: Учеб. пособие — М.: ЗАО «Издательство «Экономика». - 527с.. 2007.
8. <https://lib.sale/brend-menedjment-kniga/141-tsvet-reklame.html>

., 1 , . ()
: . . « »

ЩО ПОВИНЕН ЗНАТИ КОЖЕН ПРО ХРЕБТНИЙ СТОВП

Хребетний стовп, або хребет - це оригінальна конструкція, яка становить основну опору скелета, правильна робота якої впливає на організм людини в цілому. Він підтримує голову і верхню частину тулуба. Його конструкція дозволяє йому, зберігаючи гнучкість і рухливість, витримувати вагу до 400 кг. При такій величезній навантаженості уникнути пошкодження хребців допомагають амортизаційні властивості міжхребцевих дисків.

Міцний м'язовий корсет надійно утримує хребці в їх фізіологічному стані, забезпечуючи оптимальні умови для підняття важких предметів та іншої фізичної роботи. У зв'язку з цим не варто пробувати підняти велику вагу без попередньої підготовки м'язів, так як це може привести до серйозних травм (пошкодження м'язово-зв'язкового апарату, хребців, утворення гриж міжхребцевих дисків).

Так само кістки хребетного стовпа оточують і захищають спинний мозок, який починається від нижньої частини головного мозку. Хребетний стовп має S-подібну форму (її надають йому 4 вигину), яка добре видна в бічній проекції. Він міцний, гнучкий, забезпечує рівновагу, маючи в своєму розпорядженні тіло безпосередньо над стопами, а також компенсує навантаження, що виникають при русі.

Є у хребта і така властивість як зменшення і збільшення зростання протягом дня. Висота людини може змінюватися на 1-2 см. Протягом дня людина перебуває у вертикальному положенні, внаслідок цього, на хребет діє сила тяжіння. Під впливом власної ваги людини відбувається стиснення міжхребцевих дисків, посилення фізіологічних вигинів, що веде до невеликого зменшення росту. Після інтенсивних силових тренувань з гирею або штангою може спостерігатися зменшення зростання на 2-3 см. Під час нічного відпочинку м'язи розслаблюються, відбувається розширення міжхребцевих дисків, тому вранці зростання може збільшитися на 1-2 см в порівнянні з вечірніми показниками. Ось чому космонавти встигають за час свого перебування в космосі підросли - іноді на цілих 5 см. З цієї ж причини після 40 років люди стають нижче.

Хребетний стовп складається з 32-34 хребців між якими знаходиться 23 міжхребцевих диски. Хребет - це єдина структура в організмі, яка може мати різну кількість кісток у різних людей. У кожної людини певну кількість частин у відділі: 32 - 34. Це пояснюється тим, що куприк складається з 4 - 5 кісток. Через це варіюється і кількість хребців. Подібне явище не вважається патологією.

Так само у новонародженої дитини кількість кісток у хребті більше, ніж у дорослої людини. Такому факту є логічне пояснення: у міру зростання малюка кількість кісток скорочується.

У хребетному стовпі розрізняють шийні хребці,, грудні хребці,, поперекові хребці,, крижі, , і куприк (4 або 5 по-звонков). Всі хребці ділять на дві групи: так звані справжні і несправжні хребці. До першої групи вхо-

дять шийні, грудні і поперекові хребці, в другу - крестцові хребці, зрошені в крижі, і куприкові, зрошені в куприк.

Шийний відділ в хребті - це його верхня частина, що з'єднує стовп з головою. Ця область хребта витягнута назовні і має вигин у вигляді літери «С». Відділ дуже рухливий, т. к. відповідає за рухи шиї, повороти голови і її нахили.

Грудний відділ в хребті, головним чином, призначений для кріплення ребер, що утворюють грудну клітку. Вони грають дуже важливу роль в захисті внутрішніх органів від пошкоджень. Грудний відділ хребта практично нерухомий. Зчленування при русі людини просто фіксуються в певних положеннях.

Поперековий відділ в хребті несе найбільше навантаження, т. К. З'єднує малорухливі частини (грудну і крижовий) і бере участь у величезній кількості рухів людини. Причому навантаження на хребці цього відділу часто багаторазово посилюється, наприклад, при піднятті важких предметів. Це обумовлює той факт, що люди стикаються з проблемами в поперековому відділі хребта найчастіше. Знос дисків призводить до утворення гриж.

Крижовий відділ в хребті призначений для з'єднання стовпа з тазовими кістками. Рухливістю не відрізняється.

Самий нижній відділ в хребті - купровий. Копчик - це важлива точка опори хребта, що має певну рухливість. Хребці можуть зміщуватися на 1 см. Ця важлива особливість допомагає жінкам в природному розродженні.

Таким чином хребет є головною опорною та серсною структурою нашого тіла. Без нього людина не могла б ходити і навіть стояти. Іншою важливою функцією є захист спинного мозку.

., 1 . . . « » . . .

БУДОВА М'ЯЗІВ СПИНИ

Всі органи організму людини можна поділити на області. Залежно від того, де знаходиться та чи інша область їй дається назва і опис. Якщо говорити про людську спину, то слід пам'ятати, що вся вона складається з контурів м'яз, що лежать на поверхні.

Виділяють такі складові спинних областей як:

- Хребетна, що знаходиться безпосередньо над хребтом, розташовується від черепа до куприка;
- Лопаткова, що знаходиться над лопатками, розташовується перпендикулярно хребту;
- Підлопаткова, що знаходиться нижче лопаток, розташовується праворуч і ліворуч по відношенню до хребта;
- Поперекова, що знаходиться в області попереку, розташовується перпендикулярно хребту;
- Крижова, що знаходиться над хрестцем, розташовується паралельно поперековій.

Усі спинні м'язи людини умовно можна поділити на дві категорії:

- поверхневі;
- глибокі.

Їхнє ставлення до тієї чи іншої категорії обумовлене тим, що вся м'язова структура людського організму багатощарова. Від шару, в якому м'язи розташовуються, залежить їх найменування.

М'язи, що лежать нагорі (поверхневі), прикріплені до ключиці, ребер, черепа.

Глибокі м'язи являють однорідне безліч, що розташоване від черепа до куприка і сприяє підтримці людського тіла в прямому положенні.

Також слід звернути увагу на косі м'язи, поперечно-смугасті м'язи, фасції.

Косі м'язи сприяють тому, що органи, які знаходяться всередині тіла займають правильне положення. Якщо говорити про поставу і чудовою фігурі, то до цих речей названі м'язи мають саме пряме відношення.

Поперечно-смугасті м'язи - основа тіла всіх людей. Ці м'язи мають таку назву тому, що під окуляром мікроскопа будова їх говорить сама за себе. Вони мають другу назву - скелетні. Головна їхня особливість - можливість абсолютно вільного скорочення під постійним контролем.

Фасції - це оболонки м'язів. Вони виконують опорну, обмінну і поживні функції.

На закінчення, людський організм складається з величезної кількості різноманітних м'язів. Найбільшу поверхню тіла людини займають спинні м'язи. Вони ж виконують безліч найважливіших функцій, від яких залежить оптимальний стан всього організму людини в цілому. До того ж є «досконаліми» в плані еволюції. Цей факт зайвий раз підкреслює таку анатомічну особливість людського тіла, як його вертикальне положення в просторі й іншу особливість, яка відрізняє людей від тварин - прямоходіння. Також вищеназвані м'язи нівелюють негативний вплив на хребетний стовп. Зі сказаного випливає, що людині необхідні міцні спинні м'язи. У свою чергу вони потрібні ще й для того, щоб оберігати органи, що знаходяться всередині тіла людини, різні порожнини, суглоби, хрящі й кістки.

.., 4 , « »

ПРИНЦИПИ ДИЗАЙНЕРСЬКОГО СТИЛЮ ЙОЗЕФА МЮЛЛЕРА-БРОКМАННА

У 1950-х роках у Швейцарії з'явився новий стиль графічного дизайну, який у наступні роки став домінуючим у всьому світі. Через свою сильну прихильність до типографічних елементів, швейцарський стиль став відомий як міжнародний стиль типографіки [2:259]. Стиль був удосконалений у двох школах дизайну в Швейцарії, одна — в Базелі на чолі з Арміном Хофманном і Емілем Рудером, а інша — в Цюріху під керівництвом Йозефа Мюллера-Брокманна. Усі вчилися у Ернста Келлера в Школі дизайну Цюріха до Другої світової війни, де викладалися принципи нової типографіки Баухауза й Яна Чіхольда [2:265-266]. Відмінності між стилем роботи швейцар-

ських дизайнерів проявилися в суперечці між симетрією й асиметрією, між центрованим текстом і текстом, розташованим зліва, між вибором шрифтів із зарубками і гротеском. Модерністи, як Макс Білл, проявлялись у своїх роботах як художники, тому були менш активні у використанні типографічних елементів [1:197].

Хотілося б розглянути докладніше творчість одного з найбільш відомих представників швейцарської школи — Йозефа Мюллер-Брокманна (1914–1996). Його роботам наряду зі свіжістю й експериментом властиві раціональність і вивіреність кожного елемента дизайну. Вони є прикладом порядку й вишуканості. У 1950-і роки він став визнаним практиком і теоретиком швейцарського стилю, який прагнув до універсального графічного вираження через заснований на модульній сітці дизайн, очищений від ілюстрацій і суб'єктивних відчуттів [3]. Мюллер-Брокманн шукав абсолютну й універсальну форму графічної мови за допомогою об'єктивного уявлення, спілкування з аудиторією без втручання суб'єктивного бачення дизайнера або пропагандистських прийомів переконання. Проекти, зроблені Мюллером-Брокманном у 1950-х роках, так само актуальні й сьогодні і передають своє послання з інтенсивністю і ясністю [2:266]. Наприклад, у дизайні обкладинки каталогу книжкового видавництва «American Books Today» 1953 року форми позначають книги, а колір — країну їх походження (рис. 1).

Його плакати з використанням фотографій трактують зображення як певний символ. Прості фотографії набувають ефектності при їх масштабуванні, як у плакатах для Швейцарського автоклубу, створених майстром у 1954 році (рис. 2, 3). Сильне враження справляє прийом зміщення звичного кута огляду камери, як у рішенні інформаційного плаката «Менше шуму» (1960), де червоний шрифт підкреслює динаміку, в той час як фотографія зображує дискорд, викликаний шумом (рис. 4).

У його знаменитих концертних афішах «Musica Viva» (1959) конструктивну мову створює візуальний аналог структурної гармонії виконуваної музики (рис. 5, 6). Виставковий плакат «Der Film» (1960) демонструє гармонію, досягнуту математичним розподілом простору відповідно до золотого перетину. Слово «Film» перекриває «der», це є типографським еквівалентом методів кінематографії. Перехресні слова розчиняються один в іншому (рис. 7). Графічна сила цього плаката ґрунтується на елементарній простоті, яка вдало поєднує вираження контенту й візуальну гармонію [2:266]. Як і в музичних постерах Мюллера-Брокманна, геометричні форми стають метафоричними в плакаті для виставки світильників 1975 року (рис. 8). Сяючі багатобарвні диски означають вихідну енергію світильників. У постері 1980 року, створеному для власної виставки, майстер розкрив природу сіткової структури, що лежить в основі його роботи (рис. 9). Сітка, яка завжди складає основу дизайну Мюллера-Брокманна, стає головним елементом у цьому плакаті.

Висновок. Завдяки своєму дизайну, виданій літературі й викладанню, Мюллер-Брокманн став одним з найвпливовіших графічних дизайнерів у світі. Його твори вражають балансом, гармонією, пропорціями, і всі вони створені за математичними законами. Це одна з причин, по якій картини, скульптури і будівлі, яким вже тисячі років, як і раніше, зачаровують людей [3].

Дизайн швейцарської школи типографіки був максимально економічним, ефективним і функціональним. Швидкість сприйняття, масовість, універсальність — основні принципи швейцарської типографіки, які були розроблені рядом професійних графічних дизайнерів, одним з яких був Йозеф Мюллер-Брокманн. Протягом свого життя майстер унікав грайливості й суб'єктивності, він упевнено йшов до об'єктивного й раціонального графічного рішення. Мюллер-Брокманн у своїй роботі завжди прагнув до чіткого розташування типографічних та образотворчих елементів, чіткого визначення пріоритетів [3]. У своїй роботі він прагнув донести інформацію про ідею, подію або продукт якомога чіткіше. Але справа не стільки в тому, щоб зробити гучну заяву, скільки в тому, щоб передавати інформацію одержувачам таким чином, щоб вони могли вільно формувати власну думку.

Література:

1. Hollis R. Swiss Graphic Design: The Origins and Growth of an International Style, 1920-1965. Yale University Press, 2006 [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://books.google.com.ua/books?id=NQKgLGhFvWAC&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
2. Meggs P., Purvis A., Meggs' History of Graphic Design, Fourth Edition, John Wiley & Sons. Inc., 2006 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://the-eye.eu/public/WorldTracker.org/College%20Books/Meggs%20History%20of%20Graphic%20Design/Meggs%20History%20of%20Graphic%20Design.pdf>.
3. The International Typographic Style. Josef Müller-Brockmann [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.historygraphicdesign.com/the-age-of-information/the-international-typographic-style/258-josef-mu-ller-brockmann>.

ВПЛИВ ШОВКОГРАФІЇ У СФЕРІ ДИЗАЙНУ ТКАНИН ТА ОДЯГУ

Незважаючи на те, що шовкографія одна з найрозповсюджених тиражних трафаретних технік у галузі дизайну та образотворчому мистецтві, кінцевий її продукт - оригінальний авторський твір. Це специфічне, неоднозначне і досить складне явище у сучасному мистецтві, і тому, починаючи з середини 1960-х років, привертає все більшу увагу широкого кола фахівців - художників, критиків, істориків і теоретиків мистецтва, колекціонерів і кураторів музейних зібрань.

Шовкографію прийнято вважати найдавнішим способом нанесення малюнка на тканину, бо такий спосіб нанесення з'явився тисячі років тому до нашої ери на Сході, але історичні і археологічні дослідження вказують на те, що фінікійці одні з перших навчилися відтворювати малюнки на тканині. На ранній стадії свого розвитку, приблизно до початку 1950-х років, шовкографія застосовувалася переважно в промислових і комерційних цілях. Компанія Tropic Togs вперше започаткувала друк на одязі у Флориді в 50-х роках ХХ століття. Це були друковані написи та зображення диснейвських персонажів. Саме в цей період шовкографія почала стрімко набирати популярність серед інших компаній.

У сучасному світі трафаретний друк має розповсюджене застосування серед дизайнерів одягу та тканин і популярність серед людей різної вікової категорії. А саме, завдяки сучасним технологіям можна нанести будь-які зображення або написи на одяг, різний за призначенням, і створити ексклюзивний образ, який не матиме жодних аналогів.

Вплив шовкографії на формування культури може оцінюватися як позитивний. Вона розширює навички художнього сприйняття; стимулює позитивний психологічний настрій; створює ефект причетності до цінностей «великого мистецтва»; сприяє формуванню почуття соціальної інтеграції; задовольняє потребу в знаковій персоніфікації.

Однак сказане вище не може бути повною мірою віднесено до всього обсягу поняття шовкографії. Власне ж авторська шовкографія багато в чому відкриває нові можливості в дизайні та в його сприйнятті, оцінці і розумінні закономірностей сучасного мистецтва, зокрема, друкованої графіки на тканинах та одягу.

Аналіз трендів 2019 року показав, що у моді цього року повертаються хижі і зміїні мотиви та поп-арт, популярні ефекти - деграде, Tie-dye та зображення у Вікторіанському стилі. В трендах також простежується горошок всіх видів, великий, маленький, яскравий, кольоровий або ледве помітний. Квіти продовжують набирати популярність, здебільшого у весняно-літньому сезоні. Квітковий принт може бути не тільки надрукований на тканині, а зустрічається у наших об'ємних квітах. Комбінований принт простежується у різноманітних з'єднаннях хижих мотивів, смужок, клітини, гороху або ж різних малюнків в одному одязі. Хижі мотиви і принти імітують малюнки шкіри змії, леопарда, тигра, крокодила. Також все швидше набирають популярність тканини з різними переходами кольору в інший.

Підводячи підсумок, можна з упевненістю сказати, що зв'язок творчих успіхів дизайнерів і використання шовкографії ними поєднано з ростом її популярності не тільки в ряду різних сфер, а й на сучасному ринку тканин та одягу. Це досить потужний механізм стимуляції попиту і пропозиції на сучасному ринку серед дизайнерів, тому шовкографія надалі продовжує підкорювати майже всі сегменти ринку та залишатися популярним способом друку, який застосовується у виробництві різних виробів.

..4

ІННОВАЦІЙНИЙ ТЕКСТИЛЬ. ОСНОВНІ ВИДИ ТА ОБЛАСТІ ЗАСТОСУВАННЯ

XXI століття в усьому світі характеризується з бурхливим розвитком технологій. Також відбуваються інновації у галузі текстильного виробництва. Багато вчених працює над підвищенням якості життя людей і впровадженням нових технологій. На сучасному етапі можна виділити такі сфери використання інноваційного текстилю:

Розумний текстиль у сфері моди

Сьогодні для створення «розумного» одягу дизайнери використовують



Мал. 1. Бренд CuteCircuit — Galaxy Dress, сукня з використанням 24,000 світловипромінюючих діодів (12 November 2009)

тканини, в волокна якої вплетені мікропроцесори, електролюмінесцентні частинки, світловипромінюючі діоди (LED) і різні сенсори.

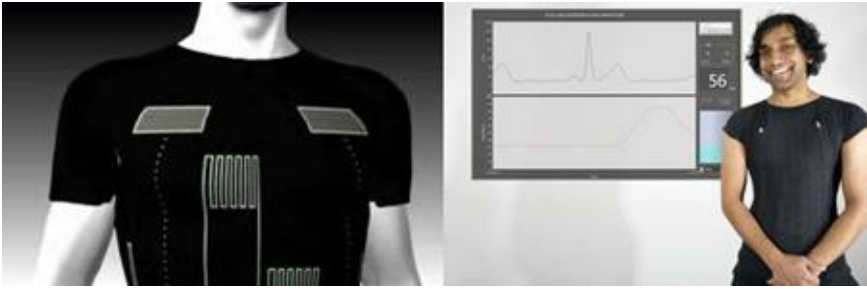
Лондонська компанія CuteCircuit вважає, що засобом зв'язку XXI століття незабаром стане «розумний» одяг, динамічна оболонка, яка з'єднає в собі функції мобільного телефону і інтернету. Засновники компанії впевнені, що майбутнє модної індустрії - за електронним текстилем і інноваційними технологіями у виробництві одягу.

Одне з кращих винаходів 2006 року за версією Time Magazine - футболка The Hug Shirt, створена CuteCircuit, зможе здійснити обійми на відстані. Сенсори, вплетені в тканину, вимірюють силу дотику, теплоту шкіри і навіть ваш пульс, коли ви посилаєте обійми комусь на відстані, а потім такі ж сенсори в одязі одержувача відтворюють всі ці параметри. Передача даних здійснюється через Bluetooth, спочатку від сорочки до мобільного телефону відправника, а потім від мобільного телефону до сорочки одержувача. Відправити «обійми» також просто, як подзвонити або відправити смс.

Одне з останніх творінь CuteCircuit - Galaxy Dress, плаття, яке є одним з центральних експонатів присвячених інноваціям виставки Fast Forward: Inventing the Future в Музеї науки і промисловості у Чикаго. Для створення Galaxy Dress використовувалися 24,000 світловипромінюючих діодів (Мал. 1). Електросхеми, вплетені в текстиль, настільки тонкі і гнучкі, що електронний шовк сукні за фізичними властивостями нічим не відрізняється від звичайного шовку.

Електронний текстиль для воєнних службовців

Німецька компанія Infineon Technologies розробила зразки тканин, що містять у своїй структурі кремнієві чіпи і сполучні волокна. Мережа чіпів, вплетена в тканину, що самоорганізується: один чіп зв'язується зі своїми найближчими сусідами, обмінюється даними з ними і через них з іншими вузлами мережі. Якщо з ладу виходить один чіп, то дані переправляються за іншими маршрутами. У текстильний матеріал можуть вживлятися найрізноманітніші чіпи - світлодіоди і сенсори, що реагують на світло, температуру, вологість, тиск і т.п.



Мал. 2. Компанія SmartLife Technology розробила електронний жилет, який постійно сканує пульс, частоту дихання, температуру тіла і тиск людини.

У США ведуться роботи зі створення жилетів, що дозволяють пілотам надзвукових літаків ВМФ швидко орієнтуватися в просторі в критичних ситуаціях. Експерти вважають, що 7 з 10 авіакатастроф, що сталися з надзвуковими винищувачами ВМФ США, пов'язані з втратою орієнтації пілотами при поганій видимості. Дія спецжилета заснована на почутті дотику. У нього вшиті тактильні стимулятори, що посилають в потрібний момент вібрацію, що перешкоджає дезорієнтації і орієнтує увагу пілотів на знаходження сторін (вгору, вниз, вліво, вправо).

Електронний текстиль в області спорту та охорони здоров'я

Окрім моди електронний текстиль застосовують в таких областях, як спорт і охорона здоров'я. Компанія SmartLife Technology розробила електронний жилет (Мал. 2), який постійно сканує пульс, частоту дихання, температуру тіла і тиск людини. Жилет виявляє закономірності в реакції організму на ліки, а також дозволяє передавати дані про стан пацієнта лікаря по мобільному зв'язку. З появою такої технології пацієнтові більше не доведеться багаторазово ходити до лікаря, щоб перевірити стан здоров'я, - тепер він може зробити багато речей самостійно, перебуваючи в будь-якому зручному для нього місці.

Розумні тканини широко використовують лідери спортивної індустрії - фірми Adidas, Nike, Reebok, створюючи екіпіровку для спортсменів, учасників олімпіад, світових та європейських першостей. Спортивний одяг учасників подібних змагань стає все більш спеціалізованим і ускладненим, здатним впливати на результати спортсменів.

Фірма Nike є власником патенту на технологію Zoned Aerodynamic (аеродинамічний зонування): в костюмах для ковзанярів і лижників застосовується до 6 різних матеріалів, поєднання яких оптимізує аеродинамічні властивості одягу. Кожен вид матеріалу використовується для «прикриття» певної частини тіла, а шви оброблені таким чином, щоб звести до мінімуму опір. Облягаючий костюм для плавців «акуляча шкіра», створений фірмою Adidas, допоміг на Олімпійських іграх в Сіднеї (2000 рік) австралійському плавцеві Йену Торпу виграти 3 золотих медалі. Британська компанія Speedo, конкуруюча з Adidas, створила водовідштовхувальний костюм, який полегшує плавцям ковзання у воді і підвищує їх швидкість.



Мал. 3. Пол Лемменс, фахівець Philips User Experiences Group, розробляє систему, стимулюючи в людині ті ж емоції, що відчувають герої на екрані.

Електронний текстиль у сфері розваг

Над розробкою електронного жилета, працює і дослідницька група Philips (Мал. 3). Пол Лемменс, фахівець Philips User Experiences Group, розробляє систему, при якій «розумний» одяг зможе зробити перегляд кінофільмів більш живим і захоплюючим, стимулюючи в людині ті ж емоції, що відчувають герої на екрані.

Висновки

З метою поліпшення якості життя людей і впровадження нових технологій, треба розвивати таку галузь, як інноваційний текстиль. Бо «розумний текстиль» використовується у найрізноманітніших сферах життя людини. Виявлено основні напрямки, за якими рухається прогрес технологій в області «розумного текстилю».

Література:

1. Назаров Ю. В. Инновационный текстиль. / Ю. В. Назаров, В. В. Попова // Международный научно-исследовательский журнал. — 2016. — № 10 (52) Часть 2. — С. 172—174. doi: 10.18454/IRJ.2016.52.157
2. Бергер Наталья / Одежда не для всех: анализ фрейминга высокотехнологичной моды // сборник научных трудов в честь профессора В. Н. Степанова. Санкт-Петербург, 2017 — С. 23—29.
3. Терехова Надежда / Технологии в кармане: умная одежда и электронный текстиль, 2011
4. Алаев Юрий / Электронный текстиль уже реальность, 2018
5. Chandler David Introducing the latest in textiles: Soft hardware // MIT News Office - August 8, 2018
6. Sheng M., Zhang L., Wang D., Li M., West J.L., Fu S., Li L. / Smart textiles // Elsevier Science Publishing Company, Inc., 2018

СВОБОДА СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА

У всьому світі кожна освічена людина для саморозвитку прагне відвідати культурні заходи: театри, музеї, виставки, галереї тощо. ХХІ століття – це час панування сучасного мистецтва.

Сучасне мистецтво — (англ. *contemporary art*) — це таке мистецтво, яке твориться в теперішній момент. Це художні засоби і форми, які виражають проблематику взаємовідносин особистості та суспільства й переважно існують у традиційних видах мистецтва (скульптура, живопис, графіка) та у медіа-мистецтві (відео-арт, інсталяція, перформанс).

Сучасному митцю хочеться привернути увагу глядача будь-якими засобами: дивувати, шокувати, викликати різні почуття.

Не так давно в Інтернеті з'явилась кумедна історія, що в місті Барі (Італія) прибиральниця ненавмисно викинула в смітник експонати, які призначалися для виставки сучасного мистецтва вартістю в 10 тисяч євро. Для виготовлення робіт було використано папір та картон, а одна з них складалася зі шматочків печива, розкиданого по підлозі.

Таких випадків багато. І сучасні інсталяції (просторові композиції) не завжди бувають зрозумілими для пересічного глядача.

Прийшовши в галерею або на виставку, відвідувач в деяких випадках розуміє, що експозиція не несе ніякої культурної цінності, але, боячись здатися таким же далеким і неосвіченим, як італійська прибиральниця, він стоїть з розумним виразом обличчя, киває, вимовляє щось на кшталт: «Це досить концептуально», «Як незвично, так, щось в цьому є». Тільки ось що?

Цікаво, що в Бостоні вже більше ніж 20 років знаходиться Музей Поганого Мистецтва (рис. 1).



Рис. 1. Музей поганого мистецтва, Бостон, США



Рис.2 Мана Ліза (Mona Lisa) невідомого автора. Міжгендерна інтерпретація шедевр да Вінчі



Рис. 3. Сумний тінейджер (Sad teenager). Автор: Vlademar Cher, Швеція (2005). Дівчина лежить на животі, перебуває в задумі. Історія зникнення штанив невідома

Історія Музею (The Museum of Bad Art, або просто МОБА) почалася в 1994 році, коли її засновник Скотт Вілсон знайшов серед сміття погано намальовану картину. Але вона зачаровувала своєю сміливістю і зухвалістю. Ну як таке можна було викинути? Скотт вирішив організувати музей, в якому б були зібрані лише погані роботи.

Зараз в МОБА знаходиться більше ніж 500 робіт. Всі вони «настільки погані, що їх просто не можна ігнорувати». Але куратори виставки не беруть у музей будь-яку погано намальовану картину.

Кожен новий екземпляр проходить серйозний відбір. Дев'ять з десяти принесених картин не проходять перевірку. Сам художник може вважати, що картина погана, але в музеї свої критерії. Головне - це «свято ентузіазму» художника, новий погляд на прості речі, відсутність кліше у виконанні. Такі роботи повинні чіпляти за живе (рис.2,3).

Іноді музей може купувати картини на аукціонах, але існує правило: не платити за роботу більше ніж 6,50 доларів. Але якщо робота виглядає абсолютно приголомшливою і винятковою, то вони можуть віддати суму аж до 20 доларів.

Ще приклад: на виставці сучасного мистецтва в Америці один з відвідувачів жартома поставив на столик зім'яту пивну банку (мов, це експонат такий). Через кілька хвилин він уже слухав, як освічені цінителі авангарду обговорюють художні переваги його «твору». Більш того, якщо зім'ята пивна банка, залишена на виставці авангарду, була прийнята за мистецтво, то значить, таким і була за визначенням. В цьому суть інсталяції: предмет в потрібному контексті. Автор мав успіх.

Не менш кумедна ситуація трапилась у місті Абердін (Шотландія), де організатори виставки сучасного мистецтва прийняли ананас, який залишив відвідувач, за експонат і розмістили його під склом (рис.4). Цей вже не дуже дивний випадок опублікувала газета Daily Mail.



*Рис. 4. Експонат
«Ананас» на
виставці у
м.Абердін*

За її даними, 22-річний студент Руіарі Грей і його друзі вирішили пожартувати над глядачами в галереї і поставили фрукт посередині порожнього столу. Через кілька днів Р.Грей повернувся на виставку і побачив, що ананас став інсталяцією. «Я вирішив подивитися, як довго він простойть на столі і чи зможуть люди повірити, що це – мистецтво», - розповів жартівник.

То як зрозуміти, чи дійсно та виставка, на яку ви прийшли, має твори гідного сучасного мистецтва, або ж це неякісне мистецтво, призначене лише для самоокупності?

Зараз дійсно багато якісних полотен, скульптур і цікавих фото. Такі композиції мають право називатися мистецтвом. Мова йде про інсталяції, що не мають цінності, на зразок тих зім'ятих пивних банок, недопалків сигарет і шматочків печива, які нам іноді пропонують замість мистецтва.

Фахівці стверджують, що мистецтво впливає на мозок, розвиває, проявляє реальність, вчить, дає знання, змушує думати. Це головна і, мабуть, єдина загальна для всіх форм мистецтва ознака.

Неякісне мистецтво вражає, розважає, «створює новий міф», але нічого правдивого і нового про реальність не говорить, не несе ніякої культурної цінності та естетичного задоволення.

Справжнє мистецтво приковує увагу і вражає уяву, не залишає байдужим, тим самим, вчить людину бачити і чути, розрізняти красу і потворність - адже без цього немає і мистецтва. Реакція глядача зовсім не обов'язково повинна полягати в захопленні. Люта, щира, непідробна, що йде з самих глибин душі, ненависть до автора теж годиться.

Відрізнити мистецтво потрібно вміти, цьому потрібно вчитися. А це досить непросто, адже неякісне мистецтво часто ходить «на грані», близько-близько підбираючись до поняття «мистецтво», прикриваючись напрямками модерн, абстракціонізм, сюрреалізм. І треба сказати, йому це вдається головним чином через «неосвічених спостерігачів».

Так, зараз досить багато талановитих художників, які чудово володіють пензлем. Але в тому то й справа, що їх вже так багато, що нам просто нецікаво

дивитися на тисячі однакових пейзажів лісів і морських хвиль. Публіка хоче бачити щось нове, незвичайне, скандальне.

Тому сучасне мистецтво необхідне, але воно має бути якісним та наповненим сенсом. Тоді воно змусить людину не тільки споглядати і споживати, але й замислюватися.

.., 2 . , . . .

ВПЛИВ РОБІТ ЙОЗЕФА МЮЛЛЕРА-БРОКМАННА НА СУЧАСНУ АФІШУ УКРАЇНИ І СВІТУ

Швейцарський (також відомий як інтернаціональний типографський) стиль з'явився і активно використовувався у 1950-х роках у Швейцарії. Дизайн, виконаний у цьому стилі стає соціально корисним, універсальним та науковим. Неофіційним девізом Швейцарського стилю стає вислів «The less is more» («Чим менше, тим більше»). Візуальне оформлення засновано на абстракції та простих формах. Прихильники цього стилю відмовилися від ілюстрації і повністю замінили її художньою фотографією. Використовуються переважно прості шрифти без зарубок, якраз у цей час виникає Гельветика. [1]

Одним із засновників та провідним представником цього стилю є видатний швейцарський графічний дизайнер Йозеф Мюллер - Брокманн. Саме він винайшов модульну сітку – найпростіший та найпопулярніший спосіб систематизувати візуальну інформацію та зробити її простішою для сприймання. Однією з найяскравіших сторінок у творчості майстра є створення афіш для концертного залу Цюриха. Його плакати, виконані у Швейцарському стилі, вирізняються надзвичайною динамічністю та ритмічністю. Він багато звертався до абстрактного мистецтва, шукав способи відображення музикальних творів у дизайні. Вони лаконічні та зрозумілі, не дивлячись те, що на афіші знаходиться детальна інформація щодо запланованого концерту. Його афіші навіть зараз виглядають сучасно, стильно й актуально. [2]

Розглянемо як вплинули роботи Йозефа Мюллера - Брокманна на вигляд сучасної концертної афіші в Україні та світі, чим вони схожі на прикладі афіш до фестивалів які відбудуться у поточному році. [3]

Афіші до фестивалів «Mad Cool Festival», який відбудеться у Мадриді та Чеський «Colours of Ostrava» включають у свій дизайн багато спільних елементів. Порівняно з роботами Брокманна вони мають яскравіший, дещо складніший для сприймання вигляд.. Традиційно дизайнери не відмовляються від основного шрифту без зарубок, що полегшує сприймання великого об'єму інформації. Інформація об'єднана у блоки, які нагадують принцип модульної сітки та вдало систематизують її. Афіші обох фестивалів виглядають симетрично, що робить композицію статичною та менш цікавою, але на практичність плакату це не впливає.

На відміну від розібраних вище робот, афіша до фестивалю Primavera Sound, який очікується у Барселоні, має динамічну, асиметричну композицію

з елементами абстракції. Інформація об'єднана у блоки, що також є спільною рисою з роботами Мюллера-Брокманна

Афіші дизайнерів до українських фестивалів не дуже відходять від світових тенденцій. Наприклад, у афішах популярного українського фестивалю Atlas Weekend у минулі роки також використовувався шрифт без зарубок та абстрактна графіка. Композиції здебільшого динамічні та доволі ритмічні, що є спільною рисою з роботами швейцарського дизайнера.

Отже, представники Швейцарського стилю винайшли багато прийомів для збільшення практичності плакату. Зокрема, Йозеф Мюллер - Брокманн активно розвивав у цьому напрямку жанр концертної афіші. Сучасні дизайнери України та світу часто звертаються до таких прийомів Швейцарського стилю як шрифт без зарубок, поділення інформації на блоки, динамічність, звернення до абстракції тощо.

Література:

1. https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернациональный_типографический_стиль
2. <http://blog.romashin-design.com/articles/muller-brockmann.html>
3. <https://www.unian.net/tourism/wheretogo/10473153-festivali-leta-2019-kuda-otpravitsya-za-muzykoy-i-drayvom-v-evrope-i-ukraine.html>

. ., 5

ПОШУК ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ ПРИ ВТІЛЕННІ КУЛЬТУРНИХ ПРОЕКТІВ

Пошук фінансів у сфері культурі є одною з самих проблемних та мало досліджених питань на сьогодні. Це головна проблема з якою стикаються молоді художники, які вирішили втілити соціально-культурний проект. Існує декілька основних джерел фінансування: фінансові партнери, гранти, краудфандинг.

Сьогодні в Україні існує декілька художньо-культурних фондів, які допомагають активним культурним організаціям нашої країни. Основні культурні фонди — Український Культурний Фонд, «На старті», Фонд «Відродження». У 2017 року активно розпочав свою діяльність Український Культурний Фонд, який використовує нові механізми надання орієнтованої на результат конкурсної державної фінансової підтримки ініціативам у сфері культури та креативних індустрій [1].

Важливо зазначити, що існують і закордонні фонди, які фінансують культурні проекти по всьому світі, такі як: «Go-Go», «Fund-Finder» [2]. Головною метою при подачі заявки на грант є зацікавлення комісії, чітка мета і план реалізації проекту для її подальшого втілення. Але одною з головних умов при отриманні соціально-культурних грантів — безкоштовність для учасників проект, тобто відсутність прибутку. І після отримання грантових грошей і втілення проекту, обов'язково робиться звіт, в якому описуються всі витрати у придачу з квитанціями.

Завдяки соціальним мережам існує, ще одно джерело з пошуку фінансової підтримки, як краудфандинг. Краудфандинг — це соціальна платформа, де

можна поділитися своєю ідеєю і отримати фінансову підтримку від людей, яким вона сподобалась [4].

Пошук фінансової підтримки завжди є важким але важливим питанням, тим паче у сфері культури. Культурний менеджмент на території України є новою та мало відомою сферою, але вже з'явилися крупні фонди, які фінансують культурні та художньо-культурні проекти по всій країні.

Список використаних джерел:

1. Український Культурний Фонд [Електронний ресурс]: [Інтернет-портал]. – Режим доступу <https://ucf.in.ua>.
2. «Fund-Finder» [Електронний ресурс]: [Інтернет-портал]. — Режим доступу <https://www.ietm.org>.
3. Фонд «Відродження» [Електронний ресурс]: [Інтернет-портал]. – Режим доступу <http://www.irf.ua>
4. Краудфандинг платформа Україна [Електронний ресурс]: [Інтернет-портал]. — Режим доступу <https://tazomgo.com>.

Mykhailova Oleksandra, a 3-rd year student of Fine Arts Faculty

Scientific adviser: Kuznetsova V.M.

UKRAINIAN CONTEMPORARY ART GALLERIES

Art in Ukraine is in “mushroom growth” periode today. A lot of new artists have appeared for last 20 years and almost all of them work in contemporary art directions like postmodern, street art, concept art, installation etc. Ordinary galleries sometimes are not adapted for non-standard expositions, which contemporary artists prefer to use, so there was a need to create new format galleries.

Nowadays there are dozens of galleries and art-spaces work in the biggest Ukrainian cities, namenly in Kyiv, Kharkiv, Lviv, Odesa, Dnipro. They are mostly small and can not show large-scale projects. But all of contemporary Ukrainian artists are exhibited there. There are the most popular and interesting places and galleries in different parts of Ukraine.

Pinchuk Art Centre, Kyiv. The 6-storey “PAC” (Pinchuk Art Centre) is one of the few full-fledged centers of contemporary art not only in the capital, but also in Ukraine in general. It is a record-breaking attendance (3,000,000 people by 2017), free entry. PAC arose in the center of Kiev in 2006 and today it is a conditionally open artistic platform: premises are rebuilt depending on the exposition, there are interesting lectures and discussion programs, the research center operates.

Ermilov Centre, Kharkiv. The first center of contemporary art in Kharkiv, named after the first Ukrainian avant-garde artist and designer. Ermilov Centre occupies a spacious two-story room in the side of the main building of the national university. Ermilov Centre is a multifunctional platform. In addition to exhibitions educational events, presentations of intangible art and various cultural and social initiatives, art forums are held here. The goal of the institution is to popularize contemporary art and develop the cultural environment of Kharkiv.

Municipal Gallery, Kharkiv. Small in size, but an active Kharkov institution with a long history of projects in Kharkiv, Ukraine and abroad. It was founded in 1996 and became the first gallery of Ukraine, which received municipal status. Since then, the institution has acquired a circle of artists, curators, and rooted in

the vector of support for contemporary Ukrainian artists. The additional exposition area - ART basement - was equipped ten years ago. In “Municipal” you can see the traditional painting, graphics, sculpture and photography, as well as the art of new media, listen to a lecture or talk with artists. An important contribution to the development of the Kharkiv art environment is the festival of contemporary art for young artists NonStopMedia.

Dziga, Lviv. “Dziga”, which in Ukrainian means “whirligig”, it is an artistic association, which formed in 1993. It was founded by representatives of the local student fraternity and creative townspeople, for example, theater director Sergei Proskurnya and Vlodko Kaufman, a Ukrainian artist of German origin. Over time, the team included Ukrainian avant-garde and underground musicians. The association, which is more informal than officially designated, holds concerts, film screenings, art intervention, supports many cultural initiatives, including international festivals.

Odessa Museum of Contemporary Art

The museum was founded in 2008 by businessman and philanthropist Vadim Morokhovsky. The heart of the museum is a private collection of artworks by the Odessa avant-garde artists. The modern exposition includes halls dedicated to the Odessa school of painting and the early Odessa underground, the second wave of the Odessa avant-garde, nonconformists of the 70s, Soviet modernism, postmodernism, transavantgarde, conceptualism and art of the last decade. The OMCA also has two separate halls for replaceable expositions and a private courtyard, sometimes also involved in projects.

HudPromo, Odessa. The gallery was founded in 2010, its goal is to support and develop modern art in Odessa and Ukraine. Additional activity institutions - the development of the Ukrainian market of art values. HudPromo exhibits projects of well-known representatives of the Ukrainian art scene: Matvey Vaisberg, Andrei Galashin, Anatoly Gankevich, Vlada Ralko, Alexander Roitburd, and young Odessa artists. Exhibition projects are updated regularly, and it has become a long-time tradition to make postcards based on exhibitions.

ARTSVIT, Dnipro. Artsvit Gallery appeared in Dnipro in 2013, and today it is the only platform of the city, where the current Ukrainian and foreign art are demonstrated. The gallery occupies two floors of the building in the old quarter of the city. The basis of the collection of the institution is Ukrainian painting, drawing and sculpture of the Soviet and modern period, which, incidentally, rarely participates in exhibits. The gallery oversees exhibitions of local artists on its platform, and also actively cooperates with colleagues from other cities. There are children’s art courses on the basis of the gallery, lectures and film screenings for adults.

All of these galleries are only a part of Ukrainian contemporary art galleries, but it is the most influential and authoritative part. They supervise and develop contemporary art directions in Ukraine. Thanks to them contemporary artists have corresponding space for exhibiting their artworks and projects. Moreover, nowadays artists can combine different kind of art in one project, regardless of whether it is music, visual art, theatre or something else. It gives wide possibilities and prospects for all kinds of art artists.

ДИЗАЙН КОМПЛЕКТУ МЕБЛЕВОГО ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ВЕСТИБЮЛЮ ОЛІМПІЙСЬКОГО УЧОВО-СПОРТИВНОГО ЦЕНТРУ «АКВАРЕНА»

Олімпійський учово-спортивний центр «Акварена» (м.Харків) має популярність серед широкого кола мешканців Харкова різного віку, як розвиваючого спортивного центру. Тому розробка дизайн-пропозиції комплекту меблевого обладнання зони комунікації, зустріч, відпочинку та очікування в межах вестибюлю Олімпійського учово-спортивного центру «Акварена» — актуальна.

Мета роботи: описати проектне рішення дизайн-пропозиції комплекту меблевого обладнання зони комунікації, зустріч, відпочинку та очікування в межах вестибюлю Олімпійського учово-спортивного центру «Акварена».

При проведенні перед проектних досліджень було виявлено, що простір вестибюлю учово-спортивного центру «Акварена» є багатофункціональним, але на сьогодні використання досить великої площі приміщення (420,5 м²), нерациональне. Широке коло відвідувачів різного віку: дитячі групи – 3-5 років (заняття з батьками), 5-10 років, 10-14 років, 15-17 років; молодий вік – 18-44 роки, середній вік – 45-59 років, зрілий вік – 60-74 роки [2].

В результаті проведеного аналізу було виявлено домінуючу функцію вестибюлю закладу, а саме — очікування та відпочинку, яка частково вирішуватиме комунікативну функцію.

В межах виконання завдань кваліфікаційної роботи було прийнято рішення сконцентрувати увагу на задоволенні потреби в наданні можливості реалізації домінуючих функцій: очікування та відпочинок з окремо відведеним місцем для перевзування в змінне взуття.

Описано потреби відвідувачів:

- відпочинок після тренування розслабившись на самоті чи в компанії з друзями;
- спілкування з людьми зі спільними інтересами (спорт, плавання);
- придбати необхідну спортивну продукцію не покидаючи навчально-спортивного центру;
- випити каву чи насолодитися корисним харчуванням;
- перевзутися в змінне взуття не обмежуючи при цьому простір відвідувачів що відпочивають;
- група споживачів середнього та зрілого віку потребує в комфорті та затишку очікуючи на свою дитину чи онука з тренування.

Ідея дизайн-пропозиції вестибюлю центру «Акварена» — дизайн комплекту меблів зони очікування та відпочинку з відведеним місцем для зміни взуття.

Для підвищення ефективності процесу проектування було вирішено використати моделі проектування «водоспад» і «спіраль» на деяких етапах [3]. Застосування цих моделей дозволяє враховувати ризики, уточнювати певні моменти протягом проектування та водночас завершувати кожний етап чітким результатом на якому базується наступний. Після витка

спіралі залишається лише необхідне для наступного етапу, продовження проектування. Робота над проектом мала рух від цілого до частини, від частини до цілого і т.д..

На основі ідеї дизайн-пропозиції вестибюлю центру «Акварена» (вказаної вище) було сформульовано дві альтернативи концепції дизайну комплексу меблевого обладнання для вестибюлю центру «Акварена»:

- «Місце зустрічі двох світів». Центр «Акварена» — місце, що виховує чемпіонів та, водночас, дає можливість та простір для розвитку активним особам будь-якого віку;
- «Наслідуючи природу». Хол — простір взаємодії.

Для вибору оптимального варіанту дизайн-рішення було проведено не стандартизоване опитування серед відвідувачів центру «Акварена». Опитування проходило за критеріями: асоціація, символ, метафора та метод взаємодії. Відповіді стосовно другої концепції «Наслідуючи природу» для більшості опитаних відвідувачів виявилися близькими з задумом автора. Також симпатію опитуваних в більшості надано цій концепції. За результатами опитування було прийнято рішення розробляти далі концепцію «Наслідуючи природу» через більшу відповідність очікуванням та бажанням відвідувачів. Варіант дизайну якому було надано перевагу більшості надалі розроблено більш детально з точнішим урахуванням потреб споживачів.

Хол — простір взаємодії. За наявності широкого спектра цільових споживачів було прийнято рішення організувати простір по типу садово-паркової системи, художньо-образне рішення буде втілено через створення атмосфери парку як місця відпочинку, місця об'єднання людей різних вікових категорій, місця комунікацій [4].

Парк, природа, спорт — це здоров'я, тож піклуючись про стан здоров'я та самопочуття відвідувачів було прийнято рішення при організації простору та формування об'єктів базуватися на рекомендаціях окреслених в монографії Філіна В.А. «Відеоєкологія. Що для ока добре, а що — погано» [6].

Стильовим напрямком обрано параметричний дизайн, що є актуальним на сьогодні [1]. Принципи параметричного дизайну сприятимуть реалізації концепції відеоєкології в формуванні меблевого устаткування [5]. Плавність та різноманітність в динаміці ліній на основі природних мотивів, нагадуватимуть ландшафти парку чи лісу. Поєднання різних форм в єдину систему меблевого об'єкта — фанерні хвилеподібні чи овальні вигини каркасу наповнені м'якими елементами, що легко замінюються.

Комплект меблевого обладнання складатимуть лави, лави та пуфи на роликах з м'якими елементами, поверхні столу та місць для сумок зі знаряддям для тренування та квітники для вже наявних великих квіткових рослин в приміщенні вестибюлю. Атмосферу невимушеності доповнить кавовий апарат та апарат зі здоровим харчуванням, Wi-Fi в легкому доступі. Пропонована концепція організації простору та формування меблевого устаткування забезпечить можливість створення неформальної атмосфери парку, спонукає легкості в комунікації, сприятиме відпочинку та приємному проведенню часу під час очікування.

Загалом дизайн пропонованого комплекту меблів являє собою поєднання складних форм, які нагадують ландшафт чи хвилі, та простих форм (сфероїд, півсфера) які виражені досить складною побудовою перетинів площин.

У результаті роботи визначено ідею проекту, обрана модель проектування, сформульовано концепцію та описано ескізне і композиційно-пластичне рішення проекту. Визначено проблеми та функції приміщення, потреби цільових споживачів. Запропоновано дизайн-проект, що сприятиме реалізації функцій приміщення та потреб відвідувачів.

Оскільки обсяг роботи не дозволяє повною мірою розкрити проблематику даної теми, надалі планується продовжити роботу над розробкою проектних пропозицій для реалізації інших функцій приміщення.

Література:

1. Бакер Ю. Главный тренд 21-ого века: параметрический дизайн. [Електронний ресурс]. HOMIFY. 2016. Режим доступу: <https://www.homify.ru/knigi-idej/359315/glavnyu-trend-21-ogo-veka-parametricheskiy-dizayn> - назва з екрану.
2. Классификация возрастов, принятая Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://gazeta-bam.ru/articles/media/2017/1/20/klassifikatsiya-vozrastov-prinyataya-vsemirnoj-organizatsiej-zdravoohraneniya-voz/> - назва з екрану.
3. Модели проектирования. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.i2r.ru/static/512/out_21121.shtml - назва з екрану.
4. Ромашкевич А. 5 причин прочитать майский номер AD. [Електронний ресурс]. Admagazine. Статья о трендах. 2019. Режим доступу: https://www.admagazine.ru/design/anastasiya-romashkevich-5-prichin-prochitat-majskij-nomer-ad?utm_source=push_mindbox&utm_medium=push&utm_campaign=may_issue&mindbox-click-id=0493a2a8-dbc2-43cd-4c61-dfb5aac076b3 – назва з екрану.
5. Филин В.А. Визуальная среда города. /В.А.Филин Весник международной академии наук. Наук. статья. 2016.
6. Филин В.А.. Видеоэкология: Что для глаза хорошо, а что — плохо /В.А.Филин. М.: — 2011. — 309с.

, 4 , « »
: . , . .

ГЕОРГІЙ НАРБУТ. ЖИТТЯ І ТВОРЧІСТЬ

Графіка й мистецтво книги мають незрівнянно більше можливостей впливу на маси, ніж малювання пейзажів чи жанрових творів. Десятки дитячих книжок, оздоблених Георгієм Нарбутом, виховували десятки тисяч молодих читачів. Сотні ілюстрованих Нарбутом видань з літератури, науки, мистецтва, сотні номерів журналів з його ілюстраціями й обкладинками, мальовані ним плакати, грошові знаки, поштові марки, листівки, конверти впливали на мільйони населення.

Народився Георгій Іванович Нарбут 9 березня 1886 року на хуторі Нарбутівка біля Глухова. Змалку він почав робити витинанки, ця справа була розповсюджена в українських поселеннях. Першим вчителем хлопця був неосвічений дяк, потім батько відправив сина до гімназії, де перші роки він навчався погано. Проте, саме тут він почав цікавитися малюнком. У

четвертому класі юний Нарбут почав копіювати шрифти — «Остромирове Євангеліє», «Повчання Володимира Мономаха дітям», «Євангеліє від Матвія». Саме такими були перші спроби Г.І. Нарбута в графіці. Пізніше, на основі старовинних шрифтів, що зустрічались у літописах, митець створив новий український шрифт, який через деякий час назвав «нарбутівським».

Наступний момент у творчості Нарбута — це любов до природи. Він створив велику кількість ілюстрацій, де зобразив оточуючий його світ. Також митцю була притаманна любов до старовини, особливо до козацтва. Пробудженню любові до старовинного мистецтва сприяло знайомство з лікарем П. Дорошенком. Близька дружба між обома тривала майже до самої смерті одного й другого. Саме у Глухові відбулася значна частина становлення майстра. Попри всю ворожість батька до даного роду занять, Георгій не полишив справу. Й уперше дебютував з своїми творами на прилюдних виставках. Серед робіт був малюнок «Герб міста Москви» [2]. Значну частину робіт Нарбута займала книжкова ілюстрація до таких видань як «Руслан і Людмила», «Війна грибів». Художник працював над ілюстраціями до казок Андерсена, байок Крилова, народних казок і дитячих пісень [3].

Як чудовий знавець української геральдики й стародавнього мистецтва, Г. Нарбут створив велику кількість гербів. Він був творцем українського державного герба й печаті, грошових купюр і поштових марок. Йому належать дивовижної образності та яскравості есклібриси та архітектурні краєвиди. Після проголошення Української держави на чолі зі Скоропадським, Модзалевський і Нарбут почали домагатися скасування затверджених гербів і печаток УНР. Розробляються нові державні символи. Цікаво, що прототипом печатки Української держави Павла Скоропадського стала печатка гетьмана Івана Скоропадського [4]. Можливо, таким було побажання гетьмана, а, можливо, художнику самому здалося то доречним. 18 липня 1918 гетьман затвердив спроектовану Нарбутом нову малу Державну печатку: на восьмикутному щиті був зображений козак з мушкетом.

Головною у творчості митця була робота над графічною серією «Українська абетка», яку визнали справжнім шедевром. Малюнки до абетки були насичені поєднаннями фантастики, гумору та поетичності, що так властиво натурі художника. Працю над «Українською абеткою» Г. Нарбут розпочав ще в Петербурзі, 1917 року, створивши 15 аркушів з оригінально зображеними літерами й ілюстраціями. Потім у Києві, уже 1919 року, художник продовжив роботу над абеткою, точніше, почав її переосмислювати по-новому — виразніше й веселіше. Нарбут вважав «Абетку» своїм найкращим, найулюбленішим творінням, проте встиг зробити лише три аркуші нової книги [1]. Він є також автором перших марок-шагів Української Народної Республіки, які виконав разом з графіком Антоном Середою.

Останньою великою мистецьким ідеєю Нарбута було ілюстрування «Енеїди» Івана Котляревського він встиг виконати лише одну ілюстрацію через хворобу, яка відібрала його життя. Помер від епідемічного висипного тифу 23 травня 1920 року у Києві і був похований на Байковому кладовищі. На тридцять п'ятому році увірвалось життя одного з найталановитіших художників, яких дала українська земля. Він весь горів бажанням праці,

прагнув творити, будувати, був весь у майбутньому. Але й те, що створено Г. Нарбутом протягом цього короткого періоду, повинне стати відомим усім.

Висновок. Лише шляхом накопичення усієї художньої спадщини Нарбута по музеях, періодичним влаштуванням виставок, виданням повної монографії й низки популярних видань ми досягнемо того, щоби ім'я художника стало відомим кожному громадянину нашої країни. Це є обов'язок не тільки перед народом, але й обов'язок перед усім культурним світом, тому що найвищі культурні досягнення кожного народу повинні стати власністю всього людства.

Література:

1. Безхутрий М. Георгій Іванович Нарбут в колекції музею. Харківській художній музей. Харків, 1973. 49 с.
2. Георгій Нарбут: посмертна виставка творів. Державне видавництво України. Київ, 1926. 166 с.
3. Нерадовський П.І., Митрохіна Д.І. Каталог виставки творів Г.І. Нарбута. Петербург, 1922. 57 с.
4. Львіницька О., Троїцька Л. Георгій Нарбут — найвідоміший графік сучасності. Рідна країна: світоглядний портал. 2013 URL:<http://ridna.ua/2013/03/heorhij-narbut-najidomishyj-hraфик-suchasnosti/>.

. . . 4 . . . « . . . »
:

ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТНОГО РІШЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ КОНФЕРЕНЦІЇ «BLOCKCHAINUA»

«BlockchainUA» – міжнародна конференція, яка щороку збирає блокчейн-ком'юніті України, Європи і Америки для обговорення проектів та інновацій в області децентралізованих технологій з метою підвищити рівень обізнаності учасників про блокчейн і заявити про високу кваліфікацію експертів в Україні. Блокчейн – сучасна технологія, що стрімко розвивається і проникає в різні сфери нашого життя від фінансів до відео-ігор. Її підтримка актуальна у всьому світі.

Ідея створення візуальної реклами конференції «BlockchainUA» полягає у задоволенні потреб цільових споживачів. Цільовий споживач – особа молодого або середнього віку (25-60 років) з України, Європи або Америки, що має вищу освіту, прибуток вище середнього, працює в ІТ або фінансовій галузі. Це підприємці, бізнесмени, ІТ-експерти, девелопери, інвестори, юристи. Цільовий споживач має активну, стверджувальну життєву позицію, прагнення до інновацій, розвитку, технічного прогресу. Метою для відвідування конференції є саморозвиток, обмін досвідом та думками, обговорення тенденцій, пошук потенційних клієнтів, інвесторів, спонсорів, а також задоволення потреб у приналежності та визнанні.

Потреба у приналежності виражається в прагненні бути прийнятним до спільноти людей, в дружнє або професійне коло, бути в тренді. Потреба у визнанні, іншими словами, це потреба в престижі, репутації, в здобутті статусу, уваги, слави, поваги [1, с. 53].

Конференція «BlockchainUA» – це можливість долучитися до прогресивної блокчейн-спільноти. Для задоволення потреби у приналежності було вирішено використовувати образи і графічні елементи, які асоціюються у цільових споживачів з сучасними інноваційними технологіями та блокчейном. Для візуалізації ідеї про поширення блокчейна була обрана тематика майбутнього і космосу, космічних подорожей у виді серії фантастичних ілюстрацій. Кожен з проєктованих об'єктів – частина історії.

Для задоволення потреби у визнанні візуальна реклама повинна привертати увагу та свідчити про високий статус учасника. Було вирішено відмовитися від стриманого дизайну на користь сучасного і яскравого, у якому використані найактуальніші тренди графічного дизайну, а також текстові блоки з лаконічною і структурованою інформацією.

Концепція візуальної реклами конференції «BlockchainUA» – «Блокчейн – майбутнє галактики». Місія – у створенні прогресивної блокчейн-спільноти галактичних масштабів. Блокчейн – це революційна технологія, тому необхідно поширювати її по всіх країнах Землі, а, можливо, і за межами планети. Якщо відправити у космос ракету з даними про блокчейн, представникам позаземної раси доведеться до смаку настільки розвинена технологія, а вже блокчейн надійніше за будь-які платіжні засоби.

Концепція була протестована групою експертів за наступними критеріями: задоволення потреб цільової групи споживачів, інформативність, композиційне рішення, кольорове рішення, верстка. У результаті аналізу даних тестування був зроблений висновок, що візуальна реклама конференції «BlockchainUA» має оцінки вище зони середніх значень за всіма критеріями і вище, ніж у більшості «аналогів».

Модель проєктування візуальної реклами конференції «BlockchainUA» «спіральні сходи» має послідовні етапи, але дозволяє вносити зміни, повертатися до попередніх етапів, щоб позбутися недоліків. Завдяки руху по спіралі ця модель неодноразово проходить етапи збору інформації, аналізу, відбору ідей і дизайну.

Проєктне рішення візуальної реклами полягає у застосуванні тенденцій дизайну 2019 року, атрибутів футуристичного майбутнього та інших образів, що асоціюються у цільових споживачів з інноваціями, технологіями, майбутнім. Головний недолік конкурентів – відсутність оригінальності і новизни. У рекламі «BlockchainUA» новизною є ізометричні ілюстрації. Ізометрія – це метод візуальної подачі тривимірного об'єкту в двох вимірах без урахування перспективи. Ізометричні ілюстрації створюють відчуття порядку, конструктивності, технологічності. Це один з трендів 2019 року, проте, ізометрія не була використана в жодному з переглянутих «аналогів» візуальної реклами блокчейн-конференцій.

Було прийнято рішення використовувати холодну кольорову гамму, контрастні, неонові кольори, що відповідають сучасним трендам: синій, фіолетовий, малиновий, блакитний. Холодні кольори запускають систематичну обробку інформації, що передбачає складний, раціональний аналіз. Вони характеризують продукт, як утилітарний, що приносить функціональну користь. У західній культурі синій відповідає за такі риси,

як ефективність, надійність, інтелігентність, комфорт, довіра; фіолетовий – чарівність і розкіш, малиновий – бадьорість [2].

Замість поширеного символу блокчейна – монет Bitcoin було вирішено використовувати кристали. Кристал є знаком чистого розуму, позначає духовну досконалість, надприродні знання [3]. Кристал має геометричну форму і закономірну будову – кристалічну решітку, що нагадує послідовний ланцюг блоків – основу технології блокчейн.

Отже, основні риси візуальної реклами конференції «BlockchainUA»: яскраві і контрастні кольори, холодна кольорова гамма, кристали, космос, технології майбутнього, ізометрія. Все це сприяє створенню футуристичного образу, що відповідатиме потребам цільових споживачів.

Надалі передбачається розширити комплекс візуальної реклами конференції «BlockchainUA», розробити серію піктограм, систему навігації для конференції, так як це є важливою складовою суспільного заходу.

Література:

1. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. / Пер. с англ. под ред. Гутман Т., Мухиной Н. — СПб.: Питер, 2011. — 352 с.
2. Очкова Л. Психология цвета: Как оттенки влияют на восприятие продукта. [Електронний ресурс] — 2015. Режим доступу: <https://vc.ru/marketing/12044-colour-guide>
3. Тресиддер Д. Словарь символов. — М.: Фаир-Пресс, 1999. — 202 с.

ЛЕТЕРІНГ І КАЛІГРАФІЯ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

У сучасному дизайні активно розвивається шрифт і пов'язані з ним творчі прийоми, серед яких каліграфія та лєтерінг. Вони використовуються в усіх сферах дизайну: в упаковці, логотипах, плакатах, оформленні друкованих видань, на одязі, предметах побуту, в інтер'єрі. Рукописні та мальовані шрифти надають проєкту оригінальності, адже кожен напис має свій неповторний характер.

Каліграфія — це мистецтво письма; шрифт, виконаний від руки будь-яким інструментом: пензлем, пером, фломастером або маркером, балончиком з фарбою для графіті. Каліграфічні елементи виконуються в один прийом, а товщина штриха залежить від інструмента й натиску. Каліграфія застосовується для оформлення книг, листівок, запрошень, бланків, у свідоцтвах про народження — скрізь, де потрібна швидкість виконання, краса, емоційність [2:9-10].

Лєтерінг — графічне зображення літер, що складають єдину стилістичну та композиційну систему. Іншими словами, це мальовані літери, іноді з додаванням графічного оформлення. Чимало відомих брендів використовують лєтерінг замість логотипу (Disney, Coca-Cola, Carlsberg).

Каліграфія й лєтерінг — поняття, які часто плутають між собою, однак між ними є різниця. Каліграфія — це написання літер, а лєтерінг — малювання. Буває складно відрізнити ці напрямки, коли лєтерінг імітує рукописний шрифт, всі його елементи, а в деяких випадках навіть повторює слід від кисті. Сьогодні

дизайнери поєднують у своїх роботах лєтерінг з каліграфією, набірний шриффт з лєтерінгом, каліграфію зі шрифтом та все разом.

Каліграфія пройшла довгий шлях розвитку від перших прикладів письма ще до нашої ери, від античних зразків і середньовічних релігійних текстів до сучасної каліграфії, ознаки якої сформувалися протягом XIX і XX століть. Величезний внесок у розвиток шрифтового мистецтва зробили Вільям Морріс, Едвард Джонстон, Рудольф Кох, Герман Цафф, Віллу Тоотс [1]. Досягнення майстрів призвели до появи нового напрямку, що відрізнявся від каліграфії у виконанні — мальований шриффт «лєтерінг». Появу лєтерінгу пов'язують з розвитком промислового виробництва та появою великої кількості товарів, яким були потрібні упаковка, логотип, реклама.

Нині лєтерінг і каліграфія активно використовуються в усіх галузях дизайну. Вони популярні в інтер'єрі й екстер'єрі, кафе та магазинах, у фірмовому стилі відомих брендів. Такі компанії, як Google, Adidas, Adobe, Universal, Sony, MTV, Nike, Lamborghini, Fendi, Saint Laurent, Levi's наймають каліграфів і дизайнерів для великих проєктів. Ми бачимо все більше прикладів шрифтового дизайну в упаковці та поліграфічній продукції. Серед відомих дизайнерів і художників, які займаються лєтерінгом і каліграфією: Лука Барселона, Девід Мілан, Покрас Лампас, Фабіан де Ланге.

Великий вплив на каліграфію й лєтерінг мають знаряддя, якими вони виконуються, а також матеріал і характер його поверхні. Літеру можна написати або намалювати пером і пензлем, вирізати з картону й паперу, вигравіювати на склі або металі, висікти на камені. Навіть самий звичайний матеріал — папір — може мати гладку або шорстку поверхню, а своєрідність поверхні підказує художнику малюнок букв і знаряддя праці [3:157].

У сучасних дизайн-проєктах застосовуються найрізноманітніші матеріали. Наприклад, лєтерінг-майстер Мар'ян Банджес користується цілим арсеналом різноманітних предметів: малює літери цукровою пудрою на кексах, голками на пелюстках квітів, паяльником по дерев'яній стільниці. Художниця Дана Танамачі здобула відомість завдяки лєтерінгу крейдою і тепер виконує замовлення для солідних клієнтів. Незвичайною є інсталяція Стефана Загмайстера «Obsessions make my life worse and my work better», у якій він виклав вищезазначений напис з трьохсот тисяч євроцентів площею 20x42 м².

В Україні каліграфія та лєтерінг набули популярності протягом останніх десятиліть. Український шрифтовий дизайн зараз лише на початку свого розвитку, що відкриває великі перспективи для дизайнерів. Серед українських майстрів каліграфії і лєтерінгу Вікторія та Віталіна Лопухіни, Олексій Чекаль, Василь Чебаник, Вероніка Чебаник, Кирило Ткачов. В їхніх роботах відображається прагнення показати можливості сучасної каліграфії, лєтерінгу та шрифтів, і разом з тим відродити форми рідних слов'янських літер. Вони не просто розкривають красу кирилиці, а й показують, як літери можуть передавати характер епохи, темп її розвитку. Сучасному українському дизайну нерідко притаманний народний характер, художники-каліграфи роблять на цьому акцент у своїх проєктах. Український дизайн об'єднує традиції народного мистецтва, сучасні тенденції і досягнення інших країн, народжуючи своєрідний стиль.

Висновок. Каліграфія та лєтерінг грають важливу роль у сучасному дизайні, розширюють можливості дизайнерів, стирають всі обмеження. Це красива й непроста праця, осмислення цілого ряду правил, великого досвіду. Залишається вірити, що в майбутньому лєтерінг і каліграфія не тільки не втратять своєї популярності, а, навпаки, отримують ще більшого розповсюдження.

Література:

1. Проненко Л.И. Каллиграфия для всех. Москва: Книга, 1990. 245 с.
2. Таранов М.М. Рукописний шрифт. Львів: Вища школа, 1986. 158 с.
3. Тоотс В. Современный шрифт. Москва: Книга, 1966. 274 с.

ПРЕДСТАВНИКИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ ЯПОНІЇ

Графічний дизайн Японії є одним із найяскравіших прикладів світового графічного дизайну, в якому національна традиція стала основою сучасних тенденцій. Унікальні риси, що йдуть від високої культури класичного образотворчого мистецтва країни, допомагають японським майстрам при виробленні стратегії і тактики пошуку нових дизайнерських рішень. Невипадково, що у каталозі виставки «Японський стиль», яка проходила 1980 року в Лондоні й присвячувалась японській культурі, один із розділів мав назву «Графізм». Характеризуючи цю країну, В. і М. Спандарьян написали: «Виникає враження, що тут все графічне, лінійне, контурне» [1].

Цікавим вдається висловлювання А. Устінова щодо глибинного розуміння японцями закону традиціоналізму: «У далекосхідній і, зокрема, в японській системі світосприйняття існувала інша уява про характер всезагального руху: не виникнення нового за рахунок старого, а відродження «старого» в новому циклі, що і мається на увазі, коли мова йде про закон традиціоналізму. При такому тлумаченні не виникає розриву між минулим і теперішнім, нове виникає не шляхом руйнування або знищення старого, а шляхом своєрідної надбудови над ним або вбудовування в нього» [2 : 50].

Захоплення красою й різноманітністю природи, залежність від її стихій стали особливістю національного характеру японців й віддзеркалились у всіх видах мистецтва цієї країни. Японський графічний дизайн поєднує в собі традиційні мотиви східної культури й авангардні образи, що в підсумку народжує самобутні і привабливі для широкої публіки твори. Японці характеризують свій графічний дизайн такими словами: чистота, ясність, прямота. Графічний дизайн Японії сформувався під впливом таких традиційних видів мистецтв, як: «моншо» – родинні й корпоративні емблеми; «укійо-е» – кольорова гравюра; «манга» – розповіді в малюнках [3 : 69]; а також «сьодо» – каліграфія – як один із найважливіших видів діяльності. Мистецтво каліграфії було завезено в Японію разом з китайською писемністю. За старих часів в Японії ознакою культурної людини вважалося володіння мистецтвом красивого письма [4]. Японські дизайнери створили самобутній графічний дизайн, який відрізняється від європейських дизайнерських шкіл.

Серед японських дизайнерів є кілька майстрів зі своїм неповторним стилем: Ю. Камекура, І. Танака, К. Нагаї, Ш. Фукуда, Н. Фукасава.

Юсаку Камекура синтезував у дизайні раціональне, логічне й функціональне. Він створив класичну форму першої дзеркальної камери Nikon, використавши три примітиви – прямокутник, трикутник і коло. Також варто відзначити роботу над відомим плакатом 18-х Олімпійських ігор та емблемою для «Daido Worsted Mills».

Ікко Танака – видатний японський дизайнер-графік, який працював у таких галузях як театральний і виставковий плакат, оформлення книг, дизайн упаковки, фірмовий стиль для японських і міжнародних компаній, дизайн інтер'єру [5]. Його майстерність є унікальною завдяки злиттю традиційної японської культури з сучасною міжнародною естетикою. Його роботи характеризуються й історичними художніми посиланнями на ксілографію епохи Едо, класичну каліграфію й японські ритуали. Плакат «Виставка плакатів 10 світових дизайнерів» І. Танака побудував тільки на ієрогліфах, скомпонованих на яскравому тлі. Знаки й їх елементи за формою спрощені до геометричних фігур, що в поєднанні з насиченими кольорами робить плакат сучасним, з'єднує європейський дизайн і японські традиції. Ієрогліфи у роботах дизайнера перетворюються на емоційно насичені образи – геометричні фігури, бризки фарб, живих істот тощо. Графічні роботи цього майстра відрізняють різноманітність композиційних і кольорних рішень, бездоганна майстерність композицій, рівновага елементів і вільного простору. Колорит робіт ретельно вивірених, представляє досить складне, але завжди гармонійне поєднання фарб [5].

Класик японського дизайну Кацумаса Нагаї поєднує японський традиціоналізм із новаторством; інтуїтивно знайдені, часом складні форми і кольори здаються в його роботах єдиною можливістю. К. Нагаї відомий своїми постерами про Хіросіму, емблемою зимових Олімпійських ігор в Саппоро. Він є лауреатом незліченної кількості національних і міжнародних конкурсів графічного дизайну і плаката. Протягом майже шістдесяти років Нагаї дивує світ своїми чарівними, ні на кого не схожими роботами, в яких органічно співіснують японські традиції і міжнародні досягнення.

Згадуючи про представників сучасного японського графічного дизайну, варто назвати й Шигео Фукуда – художника і скульптора, який створював оптичні ілюзії. Серія його робіт, зроблених для національного музею, викликає здивування й захоплення у шанувальників творчості митця. Майстерно змінюючи методи роботи, він поєднує традиції японської графіки з сучасними елементами.

Наото Фукасава – один із самих затребуваних японських дизайнерів у світі; він керує та консультує близько п'яти компаній одночасно. Цікава робота цього дизайнера – серія креативних упаковок для фруктового соку. Пакети виглядають так само, як фрукт, з якого виготовлено сік. Автор врахував такі деталі, як ворсинки на поверхні ківі, маленькі плями на бананах та інші нюанси [6]. Підґрунтя колекції «стиглих» та яскравих упаковок складає ідея про те, що пакування ніби одяг для жінки: може приховати недоліки й підкреслити достоїнства.

Висновки. Проаналізувавши особливості графічного дизайну Японії на прикладі його найбільш впливових представників, зазначимо, що внесок, що його зробили японські дизайнери в світову культуру, безцінний, адже японські майстри надали новий погляд, нове розуміння речей. У своїй більшості їхні роботи відрізняються національним підходом до проектування при повній відсутності формальних елементів національного мистецтва. Японські автори передають простір і глибину, використовуючи кольорові й тональні розтяжки; виявляють особливе ставлення до простору. Характерною рисою робіт японських дизайнерів є те, що їхні композиції побудовані за принципом асиметричного балансу.

Література:

1. Спандарьян В. Д., Спандарьян М. В. Автомобильная промышленность Японии. М.: Наука, главная редакция восточной литературы. 1989. 200 с.
2. Устинов А. Г. Традиционализм и современность в японской дизайнерской школе / серия Техническая эстетика. Вып. 50. М., 1986. С. 44-61.
3. Мировое искусство. Мастера японской гравюры / автор-составитель И.Г. Мосин и др. М.: СЗКЭО, 2008. 160 с.
4. Косів В. Глобалізація і національні моделі у сучасному графічному дизайні. Пластичне мистецтво. 2002. № 1. С. 66-71.
5. Nagai K. The works of Yusaku Kamekura. Rikuyosha, 1983. 267 p.
6. Сочные упаковки. Фруктовый дизайн Наото Фукасава. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://novate.ru/blogs/300309/11738>.

РЕДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНОГО СТИЛЮ ВИРОБНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОГО КОМПЛЕКСУ «VESNA»

Вплив візуального стилю виробничо-поліграфічного комплексу «VESNA» на споживача як складної комунікаційної системи корпоративної ідентичності є важливим, оскільки є однією з форм взаємодії, що забезпечує відмінність підприємства від конкурентів, виділення особливими графічними засобами.

Мета роботи – опис проектного рішення редизайну візуального стилю виробничо-поліграфічного комплексу «VESNA».

Під візуальним стилем виробничо-поліграфічного комплексу «VESNA» розуміємо стратегію його функціонування на майбутнє, що сприяє досягненню довгострокових комунікаційних цілей. Розробивши візуальний стиль, який стане обличчям підприємства [2], впливатиме на всі його складники, оскільки візуальний стиль використовуватися неодноразово, наприклад, у рекламних цілях.

В межах цієї роботи розглядаємо редизайн візуального стилю виробничо-поліграфічного комплексу «VESNA» з таких чинників:

- не дозволяє досягти послідовності, узгодженості в маркетинговій комунікації, значно знижує ефективність реклами;
- виглядає застарілим, втратив актуальність у зв'язку з наданням інноваційних послуг [3].

У сучасних умовах стійкого попиту на продукти графічного дизайну, проблема редизайну візуального стилю має поєднувати в собі такі властивості, як емоційна образність, логічно вмотивована оригінальність, простота, конструктивна ясність побудови, легкість візуального сприйняття [4].

З часом графічне оформлення не привертає увагу цільової аудиторії, що знижує ймовірність досягнення поставленої мети підприємства.

На початковому етапі було генеровано ідеї редизайну, які згодом були відтворені у концепції:

1. «Стильність для найкращих». Цікавим при ефективному візуальному представленні візуального стилю є її відтворення у чорно-білому варіанті. Використання такого поєднання кольорів надзвичайно популярне серед дизайнерів, має найбільш образотворчі можливості, а також високі естетичні якості. Також варто згадати про інвентарне відображення, тобто білий шрифт на чорному тлі. Використання такого засобу презентування виробничо-поліграфічного комплексу «VESNA» може надати змогу максимально використати усі графічні властивості повідомлення для більш ефективної візуалізації інформації.

2. «Пори року» з використанням яскравих градієнтів – стилістика теплих, яскравих кольорів, які інтуїтивно асоціюються з переходом від холодної та темної зими до теплої та квітучої весни дуже приваблива для споживача. Ідея циклічності зміни пір року обумовлюється річним періодом обертання планети навколо Сонця і нахилом осі Землі. Градієнт використовується з метою його «оживання», надання позитивного звучання.

3. «Мотиви весни» – спирається на наймодніші та найтрендовіші тенденції досліджені та прогнозовані дизайнерами у 2019 році [5]. Їх прогнози ґрунтуються на глибокому аналізі кольору, типографії, форм, розмірів, що спостерігаються в роботах престижних дизайнерських агентств. У візуальному стилі концепції використані СМΥК-кольори, а літери складаються із геометричних елементів.

Після проведення процедури тестування, проведеного у формі вільного інтерв'ю з клієнтами, виявилось, що найбільшу кількість позитивних відгуків отримано стосовно концепції «Мотиви весни». Отже, вирішено розробляти редизайн, що ґрунтується на сучасних тенденціях – використання яскравих, соковитих СМΥК-кольорів, що нададуть грайливого, привітного настрою клієнтам, відвідувачам, партнерам.

Таким чином, неабияке значення відіграє колір, який надавав виразності, передавав настрій, загострював сприйняття, додавав змісту. Також колір допомагав впливати на емоції без розуміння змісту, викликав у підсвідомості давно відомі образи.

У зв'язку з тим, що виробничо-поліграфічний комплекс «VESNA» з одного боку рекламував свої послуги, а з іншого – виробляв рекламну продукцію, візуальний стиль виробничо-поліграфічного комплексу «VESNA», конкурував на сучасному ринку, постійно еволюціонував, видозмінювався, тобто «зовнішній вигляд» покращував імідж в очах цільової аудиторії при забезпеченні повторення, завдяки якому досягався успіх [1].

Використання привабливої колірної гами візуального стилю, упізнаного логотипу, сучасної типографіки та повторення цих елементів на упаковках,

рекламних матеріалах у місцях продажу тощо, роблять візуальний стиль важливою складовою реклами виробничо-поліграфічного комплексу. І чим привабливіший цей образ для цільової аудиторії, тим більше можливостей відкриває керівництво підприємства, розробляючи стратегію подальшого розвитку компанії.

Література:

1. Булакова О. В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку. Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/9.pdf
2. Керівництво по застосуванню фірмового стилю EVEREST. Режим доступу: <https://www.everest.ua/wp-content/uploads/2018/07/brand-book-2018web.pdf>
3. Родькин П. Визуальная айдентика: глобальные функции и вызовы; Краткая история современной айдентики: от «старой школы» к плоскому дизайну; Структурное формообразование в современной айдентике – усложнение и упрощение // Айдентика. М.: КАК Проект, Grey Matter, 2014. С. 6-16.
4. Сьомкін В. Дизайн. Тенденції та напрямки розвитку: монографія/ В.В.Сьомкін. – К.: Альтерпрес, 2009. – 523 с.
5. 2019 Design Trends Guide. Режим доступу: <https://www.behance.net/gallery/71481981/2019-Design-Trends-Guide>

.., 4 . « »

ДИЗАЙН СУЧАСНИХ ІНДІ ІГОР

Відеоігри — один з найдинамічніших ринків у світі. До такого висновку прийшли експерти відразу декількох провідних дослідницьких компаній. Так, за даними аналітичного агентства Newzoo за останні п'ять років доходи від продажів ігор в світі збільшилися на 56%, досягнувши рекордної позначки в \$ 109 млрд за підсумками 2017 року [3]. Наслідком великих фінансових успіхів індустрії стає виникнення і розвиток все більшої кількості ігор для різних пристроїв, платформ, різних жанрів і напрямків. На ігровому ринку існує велика кількість відомих компаній, які виробляють гри, але в останні роки підвищується тенденція до розвитку незалежних розробників.

Одним з провідних напрямків на сьогоднішній день є індустрія інді-ігор. Незалежні ігри або інді-ігри — відеоігри, створені без фінансової підтримки великих видавців. Загальноприйнятого визначення поняття «інді-гра» не існує, але найчастіше інді-ігри мають деякі схожі особливості.

Оскільки відеогра — це продукт що має багато складових, які впливають одне на одного, то метою даного дослідження є з'ясування того, як ігрові аспекти впливають на дизайн гри [2]. Для цього була проаналізована низка сучасних інді-ігор.

Відеогра «Oi, Innkeeper!», Bad Bandit Games, 2019 рік [6]. Oi, Innkeeper це гра від першої особи, де користувачу доведеться займатися кулінарією, фермерством та управляти власною таверною, забезпечувати їжею, напоями та розвагами своїх клієнтів. Гра має цікавий зовнішній вигляд, адже не дивлячись на суворість тематики середньовіччя графіка, анімація та музичний супровід мають гумористичний характер. Для предметів простих форм використовується техніка hand-painting текстурування. Персонажі мають спрощені про-

порції та стилізовані обличчя, що відповідає загальному графічному стилю. Середовище лаконічне, зроблене простими засобами та має зрозумілу структуру, що відповідає тематиці проєкту. В загальній кольоровій гамі застосовується багато теплих землястих кольорів, що передає відчуття середньовіччя. Багато уваги приділено проробці їжі, через що вона яскраво виділяється та приваблює увагу, адже є одним з основних елементів ігрового процесу. Інтерфейс виконано у векторній графіці. За кольорами та зовнішнім видом від дещо відділяється від загальної тематики. Використовується багато яскравих та насичених кольорів. Рублені лінії надають інтерфейсу дещо рукотворний вигляд. Інформацію та функції у меню систематизовано на кшталт операційних систем планшетів або смартфонів. Для позначення предметів у списках використовуються статичні рендери їх 3D моделей.

Гра для смартфонів «Animal Crossing: Pocket Camp», Nintendo, 2017 рік [5]. У цій грі користувач бере на себе роль людини, що приїжджає в місцевість, де живуть антропоморфні тварини. Основна мета гри — подружитися з мешканцями місцевості та допомагати їм, виконуючі різноманітні завдання. У гри немає кінця, але при цьому можна займатися різноманітними справами. На кшталт збору предметів, садівництва, рибацтва та спілкування з персонажами. Дії даної гри проходять в реальному часі і пов'язані з реальністю. Наприклад, якщо гравець посадить дерево, то дереву знадобиться час, щоб вирости. Основна візуальна частина реалізована за допомогою низькополігальної 3D-графіки. Всього в грі існує понад двох тисяч предметів, які гравець може створити і використовувати для своїх потреб. Можна налаштувати зовнішній вигляд свого персонажа, обираючи із запропонованих варіантів різних частин, а також розташовувати речі на свій смак. Гра має характерну і впізнавану графічну складову. Персонажі (тварини) розділяються на декілька видів. У межах одного виду тварини мають однакову модель тіла як основу образу, але дизайни персонажів дуже відрізняються та не мають схожих рис. Гра має вісім локацій у котрих реалізовано три концепта оточення: тропічне узбережжя, гірська місцевість та урбаністичне середовище. У локаціях зустрічаються різні за тематикою рослини та речі. Інтерфейс виконаний в векторній графіці, добре гармонує із загальним стилем гри, використовуються нейтральні фірмові кольори. Для позначення предметів в меню використовується мальована графіка, а безпосередньо в грі використовуються 3D моделі. Кольорова схема локацій і персонажів гри має багато насичених яскравих кольорів. Засобами виразності виступають спрощення та гіперболізація природних форм, що надає проєкту характерний графічний образ.

Відеогра «Mineko's Night Market», Meowza Games, 2019 рік [7]. Mineko's Night Market — це пригодницька гра, натхненна японською культурою та ігровою серією Animal Crossing. Гравців чекає пригода дівчинки на ім'я Мінеко, що прибула в свій новий будинок на острові, яким керують коти. Дівчинка з ентузіазмом приймається досліджувати острів, розгадуючи його загадки, а також відшукуючи і створюючи предмети, які потрібно продавати в нічному магазині, що відкривається щотижня. Технічним рішенням гри є поєднання 2D-анімації та імітація простору за допомогою ізометрії. Це дає цілісний вид поєднанню площинного і просторового, та створюється ілюзія

інтерактивної ілюстрації. Камера у більшості випадків статична, на деяких сценах вона закріплена за персонажем, що дає ефект паралаксу при переміщенні. Персонажі, що розроблені у стилі японської сучасної ілюстрації, мають своєрідний графічний характер, спрощенні тіла та пропорції. Цікавою деталлю є виділення носу яскравим кольором, що присутнє у всіх персонажів. Використовується велика кількість текстур, що надає мальовничості зовнішньому виду проекту. Також графіка насичена різноманітними деталями та орнаментами, які надають графічному стилю особливої привабливості. Середовище пророблене вибагливо. Локації мають просту структуру але вишуканий вигляд. Використовуються насичені кольори та контрастні пари. В деяких локаціях камера закріплена в одному положенні, у такому випадку добре помітно прийом глибини різкості. Інтерфейс гармонує із графічним стилем гри. Він нагадує блокнот з різними закладками та просту структуру. Застосовується рукотворний шрифт. Також добре помітно використання текстур, що застосовуються у середовищі. Це надає візуальній зв'язок інтерфейсу і локаціям.

Зважаючи на все вищесказане, можна зробити висновок про те, що в галузі інді ігор є певні тенденції щодо використання візуальних засобів та прийомів, які пов'язані з механікою та логікою ігор. Також слід звернути увагу що на відміну від проектів крупних видавництва в інді іграх найчастіше застосовується стилізована 3D-графіка, а не реалістична. Також ключовою відмінністю подібних проектів є їх неординарність, самобутність і унікальність графічного стилю. Оскільки дані проекти є самовираженням авторів, в них часто можна зустріти сміливі рішення в дизайні, унікальне художнє оформлення, незвичайні сюжети і нестандартний геймплей.

Література:

1. Дж. Ли, Б. Уэр. Трёхмерная графика и анимация. — 2-е изд. — М.: Вильямс, 2002. — 640 с.
2. Стаття «Анатомія ігрових движків» [Електронний ресурс] — 3dnews.ru
3. 2017 Global games market report [Електронний ресурс] — <https://goo-gl.ru/4RZw>
4. Duncan E. DigitalMayhem 3D-LandscapeTechniques: WhereInspiration, TechniquesandDigitalArtmeet. BocaRaton : CRC Press, 2014

Джерела:

5. Animal Crossing: Pocket Camp — <https://goo-gl.ru/4RZz>
6. Oi, Innkeep! — https://store.steampowered.com/app/824840/Oi_Innkeep/
7. Mineko's Night Market — <https://goo-gl.ru/4RZE>

СТЕФАН ЗАГМАЙСТЕР — СУЧАСНИЙ ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙНЕР

Стефан Загмайстер — найвідоміший сучасний графічний дизайнер. Він народився в 1962 році в австрійському місті Брегенц. Навчався у Віденському університеті прикладних мистецтв і в Інституті Пратта, Нью-Йорк. Розпочав свою кар'єру в 15 років. Спочатку працював у рекламному агентстві Leo Burnett у Гонконзі. В 1993 році відкрив у Нью-Йорку власну студію

Sagmeister Inc. Ця дизайн-студія працює в чотирьох аспектах: музичний дизайн, соціальний, корпоративний і авторський дизайн. Дизайнер розробив брендинг, графіку й упакування для відомих клієнтів, як Rolling Stones, HBO, Музей Гуггенхайма й Time Warner. Викладає в аспірантурі Школи образотворчих мистецтв у Нью-Йорку і призначений на посаду кафедри Френка Стентона в Школі мистецтв Cooper Union, Нью-Йорк. Стефан Загмайстер отримав нагороди практично всіх міжнародних фестивалів дизайну, включаючи дві Grammy. Його роботи потужні, оригінальні, дотепні, часом шокують креативними рішеннями, специфічним гумором, іронією, яскравою емоційністю. Кілька років тому він вирішив присвятити 25% своєї роботи світовому мистецтву (книги та публікації для галерей), ще 25% — науковій спільноті, 25% — соціальним питанням, а решта часу він присвячує музичній індустрії.

У його студії працюють зазвичай чотири дизайнери. Такий склад команди Стефан Загмайстер пояснює кількома причинами. По-перше, відсутні суперечки та бюрократія. По-друге, є можливість обирати замовлення. Також перевагою маленької команди є незначні фінансові витрати. Дизайнер вважає, що найкращі роботи створюють саме невеликі команди. Щоб з'явилася цікава ідея, Стефан Загмайстер пропонує розглядати рішення з різних аспектів, сторін. Потім записати ідеї на окремих картках, бажано, щоб їх було якомога більше. Картки необхідно розмістити на великому столі та спробувати знайти зв'язок між думками. Потім на деякий час необхідно забути про них, відволікаючись на інші справи. Як вважає дизайнер, ідея прийде тоді, коли її не чекаєш [1].

Дизайнер розуміє, що проекти повинні бути сміливими, пробуджувати спогади. На такий проект хочеться дивитися знову і знову. Роботи повинні бути з сюрпризами. Своєю слабкою стороною Стефан Загмайстер вважає недостатній рівень роботи з комп'ютерними програмами, але співпраця з професіоналами компенсує це.

На думку дизайнера, робота ґрунтується на п'яти принципах. Необхідно розділити роботу та відпочинок. У компанії існує заборона працювати над проектами у вихідні дні. Для творчості необхідно робити перерви. Кожні 7 років Стефан Загмайстер бере річну відпустку, під час якої займається тільки творчою роботою. Ще один принцип — скаржитись нерозумно: або дій, або забудь [2]. Так як компанія має можливість вибору, то і працює над такими проектами, де є 50% новизни. Головне, за словами дизайнера, це любити свою роботу. Багато років Загмайстер займався темою щастя. У 2012 році він показав результати свого дослідження на виставці The Happy Show. Також присвятив документальний фільм цій темі. У фільмі «The Happy Film» Стефан Загмайстер говорить: «Один із моїх методів роботи описаний філософом Едвардом де Боно. Замість того, щоб думати про предмет, дизайн якого мені необхідно вигадати, через призму вже існуючих предметів, я маю концентруватися на власних почуттях і враженнях від нього. Тоді в основі буде твоє уявлення і дизайн предмета стане унікальним».

Роботи цього дизайнера є дійсно унікальними. Стілець Darwin chair, який нагадує звичайне крісло. Він складається з 200 аркушів паперу, завдяки чому стілець легко змінює свій вигляд. У 1988 році його робота (курка з відрізаною

головою) була відзначена першою премією. Для реклами джинсів «Levi's» Стефан розібрав кілька виробів на складові частини та з них зібрав плакат. Кожна робота викликає протиріччя. Тому, мабуть, і запам'ятовується. Стефан Загмайстер вважає роботу дизайнера дуже важливою для людства, адже все, що зроблене руками, — результат роботи, в першу чергу, дизайнера.

Висновок. Стефан Загмайстер створює роботи, які викликають емоції: як позитивні, так і негативні. А в сучасному світі це головне — не залишити байдужим, викликати відчуття. Дизайн стає частиною життя.

Література:

1. Варенников Д. Sagmeister & Walsh о красоте и ее силе: <http://www.interior.ru/design/name/6159-dzhejms-sterling-vazhno-to-kak-zdanie-soedineno.html> (дата звернення 06.04.2019).
2. Харшак М. Інтерв'ю: http://projector.media/portfolio/interview_sagmeister/ (дата звернення 06.04.2019).

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНІ ПРИЙОМИ ВІДЕОЗЙОМКИ Й МОНТАЖУ

Експерименти дизайнерів в області відеомонтажу відкривають дорогу до великобюджетних рішень в кінематографі. На сьогодні здійснена величезна кількість таких пошукових рішень. В даній роботі розглядаються деякі найбільш ефектні, на наш погляд, приклади. Зроблена також спроба прослідити етапи ускладнення монтажних прийомів.

Для початку хочеться відзначити, що основним прийомом, та й взагалі сутнісно монтажу режисер кіно і телебачення Олексій Соколов в своїй книзі про монтаж називає зіставлення. За його словами, два поруч розташованих кадра можуть дати абсолютно протилежне реальному значення і саме зіставлення є основа основ монтажу [2]. При цьому монтаж набуває нового значення, він пише у своїй книзі «Монтаж: телебачення, кіно, відео», що монтаж — не «властивість» кадру, не «властивість» кіно, не «властивість» телебачення. Монтаж — метод людського мислення, яким користуються кіношники і телевізійники для створення своїх творів. Монтаж — обов'язкова складова природи функціонування людської свідомості [1].

Доктор мистецтвознавства і професор Наталя Утілова теж схильна до цього твердження: «Саме зображення при з'єднанні двох поруч розташованих кадрів створює ілюзію безперервної дії при плавних монтажних переходах і відчуття «катастрофи», сильних емоційних переживань, переривання часу, зміни простору при різких монтажних склейках. Монтаж допомагає за зовнішнім побачити внутрішнє, в зображеному — незображене, змусити глядача подивитися на те, що відбувається подія своїми очима або очима автора-персонажа» [3]. Це можна розглянути і проаналізувати на ряді яскравих прикладів.

Для роботи нідерландського режисера Джерома Фішера (Jerom Fischer) «The mirror effect. Strafwerk Festival event film» 2015 року була створена система з реальних дзеркальних камер, які роблять відео набагато активнішим

і різноманітним [10]. В дзеркалах можна побачити відображення людей, які живуть своїм життям і насолоджуються тим, що відбувається. Присутнє використання мерехтливого ефекту, прискорена і уповільнена зйомка, титри оформлені типографікою, яка заломлюються, але при цьому не втрачає читабельність. У фрагментах ролику застосовуються різні тональні ефекти, які урізноманітнюють зображення. Ця робота була зроблена з натхненням до оточуючого середовища. При зйомці була використана портативна інсталяція із дзеркал.

Квентин ван ден Боше (Quentin van den Bossche), кінорежисер із Нідерландів, представив ролик “Stalactites” в 2018 році [9]. У роботі показано оду нашій прекрасній планеті, в ній кидається виклик нашій логіці відносно того, як ми сприймаємо світ, бо протягом усього свого життя людина звикає бачити тільки «світ у себе під ногами». В даному відео підібрані кадри, які будучи перевернутими справляють велике враження на глядача. Автором була пророблена велика робота у ландшафтній аерозйомці, яка дала унікальну можливість зняти незвичайні відео з висоти пташиного польоту. З великої кількості матеріалу було підібрано найбільш вдалі епізоди. Зйомка йшла зі зміною перспективи відображення в спокійній річці. Це створює два незвичайних світи і додає нові враження. Автор роботи зміг показати наш дивовижний світ з іншого ракурсу, що надихає на те, щоб дивитися на все буденне іншим поглядом.

Режисер, дизайнер і продюсер Моніка Мартім (Monica Martim) з Великобританії застосовує метод симетрії у роботі “Mirrors of Time” 2011 року [8]. У даній роботі була зроблена зйомка танцю, в подальшому отримане відео було отзеркалене у комп’ютерних програмах. У танці використовували легку тканину, яка приковує увагу своєю грою і несподіваною емоцією, яку вона передає рухомим візерунком. Симетрія допомагає посилити увагу глядача до білих тканин на чорному тлі. Танцівниці одягнені в темне, тому вони зливаються з фоном, що ще більше акцентує увагу на тканини. Використання симетрії створює відчуття цілісності через повторення і взаємозв’язок елементів, які разом утворюють єдине ціле, відображає «внутрішню силу» єдності героїв.

Режисер із Англії Метью Шоу (Matthew Shaw) представив ролик “Arboreal reflexiō” створений в 2015 році, де він використовує прийом відображення у воді [4]. Автор цієї роботи показує, що коли дивишся у воду, отримуєш відволікання від переважаного і метушливого життя. Відображення в воді символізує тимчасовий незвичайний світ. Була проведена зйомка відображень дерев у скупому, в цілому, відеоряді. Але він багатий на деталі, зміни в кадрі відбуваються завдяки мерехтінню в воді. В данній роботі деталі відіграють велике значення, бо вдивляючись в кожну з них, можна знайти нові образи.

Дизайнер і кінорежисер з Нью-Йорка під псевдонімом Rather Make Art створив роботу під назвою “Mirrors” в 2011 році, в якій ми можемо побачити плаваючі «коробки» будівель, які нібито знаходяться між хмар [7]. В композиційному рішенні фільму задіяний засіб симетрії із вертикальним віддзеркаленням. Була використана зйомка с автомобіля, тому рух постійно відбувається в одному напрямку. Протягом перегляду автор пропонує глядачу

випробувати нові відчуття того, яким може бути світ, що будівлі не просто нерухомі і неживі, а що вони можуть буди чимось іншим.

Каліфорнійський кінорежисер повітряних сцен Майкл Шейнблум (Michael Shainblum) використовує поділ екрану на чотири частини в роботі 2018 року “The Wormhole — Timelapse 4K”, де представлені міста Лос-Анджелес, Сан-Франциско, Сіетл, Нью-Йорк, Дубай, Доха, Сінгапур, Шанхай [11]. Було накладено чотири однакових відео з використанням сповільненої зйомки з ефектом калейдоскопу. Автор створив сцени, які нагадують нові світи в альтернативних всесвітах. Він використав такі методи зйомки, як гіперліпсія (прискорення відео) і аерофотозйомка, щоб додати сюрреалізм в відео. Рух людей і автомобілів в кадрі, випливаючі катера в міському середовищі дуже нагадують роботи, виконані в фрактальній графіці. Звичайні способи віддзеркалювання в поєднанні зі зйомкою високої якості створюють яскравий і ефектний відео ряд.

Кінорежисер із Китаю під псевдонімом Perfect Tz зробив вдалий експеримент завдовжки в три роки в одній із своїх робіт “Mirror Dream Timelapse “Dream in the mirror”” 2015 року, де знімаючи Китай три роки і зібравши великий масив матеріалу, довго працював над його об’єднанням [5]. В кадрі було поєднано чотири однакових відео. Ця робота була зроблена з думками про дитинство, а саме про гру з калейдоскопом. Тому автор прагне глядачу поринути не тільки в східну культуру, а й згадати своє дитинство.

Японський фотограф Darwinfish створив роботу “Mirrored Tokyo” в 2014 році, де він зняв Токіо в різний час доби і з різних його точок [6]. Він також використав симетрію і ефект калейдоскопу. В роботі була проведена таймлапс зйомка (покадрова фотозйомка). Таймлапс — одна з найцікавіших технік фотозйомки тривало поточних процесів для досить швидкого перегляду на екрані. Таймлапс дозволяє «прискорити» двогодинну зйомку, наприклад, до однієї хвилини. Результат цієї роботи і таке об’єднання якісної зйомки і прийомів монтажу, звичайно, може вражати.

Висновки. З великої кількості прийомів відеозйомки й монтажу було виділено на наш погляд, найефектніші. В цих роботах автори максимально втілюють свої ідеї ще на стадії відеозйомки та тільки потім завершують їх формування засобами відеомонтажу. При використанні перерахованих вище прийомів дизайнеру треба розуміти навіщо це робиться, і що він хоче отримати в результаті. Ускладнення відеомонтажу, застосування віддзеркалень, мозаїки, масок, додає до відеофільму нової образності, збагачує фільм новими смислами.

Література:

1. Соколов А. Г. Монтаж: телевидение, кино, видео : учебник. Часть первая. Москва: Изд. А. Дворников, 2000. 242 с.
2. Соколов А. Г. Монтаж: телевидение, кино, видео : учебник. Часть вторая. Москва: Изд. «625», 2001. 207 с.
3. Утилова Н. И. Монтаж : учебное пособие. Москва : Аспект Пресс, 2004. 171с.

Джерела:

4. Arboreal reflexiō, 2015 p. : <https://vimeo.com/153678044>;
5. Mirror Dream Timelapse “Dream in the mirror”, 2015 p. : <https://vimeo.com/150256755>;

6. Mirrored Tokyo, 2014 p. : <https://vimeo.com/99840211>;
7. Mirrors, 2011 p. : <https://vimeo.com/34784278>;
8. Mirrors of Time, 2011 p. : <https://vimeo.com/31792227>;
9. Stalactites, 2018 p. : <https://vimeo.com/297031014>;
10. The mirror effect. Strafwerk Festival event film, 2015 p. : <https://vimeo.com/139315744>;
11. The Wormhole — Timelapse 4K, 2018 p. : <https://vimeo.com/300596477>.

.., 4 , . « » ,
: . , . .

СКЛАДНІ ПРИЙОМИ ЦИФРОВОГО ВІДЕОМОНТАЖУ

Відеомонтаж — підбір і поєднання різних частин відео, фото матеріалів і графічних елементів для отримання єдиного, композиційно цілісного твору. Різноманітність видів монтажу, прийомів і принципів монтажних з'єднань забезпечує створення і втілення на екрані виразного образу, що висловлює певний сенс, закладений автором. Відеомонтаж часто доповнюється графічними елементами, в тому числі анімованими. Графіка на екрані може являти собою написи, титри, субтитри, ілюстрації, діаграми, заставки, малюнки. Це важливі компоненти оглядового ряду, які зазвичай вигідно доповнюють відео, візуалізують закадрову інформацію. Використання графічних елементів, які роблять зображення більш складним і деталізованим, доповнює композицію кадрів, іноді надаючи їй новий сенс.

Композиція кадру — побудова, взаємне розміщення елементів мультимедійного твору, що відбиває усвідомлені дизайнером закономірності зображуваної об'єктивної дійсності в системі даного твору; спосіб розгортання і творчого осмислення матеріалу, сюжету в організованій системі сценарію і твору, що виражає авторський задум [4, с. 149]. Модульне конструювання взагалі і сітка зокрема настільки активно впливають на процес конструювання відеокадру, що не брати їх в розрахунок не можна. Застосування сітки ефективно і різноманітно [5, с. 1].

Дизайн монтажу підпорядковується своїм правилам гармонізації, де мова йде про формування відеокадру і кольору. Наприклад, застосування поділу екрана, що дозволяє використовувати гаму з протилежних кольорів, організувати простір, дати більше інформації глядачу. Це є технічний спосіб під назвою «поліекран». Поліекран дозволяє глядачу бачити кілька кадрів одночасно. Поділ екрану на частини дозволяє більш активно застосовувати ритм. «Найважливіші ознаки ритму — це повторюваність явищ, елементів або форм, закономірність їх чергування. «Ритм» буквально означає «такт, мірність»» [1, с. 65]. А ось, кольорна гармонія дорівнює кольорній рівновазі. Науковий посібник Т. Саттона і Б. Вілена «Гармонія кольору» допомагає з вибору і використання кольорних комбінацій дизайнерам, правильно вибрати кольорну гамму. Автори пропонують корисну інформацію не тільки з теорії кольору, але і по психології його сприйняття, що особливо важливо знати всім професіоналам [3].

Застосування дизайнером нових незвичних прийомів монтажу, вдале використання вже знайдених раніше засобів, дозволяє йому проявити себе з

професійної сторони. Сьогодні складні види відеомонтажу досить широко застосовуються в різних відеоматеріалах, що ілюструють сфери діяльності людини: в мистецтві, в науці, в рекламі. А завдяки сучасним технологіям, монтаж урізноманітнює подачу анімації, вмонтованої у відео, що активніше привертає увагу глядача. Це можна розглянути і проаналізувати на ряді яскравих прикладів.

Робота австралійського дизайнера Брента Грейберна (Brent Grayburn) з Сіднея “SKII Limited Edition pop video” 2014 року заснована на відеозйомці руху моделі [15]. У процесі цієї роботи автор звертався до широкого досвіду в цій галузі. У відео була застосована мультиекспозиція, тобто два кадри і більше компонувалися в одну композицію. Використання силуетів дерев на силуетах людини з розмитими криволінійними формами й з анімованими видами ландшафтів між ними створило відчуття простору. Таким чином, характерна естетика ролику в даному випадку досягається поєднанням технічно складних композиційних засобів відеомонтажу.

Венера Казарова (Venera Kazarova) є дизайнером одягу із Москви, вона представила ролик “Fashion video “Geometria” в 2015 році [12]. Робота була створена з різноманітним застосуванням геометричних масок і простих елементів графічних форм, таких як коло, прямокутник, трикутник. Застосування масок і ілюстрацій відбувається в кожному мікросюжеті. Маски анімуються, вони то ламають кадри то пропливають по відео, то розкривають або закривають його частини. В анімації застосовується технічний спосіб полієкрана, і саме він примушує зацікавитись переглядом ролику.

Виробництво Лелуа (L'ÉLOI) з Монреалю застосовує велику кількість різноманітних прийомів монтажу у роботі “Chromatic 8e édition” 2017 року [9]. В ній відбувається поділ екрану на дві частини, поява на відео невеликих прямокутних фрагментів цього ж відео, поява графічних елементів, таких як текст і застосування масок. Можна простежити в деяких кадрах ритм появи одного і того ж відео різних розмірів. Таким чином, композиція відео ламається, але водночас вона вмонтована в композиційну сітку.

В роботі корейського дизайнера Чангун Нама (Changhoon Nam) під псевдонімом СН з Південної Кореї “CH SHOW REEL” 2018 року можна побачити поділ екрану на дві і три частини, маски, що розкривають відео [10].

Дизайнер з Греції Тоні Загораєс (Tony Zagoraios) представив рекламний ролик парфумів “AROMATOLOGIC” створений в 2015 році з застосуванням на відео графічних форм, які підтримують дію і разом з тим виступають своєрідними персонажами [7]. В наступній роботі цього автора “Virgin Disruptors” 2014 року також застосовані графічні форми [16]. Автор об'єднав в цьому ролику живу дію і графіку, що підкреслює тему анімації. Він додав у ролик безліч анімованих графічних форм, які доповнили сюжет, навіть найдрібніші деталі грають тут величезну роль. У даному випадку, навіть найменші елементи тримають композицію, без них сюжет міг би бути зруйнованим.

Дизайнер Марен Окон (Marek Okon) під псевдонімом ОКОН із Токіо створив роботу під назвою “OYKOT: Hybrid Face Installation” в 2011 році [14]. Це відеоінсталяція, в якій зображено постійно мінливе гібридне обличчя за допомогою масок. Воно побудоване з використанням лицевих фрагмен-

тів співробітників компанії ОУКОТ. Відео зациклено кожні 11 хвилин і дає глядачам враження, що воно немає початку або кінця, тільки постійно змінюється форма. У цій роботі застосовано дуже багато масок з геометричних форм, вони з такою швидкістю змінюються, що важко роздивитися обличчя героїв. З'єднання в єдине ціле різних фрагментів облич, надає цілісний образ компанії.

Бельгійська студія Elementrik створює фірмовий цифровий контент для творчих людей, щоб показати їх філософію, почуття і потреби. В її ролику “Anaak SS16 Escape”, створеному в 2016 році, застосовується поділ екрану на дві частини і накладення двох відео, одне в повному розмірі, інше набагато менше [6]. Таким чином, в цій взаємодії ролики добре доповнюють один одного. В цілому, присутня гармонія вдало організованого простору екрану.

Агентство Agent Pekka з Фінляндії зробило вдалий експеримент в одній зі своїх робіт “DTRH 2018 Trailer — “No Names” Version” 2018 року, де використано і розподіл екрану на дві частини, і накладення відео на відео, і ритм з відео-фрагментів [11]. Кожен фрагмент відео доповнює один одного, деякі більш контрастні, а деякі в більш приглушених кольорах. Таке гармонійне об'єднання відео і загальний колірний тон надають роботі спокійний характер.

Британська студія ManvsMachine з Лондона використовують поділ екрану на дві та більше частин в роботі “Nike — Air Max Day 2018” для бренду Nike [13]. В цьому відео зроблене також накладення двох відео, двовимірної і тривимірної анімації об'єктів, імітація друкарського дизайну. Це формує цілісне уявлення про сучасну естетичну концепцію бренду.

Складний монтаж так само застосовується і в мультимедійних інсталяціях. В роботі мушн-дизайнера Хельмута Брайнедера (Helmut Breineder) з Берліна “BLACKBOX INSTALLATION” 2016 року була розроблена інсталяція в музеї замку Ербах в Німеччині з застосуванням 10 світлодіодних смуг [8]. Замовником були Державні палаци та сади Гессен, тому на проекції були проілюстровані історичні особистості, живі зображення, картографічні проєкції й написи. У відео, що відтворювалися на поверхнях конструкції, застосовувалися маски, які відкривали та закривали зображення, дрібні графічні форми, які доповнювали відео й ефектно виглядали.

Висновки. У великій кількості різноманітних прийомів складного цифрового відеомонтажу можна простежити тенденцію від простого поділу екрану на дві, три або чотири частини до набагато більш складного дроблення. При цьому може використовуватись накладення відео, маски з простих елементів графічних форм, із силуетів, можуть бути додані різні комп'ютерні ефекти. Ці прийоми значно ускладнюють композицію і надають відео або анімації нову образність і надають роботі новий зміст.

Література:

1. Голубева О. Основы композиции : уч. пособие. Москва : Изобразительное искусство, 2008. 120 с.
2. Райт С. Цифровой композитинг в кино и видео : уч. пособие. Москва : НТ Пресс, 2009. 448 с. (Секреты профессионалов).
3. Саттон Т., Брайд В. Гармония цвета : уч. пособие. Москва : Астрель, АСТ, 2004.

216 с. (Гармония цвета).

4. Сухорукова Л. А. Композиція статичного кадру мультимедійного твору. Актуальні питання мистецтвознавства: виклики XXI століття : зб. статей міжнар. наук.-практ. конф., присвячена 95-річчю заснування вищої художньої школи Харкова., 13 жовтня 2016 р. Харків : ХДАДМ, 2016. С. 149-150.
5. Хёрлберт А. Сетка : уч. пособие. Москва : Книга, 1984. 52 с.

Джерела:

6. Anaak SS16 Escape, 2016 p. : <https://vimeo.com/189175905>;
7. AROMATOLOGIC, 2015 p. : <https://vimeo.com/140052302>;
8. BLACKBOX INSTALLATION, 2016 p. : <https://vimeo.com/198471829>;
9. Chromatic 8e edition, 2017 p. : <https://vimeo.com/216665166>;
10. CH SHOW REEL, 2018 p. : <https://vimeo.com/253972176>;
11. DTRH 2018 Trailer — “No Names” Version, 2018 p. : <https://vimeo.com/246429767>;
12. Fashion video “Geometria”, 2015 p. : <https://vimeo.com/125719119>;
13. Nike — Air Max Day 2018, 2018 p. : <https://vimeo.com/264966490>;
14. OYKOT: Hybrid Face Installation, 2011 p. : <https://vimeo.com/23784308>;
15. SKII Limited Edition pop video, 2014 p. : <https://vimeo.com/112019714>;
16. Virgin Disruptors, 2014 p. : <https://vimeo.com/95904474>.

ФІЛОСОФІЯ ІКОНІ І ЇЇ ВІЗУАЛЬНЕ ВТІЛЕННЯ

*«Немає нічого зовнішнього,
що не було б проявом внутрішнього»
(Флоренський П.А. Іконостас. М., 1995, с. 95)*

Як відомо, в середні віки філософія стає служницею богослов'я, як власне і мистецтво. Активно розвивається іконопис, як в країнах Європи, так і на Русі — Феофан Грек, Андрій Рубльов. Іконописці ставлять перед собою задачу — втілити в образі християнське віровчення. Нехай ікона і вважається твором, який більше схиляється до ремісництва, ніж до живопису, іконопис неможливий без осмислення, розуміння і занурення у глибинну суть цього мистецтва.

Важливо розуміти, наскільки ікона символічна і як багато деталей потрібно знати іконописцю або реставраторові, що працює з цим видом живопису, адже втрачена деталь може порушити весь «текст» ікони, зробити її незв'язною і ввести в оману глядача.

Мета статті : виявити особливості візуального втілення філософського змісту ікони.

Щоб бачити ікону, її потрібно вміти читати, але вона легка до сприйняття, адже в неї вкладені в доступному вигляді філософсько-релігійні ідеї християнства які повинні бути зрозумілі кожному й емоційний вплив ікони на наглядача був може навіть більшим ніж текст книги. Слід зазначити, що ідея ікони в релігії близька не кожному й існують затяті її противники — іконоборці. На їхню думку, ідеальне, святе непримиренно з матерією, тому не може бути відтворено наочно. Зображення святого — це зображення ідола, а шанування ікони - ідолопоклонніцтво.

Однак, це можна спростувати. Ікона — це лише провідник, лінія яка окреслює бачення і є складовою духовного образу в нашій свідомості. Без цього символічного навантаження, відірвано від образу ікона — це просто дошка та фарби, що і відрізняє її від ідола, який сам по собі вважається божеством.

Приєм «неправильної перспективи» - якраз один з тих, які застосовували, для того щоб показати інший (перетворений) світ, тобто світ Божий. Цей прийом докладно описав отець Павло Флоренський у своїй мистецтвознавчій роботі під назвою «Зворотна перспектива». Цей текст присвячений іконопису XIV-XV століть. Він був написаний в 1919 році в якості доповіді Комісії з охорони пам'яток мистецтва та старовини Троїце-Сергієвої Лаври. Флоренський був її вченим секретарем.

На початку роботи отець Павло звертає увагу на несподівані перспективні співвідношення в іконах. Ми можемо легко помітити їх при першому уважному розгляді. Йдеться про предмети, що зображені на іконах з прямими ребрами: будівлі, столи, стільці, книги (Євангеліє, з яким зображується Спаситель) та інше. Співвідношення сторін цих предметів знаходяться в явному протиріччі з правилами лінійної перспективи. Дальня поверхня столу, наприклад, може бути написана ширше ближньої, у Євангелія ми можемо побачити відразу три або чотири обрізи одразу. Більш того, при уважному розгляді ми помічаємо, що тіла та образи святих на іконах теж передані в таких ракурсах, які не відповідають правилам перспективного зображення.

Щоб зрозуміти сенс зворотної перспективи, Флоренський розповідає нам історію перспективи прямої або лінійної. На його думку, пряма перспектива була відома вже в Стародавній Греції, у V столітті до Різдва Христового. Ще тоді, такі філософи як Анаксагор і Демокріт займалися науковим вивченням цього явища. Саме їм приписується винахід прямої перспективи в якості прийому сценографії (розпису театральної сцени). Коли близько 470 року до нашої ери Есхіл ставив в Афінах свої знамениті трагедії, декорації вперше розписувалися за правилами прямої перспективи.

Таким чином, спочатку перспектива виникає не в художньому мистецтві, а в прикладному. В області театральної техніки цей прийом виправданий, він створює ілюзію реальності, дублює реальність, але чи відповідає це завданням чистого мистецтва, задається питанням Флоренський? Адже завдання мистецтва не дублювати реальність, а осмагати її сенс.

Починаючи з IV століття нашої ери перспективна просторовість живопису зникає до часу раннього Відродження. Нововведення Джотто, фактичного засновника італійської школи живопису, було не у винаході перспективи, а в художньому використанні старого декоративного принципу, який потім істориками мистецтва XIX і XX століть був атестований як єдиний правильний, єдиний, що відповідає принципу реалізму, зауважує Флоренський.

Перспективне зображення реальності з точки зору світогляду

При зображенні у зворотній перспективі предмети розширюються при їх віддаленні від очей, немов центр сходження ліній знаходиться не на горизонті, а всередині самого спостерігача. Зворотна перспектива утворює цілісний символічний простір, орієнтований на глядача і передбачає його духовний зв'язок зі світом символічних образів.

За правилами лінійної перспективи малюнок повинен мати тільки одну точку зору, один горизонт і один масштаб. Від цієї точки зору повинні бути спрямовані всі перпендикулярні лінії, що йдуть вглиб зображення. Завдяки цьому, можна говорити, що глядач стає головною дійовою особою картини або фрески.

Якщо мова йде про зображення релігійного змісту, то пряма перспектива передбачає «співучасть» глядача в релігійній дії. Найкращий приклад - «Темна вечеря» Леонардо да Вінчі. Великий майстер ставив перед собою завдання зняти просторове розмежування світу євангельського і життєвого, домогтися «ефекту присутності». Інтер'єрні зображення на фресці ніби продовжують архітектуру, збільшують глибину приміщення трапезної монастиря Санта-Марія-делле-Граціє, де глядач може «повечеряти» разом з Христом і його учнями.

Зовсім інший принцип взаємодії світу євангельського і людини передбачає зворотна перспектива середньовічного живопису. Замість «співучасті» в релігійній дії, глядач тільки постає перед нею. Не він «входить» в картину, долаючи її рамки, а євангельські персонажі ніби «спостерігають» за ним.

Ідеологія прямої перспективи передбачає, що людина дивиться на Бога своїми людськими очима, а ідеологія зворотної перспективи означає, умовно кажучи, що людина дивиться на себе «очима Бога».

Так само як і ікона, іконостас — це лише цеглини й дошки, а по суті своїй — межа між видимим і невидимим, перешкода яка розділяє, але одночасно і скріплює два світи. Мета цієї межі зосередити увагу моляльників і направити її в потрібне русло. Якщо, люди, які моляться були б досить зрячі й одухотворені, не було б іншого іконостасу, крім як самих свідків божих.

Ікона є опорою для нашої свідомості, маючи на меті вивести глядача за боковий вітвар його чуттєвого сприйняття зображення в якусь реальність, розділяючи з усіма символами їх основну онтологічну характеристику — бути тим, що вона символізує.

Щоб зрозуміти сенс зворотної перспективи, Флоренський розповідає нам історію перспективи прямої або лінійної. На його думку, пряма перспектива була відома вже в Стародавній Греції, у V столітті до Різдва Христового. Ще тоді, такі філософи як Анаксагор і Демокрит займалися науковим вивченням цього явища. Саме їм приписується винахід прямої перспективи в якості прийому сценографії (розпису театральної сцени). Коли близько 470 року до нашої ери Есхіл ставив в Афінах свої знамениті трагедії, декорації вперше розписувалися за правилами прямої перспективи.

Таким чином, спочатку перспектива виникає не в художньому мистецтві, а в прикладному. В області театральної техніки цей прийом виправданий, він створює ілюзію реальності, дублює реальність, але чи відповідає це завданням чистого мистецтва, задається питанням Флоренський? Адже завдання мистецтва не дублювати реальність, а досягти її сенс.

Починаючи з IV століття нашої ери перспективна просторовість живопису зникає до часу раннього Відродження. Нововведення Джотто, фактичного засновника італійської школи живопису, було не у винаході перспективи, а в художньому використанні старого декоративного принципу, який потім істориками мистецтва XIX і XX століть був атестований як

єдиний правильний, єдиний, що відповідає принципу реалізму, зауважує Флоренський.

Перспективне зображення реальності з точки зору світогляду

При зображенні в зворотній перспективі предмети розширюються при їх віддаленні від очей, немов центр сходження ліній знаходиться не на горизонті, а всередині самого спостерігача. Зворотня перспектива утворює цілісний символічний простір, орієнтований на глядача і передбачає його духовний зв'язок зі світом символічних образів.

За правилами лінійної перспективи малюнок повинен мати тільки одну точку зору, один горизонт і один масштаб. Від цієї точки зору повинні бути спрямовані всі перпендикулярні лінії, що йдуть вглиб зображення. Завдяки цьому, можна говорити, що глядач стає головною дійовою особою картини або фрески.

Якщо мова йде про зображення релігійного змісту, то пряма перспектива передбачає «співучасть» глядача в релігійній дії. Найкращий приклад - «Таємна вечеря» Леонардо да Вінчі. Великий майстер ставив перед собою завдання зняти просторове розмежування світу євангельського і життєвого, домогтися «ефекту присутності». Інтер'єрні зображення на фресці ніби продовжують архітектуру, збільшують глибину приміщення трапезної монастиря Санта-Марія-делле-Граціє, де глядач може «повечеряти» разом з Христом і його учнями.

Зовсім інший принцип взаємодії світу євангельського і людини передбачає зворотня перспектива середньовічного живопису. Замість «співучасті» в релігійній дії, глядач тільки постає перед нею. Не він «входить» в картину, долаючи її рамки, а євангельські персонажі ніби «спостерігають» за ним.

Ідеологія прямої перспективи передбачає, що людина дивиться на Бога своїми людськими очима, а ідеологія зворотної перспективи означає, умовно кажучи, що людина дивиться на себе «очима Бога».

Так само як і ікона, іконостас - це лише цеглини і дошки, а по суті своїй - межа між видимим і невидимим, перешкода яка розділяє, але одночасно і скріплює два світи. Мета цієї межі зосередити увагу молільників і направити її в потрібне русло. Якщо, люди, які моляться були б досить зрячі й одухотворені, не було б іншого іконостасу, крім як самих свідків божих.

Ікона є опорою для нашої свідомості, маючи на меті вивести глядача за боковий вівтар його чуттєвого сприйняття зображення в якусь реальність, розділяючи з усіма символами їх основну онтологічну характеристику - бути тим, що вона символізує.

. . 4 « »
:

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ СПОРТИВНОГО СТИЛЮ В ПОВСЯКДЕННОМУ ОДЯЗІ

Стиль одягу – певна направленість всіх елементів костюму за певними ознаками: вік, стать, професія або діяльність, соціальний статус, приналежність до субкультур, власні погляди людини, епоха, національність, релігійна приналежність, доречність ситуації, функціональність. Приналеж-

ність до певного стилю найкраще можна проявити з допомогою аксесуарів, взуття, забарвленням тканини і принтів, фурнітури, деталей оздоблення і фактур тканини, крою та свободи облягання моделі. Стиль одягу є одним із основних елементів іміджу людини, тобто є важливим спрямуванням, при створенні людиною власного образу в суспільстві, що її оточує. Окрім стилів що входять до основної групи (класичний, романтичний, спортивний), існують підвиди різновиди кожного із них – підстилі та мікростилі.

Спортивний стиль входить до основної групи стилів і почав розвиватися в житті людей одночасно з тим, як розвивався їх інтерес до спорту та активного і здорового способу життя. З винаходом велосипеда, у 1884 році Джоном Кемпом Старлі, інтерес суспільства до спорту виріс, і тоді поста-ла проблема того, що класичні аристократичні костюми, особливо жіночі, ніяк не пристосовані до активної фізичної діяльності людини. В кінці 19 століття широкої популярності набули такі види спорту, як гольф, футбол, бадмінтон, волейбол, теніс, крикет, плавання у водоймах та подорожі на яхті. Потребу у спортивному одязі відчували не тільки ті, хто приймав участь у спортивних змаганнях, а також глядачі, які також хотіли відчувати себе так само комфортно. Виробники почали міркувати про створення зручних речей, які б не обмежували рухів тіла людини, які можна було вдягнути без сторонньої допомоги, призначені для активної діяльності та були простими в догляді. Піонером в створенні спортивного костюму вважається французький кутюрье Жан Жан Пату. В 1924 році відкрив перший магазин спортивного одягу, в якому пропонував форму для занять тенісом, гольфом, футболом, рибалкою та кінного спорту.

З 1920-х по 1940-і роки спортивно-дозвільний стиль знаходив все більше прихильників у світі. Цьому сприяв розвиток світового спортивного руху – олімпійські ігри, чемпіонати світу, чемпіонати Європи, чемпіонати, які проводяться всередині країн, загальнонаціональні програми націлені на пропаганду фізкультури і спорту, розвиток спортивної журналістики, розширення виробництва неформального одягу пробуджувало у людей інтерес до здорового способу життя. В 1970 році в світовій фешн індустрії розпочався період «джинсоманії». Завдяки хіппі і іншим молодіжним субкультурам мода на джинсові речі поширювалася з великою швидкістю. Речі виготовлені із деніму за своїми властивостями відповідали вимогам спортивного стилю: комфорт при носінні, прості в догляді, міцність і щільність матеріалу, що дозволяють користуватися речами довгий строк, основна сировина для виготовлення тканини – бавовна, екологічний матеріал. Внаслідок цього, речі виготовлені із деніму, особливо джинси, стали невід’ємною частиною спортивного стилю. Справжній бум спортивної моди розпочався в 1980-і роки, після того, як американська актриса Джейн Фонда в 1982 році зняла свою першу відеопрограму з уроку ритмічної гімнастики – аеробіки. Інтерес до цього виду одягу виріс настільки, що люди почали його використовувати не тільки для спортивних занять, а й в повсякденному житті.

Тенденція з використання спортивних речей в повсякденному житті розвивалася в послідовні роки. В 21 столітті, особливо в останньому десятилітті досягла свого найбільшого апогею. Про це свідчить зростання

популярності спортивних брендів на світовому ринку, таких як Nike, Adidas, Puma, Under Armour, ESPN, Reebok, що входять до списку Forbes, як найбагатші спортивні бренди світу і спеціалізуються не тільки на виготовленні одягу для професійного спорту, а також розробляють декілька разів на рік колекції спортивного одягу для повсякденного використання. Також постійне звертання люксових брендів до спортивної тематики є ще одним підтвердженням зростання попиту на цей вид одягу. Versace, D&G, Gucci, Balenciaga, Louis Vuitton та багато інших брендів, кожного року створюють колекцію кросівок та одягу в спортивному стилі для повсякденного використання і непрофесійних занять спортом. В останні роки з'явився беззаперечний культ кросівок. Цей вид спортивного взуття вже давно поєднують з усіма стильовими напрямками в одязі, як в класичному так і в романтичному, і для більшості є нормальним явищем, тому що людина 21 століття багато часу проводить на роботі, постійно навчається, знаходиться в русі, тому максимально цінує свій час і комфорт. В цілому, це і є основним поясненням, чому саме спортивний стиль набирає найбільшу популярність у світовому суспільстві, серед усіх вікових груп, а бренди, які задовольняють і аналізують попит і потреби суспільства пропонують більш вдосконалені моделі, з використанням інноваційних технологій, для того, щоб покращити життя людей.

., 4 . « »

ФУТУРИЗМ ЯК ДЖЕРЕЛО НАТХНЕННЯ. НЕЗАЛЕЖНА ЖІНКА МАЙБУТЬОГО

Футуризм – один із напрямів авангарду, що вплинув на образотворче мистецтво та літературу, який зародився в 1910-1920 рр. 20 століття. Його характерні риси – відмова від минулого, мрії та роздуми про невідоме майбутнє. Футуристи уявляли собі, як люди зможуть жити, через певний проміжок часу. Завдяки своїй яскравій уяві і фантазії вони змогли передбачити багато речей та тенденцій, які проникли в життя сучасної людини тільки в 21 столітті. В 1913 р. одним із основоположників італійського футуризму і художником Джакомо Балли було опубліковано «Маніфест про одяг людини майбутнього». Він писав про те, що необхідно створювати одяг майбутнього, який буде приносити задоволення тілу людини. Дизайн має бути дуже динамічним, а малюнки інтенсивно-геометричними. Також Балли стверджував, що з'явиться ароматична білизна, антисептичні шкарпетки, штани з електричними лампочками, згодом з'явиться тканина, що змінює свій колір в залежності від настрою людини.

На чергу футуризму прийшла така течія в мистецтві, як суприматизм. Футуризм на певний період часу занепав, і знайшов своє відродження у фешн індустрії на початку 60-х років. Одним із сильних поштовхів для відродження футуризму став перший політ людини в космос та розвиток науково-технічної індустрії. Скафандр, супутники, космічні кораблі, фотознімки з космосу, мікросхеми та блискучі сталеві запчастини стали потужним дже-



Рис. 1-3

релом натхнення для всіх людей, пов'язаних з мистецтвом. Оскільки одяг є відображенням соціального та емоційного стану суспільства, то дизайнери не лишилися осторонь. Першим дизайнером, хто підхопив течію футуризму став Андре Курреж, створивший в 1964 році колекцію «Стиль космічного століття». На показі моделі були вдягнені в кристально-білі та срібні костюми чіткого геометричного крою, в білих високих чоботах без підборів (рис. 1). Така популяризація теми футуризму привернула увагу дизайнерів до яскравих синтетичних текстильних матеріалів і нехарактерних матеріалів для проектування одягу, таких як пластик, метал, силікон, уламки скла, каміння. Цей прийом в своїх колекціях використовував дизайнер Пако Рабан, що стало певним відкриттям, сильним поштовхом і прикладом для інших, що дизайнери не обмежені у виборі матеріалів і не має жодних кордонів (рис. 2). Певним переворотом стало введення А-силуету, вкорочення довжини сукні, і створення міні спідниці, змінилися стандарти моди і краси жіночого костюму. Відтепер в моду ввійшла струнка худенька дівчинка підліток з довгими оголеними ногами, така, як британська супер модель Твіггі (рис. 3). В цілому, футуризм як стиль не зник, а навпаки й далі продовжує розвиватися, бо людина завжди мріє про майбутнє і міркує, як його змінити або покращити. Це прагнення проявляється і має візуалізацію у всіх видах діяльності людини, особливо це стосується мистецтва.

В колекціях 2019 року відомі бренди також поміркували на тему майбутнього. Такі бренди, як Cristian Siriano, Courreges, Byblos Milano, Brandon Maxwell, Dior Homme використали у своїх колекціях геометричні членування, світловідбиваючі, сріблясті, білі матеріали та оздоблення, металеві, скляні та пластикові вставки, обтікаючі форми – все те, що відносить глядача до теми Space Age і футуризму (рис. 5, 6, 7).

Футуризм надихнув і нас на реалізацію фешн-зйомки в рамках завдання з дисципліни «Історія дизайну за профспрямуванням», в якому за головну



Рис. 4, 5, 6

мету ставилося поєднання різних стилей, розробка концепції зйомки і візуальне відтворення. Для завдання були обрані стилі футуризм та романтичний. Концепція зйомки – «Незалежна жінка майбутнього», яка знаходиться на одному рівні з чоловіком, приймає важливі рішення, не вимагаючи допомоги, але водночас залишаючись жіночною. На нашу думку, жінка може завоювати чоловіка не прикрашеною зовнішністю, а своїм природним шармом і сильним внутрішнім світом. Футуризм розкривається завдяки одягу, який був використаний для проекту: срібний плащ, взуття на високій плоскій підшві, дуже коротка зачіска моделі. Атласна срібна сукня одночасно відповідає двом стилям – романтичному і футуристичному.



Рис. 7, 8, 9

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ МИСТЕЦТВА АНТИЧНОСТІ ТА ВІДРОДЖЕННЯ

Слово репрезентація, яке було взято з латинської мови, існує в українській мові для конкретизації поняття, що воно виражає, бо в нашій мові можна знайти слова, які частково виражають думку, що виражає поняття репрезентація.

Репрезентація являє собою вираження одного об'єкта (людського ставлення, розуміння, почуттєвого наповнення людини) за засобом іншого методу, здебільше словесного. В ролі об'єкта, що описується, може бути що завгодно, предмет художнього мистецтва, музика, танці, театр, бізнес репрезентація і тощо.

Для дослідження феномена репрезентації будуть використані в якості матеріалу образотворче мистецтво, оскільки, по-перше, саме в ньому найкращим чином знаходить відображення проблема відтворення наявної інформації, що лежить в основі репрезентації - тут вона наочно реалізується за допомогою відносини між категоріями естетичного. По-друге, дослідження різних авторів образотворчого мистецтва має широкий простір для дослідження з точки зору історичного підґрунтя та можливості поділити на окремі стадії.

М. Ямпільський пише про класичну репрезентацію так: «Класична репрезентація - особлива форма представлення реальності. Вона заснована на заміщенні якогось об'єкта його ілюзійним зображенням. Відсутність зображуваного заміщається в ній ілюзією присутності. При цьому ілюзія майже ніколи не досягає такої інтенсивності, щоб буквально обдурити глядача чи читача. Ілюзія майже завжди не приховує того, що вона не володіє істинним буттям» [1].

Ілюзія присутності в класичній репрезентації виникає завдяки наслідуванню об'єкту, що репрезентується, створення його подоби - таким чином, класична репрезентація - це завжди мімезис (грец. «імітування»).

А.Ф. Лосев, розглядаючи естетичну концепцію Аристотеля, зазначає, що у нього, як і у Платона, значущим є момент співвідношення образу і предмета зображення, їх порівняння [3]. Твір не просто відтворює якийсь предмет, але встановлює відношення між образом і первообразом. Тобто образ не може бути самоцінним, він завжди сприймається в зв'язці з оригіналом.

Якщо робота майстра в античності полягає в чисто умоглядному контакті, що виключає будь-які відчуття, з областю ідей і створення на його основі образу, довершує творіння природи, то художник епохи Відродження вбачає ідеальні сутності за допомогою чуттєвого сприйняття дійсності. Ідея стає іманентною - вона може перебувати в душі художника-творця.

Проте, не можна сказати, що ренесансна естетика повністю переносить акт творчості в свідомість художника - для того, щоб виникли внутрішні уявлення, образи, необхідно споглядання предметів зовнішньої дійсності. Наслідування природі необхідно, щоб розвинути у художника здатність уяви, яка формується при взаємодії чуттєвих вражень і інтелектуальних, ідеальних конструктів.

В кінцевому підсумку художник створює малюнок-ідею, покладаючись не стільки на природні образи, скільки на осяяння, прозріння, - зазначає М. Ямпольській [1]. Художник застосовує композицію для побудови зображення, а також ілюзійністичні прийоми пов'язані з обрисами і світловими переходами, - їх немає в природі, але вони необхідні, щоб через образ просвічував прообраз, який з'явився творцеві.

На підставі зіставлення двох типів творчості: античного і ренесансного, можна говорити про те, що розуміння ідеального різні для даних епох. В античному розумінні справжнє мистецтво - це майстерність, пов'язане з укоріненням о в дійсну природу. Ренесансна концепція в свою чергу передбачає, що ідеальний зміст потенційно закладений в душі художника і в розмінні ім реального світу, воно перебуває в речах і свідомості, творчість же пов'язане з активною діяльністю самого суб'єкта. Тут творить не ідея - творить художник.

Таким чином, відмінність ренесансної концепції від античної полягає в тому, що майстер, керований ідеєю, перетворюється в художника, коли створює її неподібні зображення та коли він, здійснює збирання і обробку ідеальних підстав, закладених в світі і в ньому самому, і, керований здатністю уяви, творить нові ідеальні образи. П. Флоренський пише, що для античного і середньовічної людини головною цінністю є прийняття, визнання та утвердження реальності - як буття. У свою чергу людина епохи Відродження, стає суб'єктом і прагне до утвердження власного бачення світу, схильний до створення подоб, які замістили б реальність [4].

Список літератури:

1. Ямпольский М. Ткач и визионер: Очерки истории репрезентации, или О материальном и идеальном в культуре. - М., 2007. С. 5.
2. Краусс Р. Во имя Пикассо // Краусс Р. Подлинность авангарда и другие модернистские мифы. - М., 2003. С. 42.
3. Лосев А.Ф. История античной эстетики. Аристотель и поздняя классика. - М., 1975. С. 460.
4. Флоренский П.А. Обратная перспектива. //Сочинения. В 4 т. Т. 3(1). - М., 1999. С. 76. 2 Там же. С. 60.

.., 1 . . . « »

. : . . . ,

АРТ-ТЕРАПІЯ – ЛІКУВАННЯ МИСТЕЦТВОМ

Арт-терапія вже давно вийшла за межі кабінету медика-психотерапевта, або лікаря-реабілітолога. Сьогодні напрям арт-терапії використовується в роботі з дітьми та дорослими, як спосіб боротьби з тривогою, хвилюваннями та стресом.

Арт-терапія — метод психологічної корекції, в основі якого використовуються мистецтво і творчість, а точніше — уособлення. Таким чином людина, що вибрала арт-терапію, в процесі сесії переносить свою внутрішню проблему на будь-який матеріал — пластилін, глину, аркуші,

висловлює метафору в образі, розмальовуючи її, конкретизуючи, розповідає свою історію. Вся річ у тому, що в нашому несвідомому інформація міститься у вигляді символів, образів, які мають певну емоційну наповненість. Для того щоб вирішити ту чи іншу психологічну проблему цим методом, необхідно знайти і створити такий образ, вивести його на усвідомлений рівень, опрацювати пов'язані з ним емоції та звільнитися від негативних спогадів.

Перед заняттями арт-терапії відбувається знайомство з людиною, збір інформації, формування більш точного запиту на терапію, визначення стратегії роботи. Перші 10-15 хвилин кожного слід виявити проблему, над якою буде проводитися робота і результат, який клієнт в результаті хоче отримати. І після цього виконуються одна-дві вправи, вибір якої залежить від конкретного запиту та етапу роботи. Як і будь-яка психотерапія, арт-терапія буває короткостроковою: 10-30 сесій і довгостроковою: від 30 сесій і до кількох років. При короткостроковій — проводиться робота над однією обраною проблемою. А при довгостроковій — цілей може бути багато.

Такі заняття діагностує стан людини, надають лікувальну дію і приносить глибоке позитивне «відчуття себе». Арт-терапія сприяє розвитку емоційного інтелекту та способів емоціональної саморегуляції, креативності та гнучкості у розв'язання різних питань, поліпшення навички присутності «тут і зараз», балансу між правим і лівим півкулею. Не завжди вистачає слів, щоб висловити свої почуття або описати ситуацію. Малюнок, образи, колір допомагають безпечно виразити себе. У цьому цілювальний ефект арт-терапії — відокремити проблему від себе і подивитися на неї з боку.

В арт-терапії роботи не оцінюються і не порівнюються. Це важливий момент. Дорослій людині важко зважитися на самовираження і його потрібно підтримати, коли він зробив перший крок і зважився на терапію. Завдання терапевта в тому, щоб створити таку ситуацію, в якій людина сама може зрозуміти сенс своїх проблем і знайти шлях виходу з них, по-новому поглянути на проблему.

Безперечно, навіть у час розвиненої медицини неможливо впоратися з проблемою тільки традиційним лікуванням. Підходити до розв'язання проблем необхідно інтегрально, адже тіло невіддільне від душі, а душа від тіла. Арт-терапія — це, перш за все, інтегральні ліки, без обмежень у віці та побічних ефектів. Використовуючи знання суміжних наук як доповнення до творчого процесу арт-терапія поступово займе гідне місце серед інших терапевтичних методів.

Література:

1. Арт-терапія - нові горизонти / За ред. А.І. Копитіна. - М.: Когіто-Центр, 2006. - 336с.
2. Бетенські М. Що ти бачиш? Нові методи арт-терапії [Текст] / М. Бетенські; Пер. з англ.М. Злотник. - М.: Изд-во ЕКСМО-Прес, 2002. - 256 с.
3. Назарова Л.Д. Фольклорна арт-терапія [Текст] / Л.Д. Назарова. - СПб.: Мова, 2002. - 240 с.
4. Дженнінгс С. Сні, маски та образи. Практикум з арт-терапії [Текст] / С. Дженнінгс, А. Мінді; Пер. з англ.І. Дінерштейн. - М.: Ексмо, 2003. - 384 с.

.., 4 , . « »,

ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ ТА ПРИЙОМІВ В СТОП-МОУШН АНІМАЦІЇ

Стоп-моушн (stop-motion animation) — це метод, який використовується в анімації, щоб «оживити» статичні об'єкти і персонажі на екрані. Це досягається переміщенням об'єкта з кроком в частки секунди при зйомці кадру за кожен крок. Стоп-моушн дозволяє робити анімацію з частотою кадрів від двох за секунду до, як правило, двадцяти чотирьох. Коли всі кадри відтворюються послідовно, виникає рух [5]. Пластилінові фігури, ляльки та мініатюри часто використовуються в анімації, оскільки вони можуть легко оброблятися і переміщатися. Для створення стоп-моушн зараз існують спеціалізовані комп'ютерні програми, такі як і StopMotoin, Dragon Frame / Dragon Stop Motion, StopMotion Pro. Ці програми дозволяють одразу бачити зображення на комп'ютері через камеру і мають ряд налаштувань і функцій, які допомагають стежити за послідовністю кадрів, порівнювати їх і т. ін. Існує багато видів стоп-моушн анімації: лялькова, пластилінова, перекладна, живопис по склу, техніка порошку, голчастий екран, безкамерна анімація, пікселяція [1].

На початку 21 століття була зроблена знахідка, за якою з'ясувалося, що перший в світі ляльковий мультфільм був створений хореографом Олександром Ширяєвим, «Жарт Арлекіна» в 1909 році. Цілком можливо вважати цей рік роком народження анімації [2]. Далі створювалися книги, за якими можна було навчитися всім методам, що використовувалися у пластиліновій покадровій анімації. Одна з книг — це книга аніматора Мелвіна Тернана „Stop Motion Animation: How to Make and Share Creative Videos”. В розділі Secrets of Clay Animation Revealed (Методи пластилінової анімації) автор розповідає про всі методи з пластиліном від початку і до кінця [3].

Використання нетрадиційних матеріалів і прийомів в стоп-моушн анімації часто додає роботам відтінки іновативності та незмінно викликає зацікавленість у глядача. Таким чином, дослідження цих можливостей в даному виді творчості є актуальним, оскільки колись новаторські прийоми в анімації стали вже звичними в наш час, а інноваційні матеріали, які в ній застосовувалися — традиційними.

Робота фотохудожниці Ольги Володіної „Stop Motion Vagabond Soul”, 2014 року розповідає про тотемних тварин стародавніх рас на території сучасної Бразилії [12]. Племена амазонок вважали, що шаман може увійти у світ, де він може зустрітися з ними. Ягуар і пантера вважалися найсильнішими і найжорстокішими. Це були племена перевертнів, які використовували спеціальні ритуали і магію для перетворення в цих звірів для полювання. Цю легенду відтворює ролик, виконаний за допомогою техніки бодіпейнтингу (розпис по тілу). У поданні алегорії, індивідуальність людини відступає на користь надмірності атрибутів, які роблять її пізнаваною. Ці фігури, нагадують стилістичне рококо-ню картин Ватто, Фрагонара і Буше, що вперше ілюстрували боді-арт.

У роботі 2015 року „Metamorphosis” цього ж автора також використовується символізм слабкої людської свідомості, на яку впливають засоби масової інформації, лицемірства сучасного суспільства, витрати дорогоцінного часу життя на надмірне споживання [9]. Чорні та білі кольори використовуються, щоб підкреслити межу між добром і злом, на якій людство балансує. Тіла в бинтах символізують хворе людство, ослаблене забобонами і страхами, вразливе для різних маніпуляцій. У своїх роликах автор використовує людину як живу ляльку. Такий вид стоп-моушн анімації називається піксіляція [4]. Основний посыл роботи доноситься шляхом гармонійної взаємодії фарб і різних матеріалів з тілом людини. Проаналізувавши ці дві роботи, можна зробити висновок, що застосування матеріалів, що розкриває емоції і почуття, захоплює глядача, заставляє його замислитись над проблемою.

Анімація „Health” художниці і продюсера з США Хейлі Морріс (Hayley Morris) була створена у 2010 році до 57-ої річниці рекламної ради США [8]. Автор розповідає, що їжа впливає на наш настрій, фізичне, психологічне і духовне здоров'я: «Ми є те, що ми їмо». Але сучасне суспільство вважає за краще їсти Junk Food, дослівно «їжу-мотлох». Більш того, прийом їжі відбувається, як правило, в неправильний час і в поспіху. Анімаційний ролик ілюструє, як завдяки правильному харчуванню можна поліпшити своє життя в усіх відношеннях. Технологічним прийомом даного ролика є пластилінова анімація. Нетрадиційність цієї роботи полягає в тому, що вона виконана за допомогою малювання пластиліном на картоні. Пластилін дозволяє найбільш точно передати трансформацію тіла людини в залежності, в даному прикладі, від їжі, яку вона вживає. Таким чином, обраний матеріал підсилює зміст ролика. Локації виконані з паперу. Легка і ненав'язлива паперова анімація доповнює основну композицію.

У ролик 2008 року „Undone” тієї ж авторки розповідається про рибачка, який намагається зловити на гачок різні предмети [13]. Ролик є гострою метафорою наслідків хвороби Альцгеймера, від якої постраждав дідусь автора. Анімація виконана в техніці стоп-моушн з використанням різних матеріалів і текстур (тканина, нитки, папір, пластилін, дріт і т. ін.). «Ручне моделювання елементів ляльок і декорацій працює не тільки як естетична новинка, але і як уявлення про характер зображуваних предметів, допомагаючи темі ностальгії і втрати», — коментує Хейлі Морріс [6].

В анімаційному ролик „Somewhere” (Ailleurs) 2017 року аніматор із міста Мело Мелоді Буліссєр (Mélody Bouloussièr) розповідає про втому від сучасного цифрового світу [11]. Головний герой в дощову ніч ховається в своїй квартирі. Він загубився в онлайн-шопінгу, поглинений різноманіттям опцій і спливаючою рекламою, так званими зручностями і технологіями, які, так чи інакше, призводять до відрази і відчуження. Чоловік наважується поїхати у подорож подалі від гаджетів. Коли він, нарешті, залишає своє місто і досягає нового місця призначення, він зітхає з полегшенням. Але він іде ще далі. Ролик виконаний з використанням фарб, фотографій і відеозйомки пейзажів. Можна сказати, що поєднання фігур, намальованих широкими мазками фарби на склі, з реальними зображеннями, вирізаними з паперу, створює своєрідний контраст текстур в композиції фільму.

Фільм „SOLIPSIST” кінорежисера Ендрю Томаса Хуанга (Лос-Анджелес) 2012 року представляє собою барвистий експеримент із занурення у філософські сфери розуму соліпсїста [10]. Це чисто візуальний фільм, побудований на ідеї конвергенції людини із живими істотами. Назва походить від філософської теорії соліпсизму, в якій «я» — це єдине, що можна знати чи довести, що воно існує», — розповідає автор [7]. Ми бачимо історію про загадкових істот з іншого світу. Фільм складається з трьох частин експериментальної фантазії, кожна з яких має незвичайних персонажів, що візуально сходяться один з одним сюрреалістичним способом. Візуальні ефекти, надзвичайні складні костюми, підводні маріонетки, розум і тіло зливаються в єдине ціле. Фільм не є розповідальними, він чисто візуальний, призначений для подорожі глядачів через гіпнотичний сон. Він виконаний із застосуванням великої кількості різних матеріалів, таких як фарби, нитки, тканини, пісок, вода. Технологічний прийом — фото та відеозйомка із застосуванням 3D анімації. «Моя мета — створити надзвичайно барвистий і грайливий за своїми матеріалами фільм з акцентом на практичні спецефекти, костюми і ляльковий театр», — коментує Ендрю Хуанг [6].

Підводячи підсумки, можна сказати, що стоп-моушн — це техніка, що дозволяє маніпулювати будь-якими об'єктами і комбінувати різні матеріали, створюючи унікальні і, часом, несподівані результати. Це найстаріша техніка ефектів в кіно і на телебаченні, але не дивлячись на свій вік це більш стилістично вивірений спосіб анімації, що найбільш запам'ятовується. Останнім часом Інтернет і телебачення рясніють роликами із застосуванням стоп-моушн, який активно залучається до розповідання історій. Вони апелюють як до наших почуттів, так і до розуму, і дозволяють транслювати великі, багатшарові сенси самої різномірної аудиторії. Використання нетрадиційних матеріалів в анімації допомагає знайти нові форми і прийоми для візуалізації задуму автора.

Список використаної літератури:

1. Василькова О. Анімація. Електронна стаття. URL: http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/teatr_i_kino/ANIMATSIYA.html?page=0,0
2. Історія мультиплікації / Матеріал з вікіпедії. URL: <https://wikimultia.org/wiki/>
3. Мелвін Тернан, Stop Motion Animation: How to Make and Share Creative Videos : уч. посібник : Книга, 2013. 300 с.
4. Піксіляція / Матеріал з вікіпедії. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Pixilation>
5. Сей – Хай, Как создать stop-motion анимацию
6. Hayley Morris | Shape & Shadow. URL: <https://vimeo.com/hayleymorris>
7. SOLIPSIST — an experimental fantasy film. URL: <https://www.kickstarter.com/projects/570714959/solipsist-an-experimental-fantasy-film>

Джерела:

8. Health, 2010 p. : <https://vimeo.com/17644530>;
9. Metamorphosis, 2015 p. : <https://vimeo.com/167997067>;
10. SOLIPSIST, 2012 p. : <https://vimeo.com/37848135>;
11. Somewhere (Ailleurs) 2017 p. : <https://vimeo.com/295112993>;
12. Stop Motion Vagabond Soul, 2014 p. : <https://vimeo.com/100778327>;
13. Undone 2008 p. : <https://vimeo.com/9843182>.

ПОСТАТЬ МАРКІЗИ ЛУЇЗИ КАЗАТІ ЯК ДЖЕРЕЛО НАТХНЕННЯ В ФЕШН ІНДУСТРІЇ

Народилася Луїза 23 січня 1881 року, дитинство провела в Мілані. У підлітковому віці втратила батьків, ставши з сестрою найбагатшими спадкоємицями Італії. У 1900 році Луїза вийшла заміж за Камілло Казаті Стампа ді Сончіно та отримала титул маркіза ді Рома, народила йому доньку. Після цього подружжя жило окремо з 1914, розлучення оформили лише через десять років. У 1910-у маркіза оселилася в особняку Венґеро на Великому Каналі у Венеції.

Впродовж трьох десятиліть маркіза Казаті була однією з ключових осіб європейського суспільства, обраного кола письменників, художників, акторів. Вона подорожувала світом, збирала екзотичних тварин і шокувала венеціанців прогулянками з двома гепардами і живими зміями замість прикрас. Вдома в неї також жили олені-альбіноси та павичі. Луїза влаштовувала бали прямо на площі Сан-Марко, про що свідчать збережені світлини. Була відомим меценатом, підтримувала Філіппо Томмазо Марінетті, Альберто Мартіні, Джованні Болдіні, Артура Рубінштейна і багатьох інших діячів мистецтва. Їй присвячено понад 130 портретів.

В ті роки в моді були східні мотиви не тільки в інтер'єрі, одязі, танці, а і як сам стиль життя. Проводилися чисельні костюмовані вечірки у східному стилі. Серед найвідоміших персон, які влаштовували їх, були Поль Пуаре і Луїза Казаті. Пуаре на той час був найвідомішим модельєром, він вдягав Луїзу Казаті у свої наряди, вона була іконою стилю тих часів. Серед найвідоміших суконь, створених Пуаре для Казаті, була сукня "фонтан", яка за своїм формоутворенням дійсно схожа на фонтан. Також серед тих, хто створював її вбрання: Пабло Пікассо, Маріано Фортуні, Ельза Скьяпареллі, Леон Бакст.

Маркізі був притаманний дещо авангардний образ, через виразність якого дизайнери мають змогу черпати натхнення і по сей день. За її світлинами та численними портретами можна вивчати історію західноєвропейського костюма початку двадцятого століття. Її образи відтворені у колекціях дизайнерів Джона Гальяно, Тома Форда, Карла Лагерфельда, Джорджіо Армані, Альберта Ферретті, Дріс Ван Нотен.

Колекція Джона Гальяно для модного будинку Dior haute couture spring-summer 1998 року була представлена у театралізованій постановці, яка передавала атмосферу видовищності костюмованих вечірок початку ХХ століття (Рис.1). Контекст в цьому випадку відіграв важливу роль - локацією було обрано дім опери у Парижі. Образи моделей відроджували образ маркізи, що читалося у їх особливому погляді, вони ніби явилися із потустороннього світу. Також була передана любов Казаті щодо часті зміни кольору волосся, у багатьох моделях його колір був вогняно-рудий, як на відомому портреті Луїзи, створеному Огастесом Едвіном Джоном. Гальяно відтворив декілька суконь Пуаре (Рис.2), які мали особливий крій звужений до низу, що змінювало жіночу ходу, зменшуючи довжину кроку. Також джерелом натхнення дизайнера слугував балет Дягілева.



Рис. 1



Рис. 2

Ще одним прикладом натхнення маркізою є круїзна колекція Chanel 2010 року під керівництвом Карла Лагерфельда (Рис.3). Макіяж та зачіски точно повторювали образи Казаті. Накидки та шляпи пляжного призначення відтворювали один із фотопортретів Казаті з трикутним капелюхом. Також в колекції відображено значимі та впізнавані елементи костюму 20-х років ХХ століття: тільняшка, введена у жіночий костюм самою Коко Шанель та елементи із светра дизайну Ельзи Скьяпареллі (Рис. 4).

Рис. 3



Рис. 4

Для колекції Alberta Ferretti Limited Edition spring-summer 2016 музою також обрано Казаті (Рис. 5). В колекції було відображено темну фатальну сторону об'єкту натхнення. «Що подобається мені в маркізі, так її неспинний вільний дух і модерна привабливість, - сказала Феретті - Вона жила у Венеції, чия атмосфера відповідала вимогам своєю таємничою чарівністю». В цій колекції було перероблено аристократичну, дещо дивакувату естетику, та надано нове сучасне бачення. Жіночність не підвладна часу, тому шовк, хутра, мережива і жаккард ніколи не виходять з моди. Анімалістичні принти на тканинах, як відображення любові до екзотичних тварин героїні. Елегантний, витончений силует притаманний, 20-им рокам ХХ сторіччя, з сучасним членуванням, відповідним до тенденцій дизайну одягу. Не випадково обрано було саме Венецію для зйомки відео кампейну.



Рис. 5



Рис. 6

DriesVan Noten fall 2016 ready-to-wear (Рис. 6,7), тематикою було обрано відображення любовної історії д'Анунціо та Казаті, про яку поет відгукувався так: “Єдина жінка, яка здатна здивувати мене”, а в його житті їх було чимало. В цій колекції в одній із моделей чітко видно референс у вигляді портрету Луїзи Казаті, написаного Ігнасіо Зулуога Забелата 1923 року. Читаються мотиви костюма “Королева ночі” створеного Леоном Бакстом (Рис. 7).



Рис. 7



Рис. 8

Аналізуючи, ми бачимо відображення й постаті любовника маркизи - поета Габрієля д'Анунціо, зображеного на портретах і рисунках художників, світлинах с костюмованих балів, та повсякдення. Це відображено у деталях, крою жакетів, накидках, оздобленні. І в цілому передано декадентський стиль життя.

Також Казаті надихалися стилісти і фотографи сучасності. Серед яких Тім Волкер, йому вдалося надзвичайно передати атмосферу, характерні маркизі риси, долю містицизму, яку відчуваєш через її світлини, що відобразилося у зйомці для Vogue Italia 2015 року (Рис. 8). В її образи перевтілювалися такі



Рис. 9



Рис. 10, 11

впливові жінки, як Тільда Суїнтон в зйомці для журналу Аспе Рарет (Рис. 9); Карін Ройтфельд, яку в цьому амплуа фотографував Карл Лагерфельд.

Надихнутися образом маркизи Луїзи Казатті вирішили і ми в рамках завдання «Створення образу в стилі епохи» з дисципліни «Історія дизайну за профспрямуванням». Головна героїня фотосесії, як і сама Луїза Казатті, рокова жінка, яка знає свою цінність. Сюжет розвивається від більш стриманих образів, та завершується близьким до театрального. Останній відображає її любов до театралізованих вечірок і перекликається із костюмами балету Дягілева (Рис.10).

Рис. 12, 13



му зашифрований сенс: сон під час дня та затьмарення свідомості (Рис.11). Знімки із пустою пташиною кліткою відображають любов до екзотичних тварин, які з банкрутством було не сила утримувати. А золота клітка - спогад-метафора (Рис. 13), що символізує те, наскільки легко втратити все. Образ із чорною вуаллю — реквієм по невдалому особистому життю (Рис.12).

• „4”
:

ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ, ПОВ'ЯЗАНІ ЗІ СТВОРЕННЯМ ОДЯГУ

Передумовою до створення надмірної кількості одягу є технологічна революція, а з нею прискорення виробництва. Прогрес хімічної промисловості привів до винайдення нових дешевих матеріалів. Останні десятиріччя до цього додалася проблематика fast-fashion моделі, як наслідок наявності не тільки лиш сезонних показів мод, а й pre-fall (передсезонних), croûise (круїзних); що у сумі виходить 6 колекцій на рік. Причиною переходу до системи fast-fashion є зміна бізнес-моделі в модній індустрії, бо магазини вважають за краще закуповувати нові колекції невеликими партіями, але часто. Це багато в чому пов'язано з тим, що ритейлери не хочуть проводити постійні інвентаризації і робити уцінку на ті речі, які погано продаються. Проблему посилюють постійні знижки і розпродажі, оскільки речі викидаються до того, як вони зносилися.

За останні 15 років кількість вироблюваного одягу у світі збільшилася у двічі, а до 2050 року, за прогнозами фахівців, збільшиться втричі. Але з цієї величезної кількості одягу переробляється тільки 1% [2]. Середня тривалість життя одиниці одягу складає 3 роки, з тенденціями швидкої моди воно значною мірою скоротилося [1]. Як наслідок, щорічно текстильна індустрія

споживає 132 млн. тонн вугілля і від 6 до 9 трильйонів літрів води, а 60 із понад 100 мільярдів предметів одягу, який випускається щорічно, люди викидають впродовж року після купівлі [1]. Деякі вироби викидаються навіть після разового використання або ніколи не носяться взагалі перед тим, як бути викинутими. Це негативно впливає на довкілля. Модна індустрія посідає 2 місце після нафтяної за рівнем забруднення атмосфери вуглекислим газом. Це спричинено тим, що найбільші виробництва розташовані у країнах з низьким рівнем життя та дешевою робочою силою. Через те, що ці країни мало розвинуті, електроенергія для фабрик виробляється шляхом спалення вугілля. Також одним із недоліків є те що виробництва розташовані у віддаленні від місця реалізації і потрібен великий обсяг пального на транспортизацію. Видання The Guardian проаналізувало, що це завдає більше шкоди, ніж викиди від міжнародних перельотів (включаючи перельоти сервісів доставки). В 2015 році рівень вироблюваного модною індустрією вуглецю складав усього 2% від його загальної маси в атмосфері. Згідно прогнозів експертів, цей показник до 2050 року становитиме 26%. Згідно з дослідженням, проведеним благодійним фондом Еллен Маккартур, щороку виробництво одягу призводить до викидів в атмосферу близько 1,2 мільярда тонн вуглецю, що становить 10%. Маса текстильних відходів та низька заробітна плата у працівників легкої промисловості - доповнюють список проблем, які виникають в останні десятиліття. Ще однією проблемою є те що виробництво одягу займає другу позицію по забрудненню води, після промислового виробництва.

Свідомі дизайнери не викидають бездумно міжлекальні залишки, а замислюються, чи можна знайти їм нове застосування. Прикладом є кутюрна колекція Victor and Rolf «Vagabond», створена на основі залишків тканин. Також вони проєктують одяг, дотримуючись концепції zero waste, коли при розкрої міжлекальні залишки відсутні. «Всесвітньовідомі бренди одягу, що входять до конгломерату високої моди викидають у середньому 15 від % від матеріалів використаних для виробництва». [5]

Споживач також спроможний зробити внесок у вирішення проблеми подальшого використання уживаних речей, прикладом чого є апсайклінг і фрисайклінг.

Апсайклінг (від англ. «upcycling»: буквальный переклад - «ширше застосування») - це не перероблення сміття, а вторинне використання речей зі створенням для них нового функціоналу. Основою для апсайклінгу можуть слугувати як речі, що були придбані споживачем, так і речі, які не були у вжитку та пропадають даремно. Апсайклінг - це по суті своїй нескінченний круг «переродження» речі. Чим більше циклів використання зможе пройти предмет перш, ніж стати сміттям, тим краще.

Фрисайклінг (або культура обміну) має просту суть: віддавати іншим не потрібні речі, користуватися уживаними.

Фонд Еллен Маккартур у 2017 заснував ініціативу «Make Fashion Circular», суть якої полягає у тому, щоб створити кругову модель економіки, у якій одяг матиме більш, ніж одне життя. До ініціативи залишати матеріали у використанні приєдналися такі бренди як: Burberry, Gap Inc., H&M, HSBC, NIKE



Inc., and Stella McCartney. В 2018 році було проведено Саміт Копенгагенської Моди «Circular Fibres Initiative». На ньому було запропоновано змінити підхід до виробництва, проектування одягу і подальшого вживання одягу. Згідно словам історика моди Зої Звіняцьківської, бренд H&M був звинувачений у двоякості після оприлюднення журналістського розслідування, у ході якого було відвідано склади, завалені одягом наданим покупцями бренду для подальшої утилізації чи перероблювання. Як наслідок, бренд визнав, що не в змозі переробити таку кількість одягу через недосконалість технологій перероблення.

Продовжуючи тему використання вичерпних ресурсів ми можемо розглянути предмет одягу, присутній у гардеробі майже кожної людини. На стадію виробництва пари джинсів необхідно витратити близько 42 літрів води. Світовий лідер з виробництва джинсів, компанія Levi Strauss, вирішила внести корінні зміни у виробничий процес, які дозволять заощадити близько 16 мільйонів літрів води за один рік. Ця ініціатива переросла в цілу колекцію під назвою «Water». Також компанія Levi Strauss внесла свій вклад у вирішення проблеми нестачі питної води. Вона надає 200 мільйонів літрів води людям зі всього світу, які її гостро потребують через благодійний фонд Water.org, що переймається цією проблемою. У 2018 році було забезпечено 16 мільйонів чоловік доступом до безпечної води і санітарії.

Цього року дизайнер однойменного бренду Stella McCartney присвятила осінню колекцію на сезон осінь-зима проблемам екології, зокрема програмі порятунку екосистеми Лейзер - унікальних тропічних лісів в Індонезії площею 2,6 мільйона гектарів. У рамках проекту гостей показу попросили присвятити комусь зі своїх знайомих висаджене дерево і передати цю ініціативу по ланцюжку, тим самим в котрий раз підтверджуючи, що

усвідомлена позиція щодо дизайну одягу є не лише піар ходом, а насамперед відповідальне ставлення до екології. Що стосується самого одягу, дизайнер зробила ставку на відповідальне споживання і порятунку довкілля. Вона категорично проти використання натурального хутра і шкіри у виробництві одягу. Цього сезону звернулася до тематики апсайклингу. Старі футболки були перетворені на сукні (Рис. 1). Моделі носили тимчасові тату з написами «дій», «люби» і «змінюй», що закликають до активних дій (Рис. 2).

Список літератури:

1. Environmental Protection Agency (EPA) <http://www.epa.gov/osw/conserva/materials/textiles.htm>.
2. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/our-work/activities/make-fashion-circular>.
3. <http://store.levi.com/waterless/index.html>
4. <https://water.org/>
5. EcoFashionTalk.com

.., 1

ІННОВАЦІЇ В ЗАБАРВЛЕННІ ОДЯГУ

Елемент таблиці Менделєєва як модне «ноу-хау».

Ми живимо у такий час, коли дуже важко дизайнерам одягу здивувати розбещену модну публіку. Здається, що вже всі фактури, принти, кольори, ідеї використані, що вони існують вже тисячу років і просто неможливо вигадати щось надзвичайне. Але завжди є «але».

Разом з технічним прогресом йде «нога в ногу» і модна індустрія. Зараз дизайнери докладають дуже багато зусиль по розробці одягу з додатковими можливостями. І хотілося б розібратися, яку роль може зіграти хімія, як додаток до фешен-розробок. І чому елемент таблиці Менделєєва – хром, завдяки Лоурен Боукер (рис.1) та її компанії The Unseen (в перекладі – невидиме), примусив про себе заговорити та розбурхав всю модну індустрію.



Назва елемента походить від грец. Χρῶμα, що означає кольоровий, оскільки багато його сполук інтенсивно забарвлені. У вільному вигляді хром – це сталеве-сірий, блискучий та крихкий метал з кубічною об'ємно-центрованою граткою (рис.2). Сполуки мають колір від брудно-лілового до зеленого, а в реакції оксида хрому з лугом - на повітрі розплав набуває жовтого забарвлення. Зі зменшенням рН, тобто зі збільшенням кислотнос-

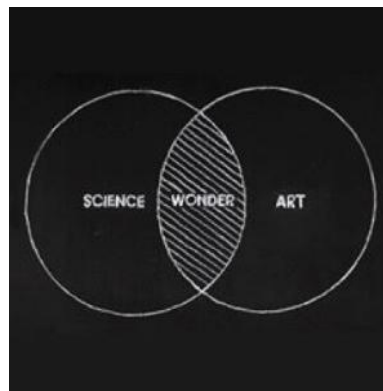
Рис. 1

Рис. 2, 3

ті, оксид хрому міняє забарвлення з жовтого на помаранчеве. Більш за все використовують хром у металургійній промисловості, тому що він запобігає дифузії кисню в матеріал та виникненню іржі, має жароміцні, кислототривкі властивості. Сполуки застосовують як фарби, окисники, дубильні речовини, протрави при фарбуванні. В організмі людини позитивно впливає на процеси кровотворення, а також бере участь у процесі травлення.

Тож за рахунок чого хром набув такої популярності і що зробила Лоурен? Виділивши токсичні елементи, вона почала використовувати хром, як барвник для тканин та волосся з різною інтенсивністю розподілу елемента на них, а тому і різною забарвленістю (рис.3). Завдяки непомітному впливу повітря, кольорова гамма на речах під час першого показу дизайнерки в Лондоні швидко змінювалась, тож вразила публіку буквально за лічені хвилини та стала справжньою сенсацією в модній індустрії.

Початок розробки та використання чорнил, які реагують на забруднення повітря, реагують на вологу та тертя, припадає ще на студентські роки Лоурен. Себе вона вважає більше алхіміком, ніж дизайнером (рис.4). Але все ж таки її колекції мають неабиякий попит. В своєму



♥ 💬 🚩

Нравится: 565

theunseenchemist Always wonder> explore>question>ask>learn create>make>fail>cry>get up>go again>repeat>succeed.

Рис. 4



Рис. 5

профілі Instagram дівчина ділиться деякими секретами. Футболки, забарвлені за її методами, виглядають ніби звичайними, але як тільки змінюється рН повітря – змінюється і колір речей. Зараз Лоурен активно презентує краску для волосся, завдяки якій волосся відбиває усіма нам знайомими кольорами і легко

змінюється з чорного на білий, з чорного на червоний, з сріблястого на блакитний і з чорного в жовтий (рис.5). Ця інноваційна фарба та одяг зовсім не шкідливі. Навпаки, завдяки співробітництву дизайнерки з фірмою Swarovski з'явився неймовірний шкіряний капелюх, який реагує на мозкову активність людини, змінює колір, тим самим відображаючи емоційний стан (рис.6). Тобто його можливо використовувати в медицині, наприклад при лікуванні депресій.

Лоурен розробила цілу лінійку барвників, що змінюють свій колір в різних температурних діапазонах. Пігменти реагують на перепади температури тіла людини або ж на перехід між кімнатною і вуличною температурою. Найкраще те, що Лоурен не планує зупинятися. Вона вже зробила вагомий внесок в науку, але це, напевно, не остання її розробка.



Рис. 6

ВПЛИВ ІНСТАГРАМ НА ЗМІНИ ЛОГО У ФЕШН-БРЕНДІВ

У грудні 2018го року видання The Fashion Law звернуло увагу читачів, що після ребрендингу проведеного великими модними будинками та марками, їх логотипи стають схожі один на одного.

Як стверджує експерт з графічного дизайну і професор Грегоріо Погетті «99% логотипів брендів - чорний текст на білому фоні». Погетті пояснює це тим, що головне прагнення брендів - зробити свій логотип помітним і розбірливим на екранах смартфона і в публікаціях в Інстаграм. Тому вони відмовляються від складних елементів, засічок і також прагнуть до «чистого логотипу з естетичним шрифтом і без суєти»[1].

В той же час німецьке видання StyleZeitgeist називає це стадним ефектом: «Тиранія Helvetica (сімейство шрифтів без зарубок) йде слідом за тиранією Інстаграма і маленьких екранів. Ось так і зароджується стадний ефект, коли всі дивляться на одні і ті ж візуальні складові. Ви можете простежити таке ж і у мільярдів брендів - коли єдина інструкція по дизайну, це розбірливість на маленьких екранах»[2].

З іншого ж боку, бренди постійно потрапляють в пастку умовностей, формальних правил і кліше. В результаті аналізу закономірностей у використанні шрифту Helvetica, було виявлено, що всі шрифти в логотипах світових загальновідомих брендів які умовно діляться на два види: побудовані на базі Helvetica і решта. До першої можна віднести: McDonalds, Nestle, Energizer, Muji, American Apparel, Toyota, Skype. Частіше за все, шрифт використовується не в чистому вигляді. Дизайнери акцентують внутрішні ритми того чи іншого слова, додаючи характерні елементи, але в графемі конкретного логотипу закладений цей поширений, всім знайомий шрифт.

Таке рішення обумовлене тим, що, по-перше, Helvetica - дуже збалансований шрифт, у нього майже ідеальне співвідношення «білого» (контрформи всередині букви і повітря навколо букв) і «чорного», завдяки чому практично всі слова латиницею, набрані цим шрифтом, здаються закінченими і красивими. Шрифт дуже гармонійний і при цьому нейтральний - саме це визначило його популярність.

При такому наборі характеристик Helvetica стає ідеальним шрифтом для логотипу дуже великої глобальної корпорації, чия місія - подібати всім. Глобальну компанію легко в чомусь звинуватити: нечесний бізнес, шкода для навколишнього середовища і так далі. Саме тому вона повинна виглядати «простим хлопцем» - без яскравих характерних особливостей, нейтрально, ефективно і акуратно.

Водночас, дизайн всіх вищезгаданих брендів, був створений в 60-70-і роки. В цей час Helvetica сприймався як найновіше і прогресивне віяння в шрифтовому дизайні. Використання цього шрифту було свого роду модою, хорошим тоном і дуже інноваційним кроком з точки зору корпоративного брендингу.

В епоху постмодернізму ці бренди з торгових марок перетворилися в love-brands, якими ми їх знаємо зараз. І логотип, створений півстоліття

тому, тепер є невід'ємним атрибутом улюбленого бренду. Зміна логотипу компанією такого масштабу - це серйозне рішення, яке повинно бути виправдано або оновленням стратегії бренду, або зміною його цінностей.

Зміни логотипів, що була визвана появою Інстаграм торкнулася не лише великих корпорацій, а й в свою чергу – фешн-брендів

Якщо на графіку часу відзначити три категорії: минуле, як вірність традиціям, сьогодення - це сучасний дизайн, і майбутнє, як гіпертрофована інноваційність, футуристичність - то фешн-бренди в даному випадку говорять про себе як про носія і хранителя древніх сімейних цінностей. Це дуже характерно для категорії *luxury*. Для брендів даної категорії характерно використання «історичних» шрифтів (антиква), зі своїми стилістичними особливостями і прикметами часу.

Наразі вони вже втрачають свою актуальність тому що, стали засобом, за допомогою якого дешеві бренди збільшують свою історичну цінність, привласнюють собі ту саму «історію» і традиції.

Середня точка на графіку часу - сучасність. Майже всі бренди хочуть в тій чи іншій мірі бути сучасними. Особливо це стосується тих, хто змінює позиціонування. Однак, повертаючись до початку, всі компанії, які намагаються виглядати сучасно - виглядають однаково. В основі їх логотипів лежить геометричний гротеск.

Та зміни логотипів брендів зумовлені не тільки обмеженнями форматів і пропускнуною спроможністю смартфонів. Напроти, коли існує два варіанти розвитку подій при ребрендингу: Гротескний варіант виглядає вдаліше, це хороший ребрендинг. І другий, коли старий логотип був краще нового, варто було б не слідувати моді, а спробувати інший варіант. То слід вибирати новий, який буде відповідати форматам сучасності.

Таким чином, не слід узагальнювати всі логотипи разом, кожен бренд – це унікальність, яка вже себе зарекомендувала. На одинці логотип виглядає стійко та впевнено, що і має бути головним критерієм його оцінки. Дизайнери акцентують внутрішні ритми того чи іншого логотипу, додаючи характерні елементи, але використовуючи лише одну графему. Саме це можна назвати унікальністю серед однаковості.

Література:

1. <http://www.thefashionlaw.com/home/the-most-lusted-after-logos-on-2018-are-?rq=Basically,%2099%25%20of%20logos>.
2. https://www.instagram.com/p/BrTr4A1HzPP/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=uy3u0jc3r9v0

... 1 ...
:

СУКНІ-ТРАНСФОРМЕРИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ТРЕНД СУЧАСНОЇ МОДИ

Якщо розглядати термін «трансформація», то найбільш поширеним визначенням даного поняття є наступне: «трансформація – це перетворення, зміна виду, форми, істотних властивостей чогось». В цілому, характеризуючи трансформований об'єкт, можна дати його визначення як матеріальної струк-

тури, здатної приймати ряд різних конструктивних і естетичних станів на основі змінення конструкції. Отже, одяг, який трансформується, являє собою рухливу матеріальну структуру (конструкторську і естетичну), що дозволяє їй перетворюватися в різні види виробів або істотно змінювати властивості даних виробів.

Сукня-трансформер - не тільки універсальний, але й ощадливий виріб. В першу чергу, за рахунок кількості варіантів носіння. Одна така сукня може замінити собою декілька. Окрім того, сукням-трансформерам властивий мінімалізм у декорі і матеріалах.

До видів суконь-трансформерів можна віднести універсальні, двохсторонні, пляжні сукні-трансформери та ін. Наприклад, універсальна сукня-трансформер трансформується у три або більше моделей. До того ж, деякі фасони трансформерів легко можна перетворити у спідницю або навіть у штани. Сукня-трансформер може мати і каптур, і рукава, і шлейф, і пояс. У двохсторонньому трансформері фасон виробу не змінюється, однак, його колір, стиль виконання та фактура може виглядати зовсім по-іншому. Щоб швидко перетворити таку сукню в іншу, її потрібно просто вивернути навиворіт. Сукню-трансформер можна накинути на плечі як парео, зав'язати як легкий літній сарафан, надягти замість стильної сукні-бандо або просто пов'язати навколо пояса або стегон, тим самим створивши пляжну спідницю (рис. 1).

Якщо розглядати тканини, які використовуються при пошитті сукні-трансформера, то велику увагу приділяють в основному трикотажним тканинам, таким як: масло, віскоза, джерсі, лайкра. Конкретну сировину вибирають, керуючись функціями, які буде покладено на майбутній виріб. Так, масло є трикотажним полотном, яке складається з поліестру, дозволяє гарантувати гарну посадку, ніколи не втрачає форму та довго не псується на відміну, наприклад, від трикотажу зі вмістом бавовни. З біластичного три-



Рис. 1



Рис. 2

котажного полотна шиються практично всі сукні-трансформери за напрямом Emami, Infinity, Melanie, PicaroPuck.

У цілому ж сукні-трансформери активно впроваджуються у моду сучасного світу. Сьогодні створенням трансформерів регулярно займаються такі дизайнери, як Hussein Chalayan (рис. 2), Yohji Yamamoto, Martin Margiela, Gareth Pugh та ін. Модні сукні-трансформери останніх сезонів можна знайти в колекціях Alexander McQueen, Elie Saab, Marchesa, Zuhair Murad, Bora Aksu, Ermanno Scervino. Чимало оригінальних моделей присутні у колекціях Burberry, Emanuel Ungaro, David Koma, Alexis Mabille, Elisabetta Franchi. Так, американська марка Rachel Roy представила виріб “чотири в одному”. Знімні деталі на блискавках дозволяють носити її, як пальто, жилет, сукню та жакет. Відомий американський дизайнер Donna Kagan давно створює речі-трансформери. Серед них відома маленька чорна сукня, яку можна носити десятьма способами (рис. 3). Фінська марка Jolier створила дві моделі суконь-трансформерів Emma&Coco, які змінюють свій зовнішній вигляд за допомогою кнопок. У моделі Emma міняються вид поділу та рукавів, а у моделі Coco міняються форма та довжина поділу і рукавів. Лондонська марка Butterby Nadia випустила смугасту сукню-трансформер, яку можна носити шістьма способами.

Таким чином, сукні-трансформери представляють собою інноваційний тренд сучасної моди, адже, по-перше, за своєю конструкцією вони відпо-

Рис. 3



відають теперішньому ритму та стилю життя, а, по-друге, створюються із використанням найбільш актуальних та екологічних технологій.

З ІСТОРІЇ РОЗВИТКУ ПЛАСТИЧНОЇ АНАТОМІЇ

У давнину цим не займалися і анатомію не вивчали, обмежуючись лише зовнішнім наглядом. Вивчення пропорцій, перші спроби зображення людини були в країнах Сходу та Єгипті. До нас дійшов Єгипетський канон (система пропорцій), за якими пропорційною вважалася фігура висотою в 19 середніх пальців руки.

Стародавні греки не піддавали трупи розтину, але вони володіли можливістю спостерігати голе тіло так часто і в такому різноманітті рухів, а їх творча думка була настільки допитлива, що твори їх мистецтва анатомічно майже бездоганні. Греки займалися вивченням пропорцій і встановили ряд канонів. Вплив на розвиток анатомії людини зробили вчені Стародавньої Греції.

Першим грецьким анатомом вважають лікаря і філософа Алкмеона Кротонського, який володів прекрасною технікою препарування. Видатний представниками грецької медицини та анатомії були Гіппократ, Аристотель, Герофил. Гіппократ (460-377 до н. е.) вчив, що основу будови організму складають чотири «соки»: кров, слиз, жовч і чорна жовч. Від переважання одного з цих соків залежать і види темпераменту людини: сангвінік, флегматик, холерик і меланхолік.

Найбільш відомий перський лікар Авіценна (980-1037 рр..) написав «Канон лікарської науки» (близько 1000 року), що містить значні анатомо-фізіологічні дані, запозичені у Гіппократа, Аристотеля і Галена, до яких Авіценна додав власні уявлення про те, що організм людини управляється не трьома органами, як стверджував Платон, а чотирма: серцем, мозком, печінкою і яечком.

В епоху Середньовіччя в анатомії людини не було зроблено істотних відкриттів. У цей період були заборонені розтини, виготовлення скелетів.

Анатомі епохи Відродження першими після античних лікарів зробили спроби вивчити будова людини і процеси, що відбуваються в ньому, і поклали початок науковій медицині та анатомії. Вони домоглися дозволу на проведення розтинів. Бувши створені анатомічні театри для проведення публічних розтинів.

Основоположниками наукової анатомії є Леонардо да Вінчі, Андреас Везалій і Вільям Гарвей. Леонардо да Вінчі (1452-1519), зацікавившись анатомією як художник, надалі зацікавився нею як наукою, одним з перших став приховувати трупи людей для дослідження будови людського тіла. Леонардо да Вінчі першим правильно зобразив різні органи людського тіла, вніс великий внесок у розвиток анатомії людини і тварин, а також був основоположником пластичної анатомії.

Андреас Везалій (1514-1564) використовував об'єктивний метод спостереження при описі будови людського тіла. Розкриваючи трупи, Везалій вперше систематично вивчив будівлю тіла людини. Він викрив і усунув численні помилки Галена (більше 200).

Як висновок, не можна не визнати, що завдяки нашим пращурам, анатомія відкрилася з іншого боку. Вона виправдала, свою роль у житті людини.

.
:”

ПЛАСТИЧНА АНАТОМІЯ. ХРЕБЕТ

Хребет - один з головних органів в будові людини, він відповідає за опорно-рухому і захисну функції. Коли ми малюємо натуру людини, він грає головну роль, так як від нього багато що залежить, як і від самого натурника. Коли фігура худа, хребетний стовп більш виражений, а у вдовоаної фігури він згладжується. Залежно від положення людини і від фігури, змінюється положення хребта. Люди від народження мають один з трьох типів статури як домінуючий: мезоморфний (нормостенічний), екоморфний (астенічний) або ендоморфний (гіперстенічний).

Хребетний стовп має S-подібний вид, що надає йому пружність, гнучкість, а також пом'якшує будь-які струси, що з'являються при ходьбі, бігу та інших фізичних навантаженнях. Будова хребта і його форма забезпечує людині можливість прямоходіння, підтримуючи в тілі баланс центру ваги.

Хребетний стовп складається з невеликих кісточок, іменованих хребцями. Всього налічується 24 хребця, послідовно з'єднаних один з одним у вертикальному положенні. Хребці поділяють на окремі категорії: сім шийних, дванадцять грудних і п'ять поперекових. У нижній частині хребетного стовпа, за поперековим відділом розташовані крижі, що складається з п'яти хребців зрослися в одну кістку. Нижче крижового відділу є куприк, в основі якого також знаходяться зрощені хребці

У бічній проекції хребетний стовп зігнутий в 4-х місцях: два з них спрямовані вперед, два – назад. В анатомії ці вигини названі спеціальними термінами:

- Шийний лордоз.
- Грудний кіфоз.
- Поперековий лордоз.
- Крижовий кіфоз.

Шийний відділ.

Будова шийного відділу хребта визначено винятковою рухливістю з'єднання черепа і шиї.

Перший хребець, «атланта», складається з двох дуг, сполучених кістковими потовщеннями (латеральними масами) і являє собою кільце з суглобовими западинами, контактуючими з поверхнею сусіднього хребця. Також його прозвали на честь Атланта - бога давньогрецької міфології, який підтримував небеса, подібно до того, як хребець підтримує череп.

Другий шийний хребець, "АКСІС", має великий кістковий шип – зубовидний відросток. З'єднання зубовидного відростка і кільця «атланта», зафіксоване зв'язками, дозволяє черепу здійснювати рухи з максимальною свободою у двох площинах.

Остистий відросток, "Задній відросток", за формою нагадує плавник. Є в кожному хребці. Служить місцем прикріплення м'язів і зв'язок.

Грудний відділ хребта.

До складу грудного відділу хребта входить дванадцять хребців. Його форма нагадує букву «С», розташовану опуклим вигином назад (кіфоз). Грудний відділ безпосередньо пов'язаний із задньою стінкою грудної клітини. Ребра кріпляться до тіл і поперечних відростків грудних хребців за допомогою суглобів. За допомогою грудини, передні відділи ребер об'єднуються в міцний цілісний каркас, утворюючи грудну клітку. Рухливість грудного відділу хребта обмежена. Пов'язано це з наявністю грудної клітини, малою висотою міжхребцевих дисків, а також значною довгою остистих відростків хребців.

Поперековий відділ хребта.

Поперековий відділ сформований з п'яти найбільших хребців, хоча в рідкісних випадках їх число може досягати шести (люмбалізація). Поперековий відділ хребта характеризується плавним вигином, звернений опуклістю вперед (лордоз) і є ланкою, що з'єднує грудний відділ і крижі. Поперекового відділу доводиться відчувати чималі навантаження, так як на нього чинить тиск верхня частина тіла. Крижі (крижовий відділ) крижі являє собою кістку трикутної форми, утворену п'ятьма зрощеними хребцями. Хребет допомогою крижів з'єднується з двома тазовими кістками, розташовуючись подібно клину між ними.

Куприк (куприковий відділ).

Куприк — нижній відділ хребта, що включає в себе від трьох до п'яти зрощених хребців. Його форма нагадує перевернуту вигнуту піраміду. Передні відділи куприка призначені для приєднання м'язів і зв'язок, що відносяться до діяльності органів сечостатевої системи, а також віддалених відділів товстого кишечника. Куприк бере участь в розподілі фізичного навантаження на анатомічні структури таза, будучи важливою точкою опори.

Таким чином, хребет є одним з головних органів в будові людини.

ФЕЙСБИЛДИНГ – МИМИЧЕСКАЯ ГИМНАСТИКА

Мимические мышцы отличаются от других мышц тела тем, что начинаясь от костей лицевой части черепа (неподвижная точка начала), они вплетаются в кожу (подвижная точка). Сокращения мимических мышц вызывают смещения кожи, образование складок и быструю смену морщин в различных сочетаниях.

Сокращения каждой мимической мышцы вызывает определённую складку на лице. Однако единичное сокращение мимических мышц наблюдается редко, обычно сокращается вместе целая группа мимических мышц. От многочисленных комбинаций этих сокращений и зависит огромное разнообразие нашей мимики

Как известно мышцы лица, поддаются тренировке, на подобии других мышц тела таких как, мышцы пресса, спины, или ног. Немаловажно, то, что мимические мышцы непосредственно отвечают за форму лица, его выражение и даже здоровый или нездоровый цвет кожи лица. В повседневной жизни, человек, постоянно выражает свои эмоции, в результате чего: улыбается, удивляется, щурит глаза, морщит лоб и т.д. Такое постоянное “включение” мимических мышц приводит к нежелательным последствиям, а именно, к образованию, зачастую в раннем возрасте, так называемых “мимических морщин”. Даже те люди, которые стараются не выражать своих эмоций, и имеют так называемое “застывшее” выражение лица, также страдают от мимических морщин.

Следует отметить, что с возрастом, у человека уменьшается количество мышечных волокон. Этот процесс сопровождается потерей мышечного тонуса, как результат, на лице появляются дополнительные морщины, а также происходит провисание кожи, на отдельных участках лица. Чтобы препятствовать развитию таких негативных эффектов, необходимо ежедневно выполнять упражнения для мимических мышц. В результате сокращений мышц лица улучшается тонус их эластичных волокон, и кожа сохраняет свою упругость. Кроме того это приводит к улучшению циркуляции лимфы, крови.

Таким образом, ежедневные занятия мимической гимнастикой помогут сохранить объем и тонус мимических мышц, а также эластичность кожи, что предотвратит отвисание щек, появление второго подбородка, и отеков на лице. Широко разрекламированные анти-возрастные кремы не смогут дать подобного эффекта, так как они не влияют на мышечный каркас, который отвечает за идеальный овал нашего лица.

Более того, мимическая гимнастика приводит к уменьшению и постепенной ликвидации уже существующих морщин. Но для ликвидации морщин, кроме упражнений для мимических мышц, необходимо также тщательно следить еще и за выражением своего лица в повседневной жизни, чтобы избежать гримас, приведших к появлению этих морщин.

Сущность мимических движений лица (анатомическая, физиологическая и психологическая) имеет огромное значение для живописца, скульптора,

пластичного хирурга. Поэтому изучение мимики издавна интересовало художников, актеров, врачей.

Человеческую мимику изучал и Чарльз Дарвин. Он выпустил свой известный труд “О выражении ощущений у человека и животных”.

ТИПЫ ЖЕНСКИХ ФИГУР: МАТЕМАТИКА НА СЛУЖБЕ КРАСОТЫ

Женщины всегда желают выглядеть идеально, но женская красота это относительное понятие. В различных культурах, народов мира, идеалом были женщины порой с совершенно противоположной комплекцией, ведь каждая женская фигура имеет свою “изюминку”. Целью данной работы является рассмотрение существующих вариантов силуэта и правильное определение типа женской фигуры. Такой анализ позволяет не только подчеркнуть особенности тела, но и в значительной мере помогает скрыть недостатки комплекции.

Вначале кратко обсудим основные пять типов женской фигуры, которые принято выделять в наше время: “песочные часы”, “треугольник” (“груша”), “яблоко”, “прямоугольник” (“банан”) и наконец “перевернутый треугольник”.

Тип женской фигуры “песочные часы” характеризуется ярко выраженной разницей “грудь-талия-бёдра”. Следует отметить, что для данного типа фигуры, характерно приблизительное равенство объёма верха и обхвата низа.

В женской фигуре типа “треугольник” (или “груша”) ширина бёдер значительно превышает ширину груди. Отличительной особенностью также является – тонкая талия.

У женщин с типом фигуры “яблоко” (или “овал”) крупный бюст, в результате туловище полнее, чем ноги. Еще одна особенность: отсутствие ярко выраженной талии, но есть выпуклый животик.

Женская фигура типа “банан” (“прямоугольник”) характеризуется приблизительным равенством обхватов груди, талии и бёдер.

Для женщин с телосложением “перевернутый треугольник” характерны узкие бёдра, широкие плечи, а также зачастую – большая грудь.

Как же определить тип фигуры? Ведь это имеет решающее значение при выборе правильного гардероба, ведь не изучив свой силуэт невозможно идеально подобрать одежду. Для этого полезной будет геометрия!

Для определения типа женской фигуры, необходимо выполнить следующие математические вычисления:

Вычисляем отношение обхвата бюста к объёму бёдер. Если оно равно или больше чем 1.05, то телосложение представляет собой “перевернутый треугольник”.

Необходимо разделить величину обхвата бёдер на объём груди. Если результат ≥ 1.05 , то тип женской фигуры – “треугольник” (или “груша”).

Вначале находим отношение обхвата талии к обхвату бёдер, потом находим отношение обхвата талии к объёму груди. Если обе полученные величины 0.75, то тип женской фигуры – “песочные часы”.

Необходимо разделить величину обхвата талии на обхват груди. Если полученное значение ≥ 0.75 , то тип женской фигуры – “прямоугольник” (или “банан”).

Находим отношение объёма талии к обхвату бёдер. Если результат превышает значение 0.75, то тип женской фигуры – “яблоко”.

Таким образом, можно сделать вывод, что для каждого человека характерно наличие того или иного типа телосложения, которое зависит от генетической наследственности. Очень важно определить тип телосложения при создании своего неповторимого образа.

Правильно подобранный цвет, стиль и форма одежды помогут скрыть недостатки и подчеркнуть достоинства фигуры для того, чтобы женщина чувствовала себя свободно и гармонично.

ХАРАКТЕРНАЯ ОСАНКА: ИНДИКАТОР ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ТИПА ЧЕЛОВЕКА

Обычно выделяют пять типов характерной осанки человека, рассмотрение и анализ которых является основной целью представленной работы.

Первый тип легко распознать по худощавому, астеничному, тонкому телосложению. Очень часто, имея рост выше среднего, человек не выглядит высоким. У людей такого типа мышцы спины не развиты, в результате на позвоночник идет повышенная нагрузка, что приводит к различным заболеваниям опорно-двигательного аппарата. В первую очередь – искривление, уже в подростковом возрасте такие люди испытывают дискомфорт, болевые ощущения в области спины, быстрая утомляемость, головные боли.

Из-за перенапряжения в верхне-грудном отделе, создается ощущение, что плечи подтянуты к ушам а голова опущена вниз. Ярко выражена сутулость, грудная клетка не развита и как-бы вдавлена вовнутрь. Голова часто опущена, человек смотрит вниз, себе под ноги, боясь встретиться лицом к лицу с окружающим миром.

Психологические особенности: такие люди осторожны, недоверчивы, плохо адаптируются к новым жизненным ситуациям, не коммуникабельны и боятся любых перемен. Они любят находиться дома, в привычной обстановке, перемены их мало интересуют, нет ярко выраженной жизненной позиции. При этом они обладают хорошей памятью и способностью к аналитическому мышлению. В детстве такому ребенку больше нравится читать книги, чем играть со сверстниками, и поэтому они эрудированы и образованы: успешно реализуются в науке, особенно в технической сфере.

Он будет преданным и верным другом. Им присуща своя система ценностей и идеалы, но часто могут уходить в мир своих иллюзий.

Второй тип не сложно распознать по плотному, крепкому телосложению. Мышцы спины таких людей достаточно развиты. Если присмотреться, то

можно заметить ощутимый наклон корпуса вперед, словно стремится к некой цели. И если спина подается вперед, то голова слегка запрокидывается назад, а шея кажется длинной. Такая осанка создает значительное напряжение в воротниковой зоне, и с возрастом возникает “ложный остеохондроз” – болевые ощущения от мышечного напряжения в этой зоне часто ошибочно называют “остеохондрозом”.

Психологические особенности: таким людям очень важна психо-эмоциональная сторона отношений, то есть любовь, семья, дружба... На работе, для них самое важное – “хороший коллектив”, поэтому есть риск развития эмоциональной зависимости. Люди этого типа милые, обаятельные, импульсивные, очень эмоциональные и при этом непосредственные в выражении эмоций. Они отзывчивы, хорошо чувствуют других людей, гибки как физически, так и психологически – легко приспосабливаются к меняющимся условиям, любят перемены. Но порой им достаточно трудно себя организовать, и их энергичность распыляется впустую.

Представители такого типа могут выбирать профессию, где их будут любить, и одобрять окружающие, критику воспринимают как личную обиду. Будьте тактичны в общении с людьми такого типа, и они ответят вам дружелюбием и преданностью.

Третий тип определяем по грушевидному типу фигуры – легкий верх и тяжелый низ. Определить такой тип по осанке довольно просто плечи узки и покаты, руки безвольно свисают вниз, голова слегка опущена, как будто человек чувствует свою вину и стыд, неловкость, подсознательно чувствует себя никому не нужным.

Психологические особенности: неуверенность в себе, стеснительность, робость, страх критики. Они испытывают бессознательное желание получить одобрение, стараются всем угодить, но часто допускает промахи, что приводит к противоположному эффекту. Это добрые, мягкие люди, добросовестные, трудолюбивые сотрудники, годами работающие на одном месте. Они увлечены процессом, а не результатом,

Четвертый тип. Внешний вид: “генеральша”! Очень прямая напряженная спина, что создает впечатление хорошей осанки и гордого вида, чувства собственного достоинства, но такой спине, не достает гибкости. Расправленные плечи, грудная клетка выпячена вперед, спина похожа на треугольник, даже у женщин широкие плечи и узкий таз. Шея очень прямая и напряженная, голова мало подвижна – таким людям, чтобы посмотреть вбок, проще развернуться всем корпусом. Легко отдают распоряжения и подчиняются указаниям вышестоящих сотрудников. Таким людям сложно приспосабливаться к изменяющимся условиям жизни

Пятый тип. Внешний вид красивая и гибкая осанка. Тело очень пластично, такой человек часто принимает асимметричные позы, человек-непоседа. Шея прямая, тянется вверх, но голова при этом кокетливо наклонена набок. Из-за большой подвижности то одно плечо оказывается выше, то другое. Поясница прогнута, таз отодвинут назад.

Психологические особенности: повышенная потребность во внимании, демонстративность в поведении. Желание выделиться из толпы может

принять позитивную форму и выразиться в умении подчеркнуть свою индивидуальность, а может превратиться в позерство. Подвержены чужому влиянию и внушаемы. Очень увлекающиеся натуры. Следят за модой, одеваются стильно и со вкусом, любят дорогие вещи. При этом им важно заявить о высокой стоимости своих вещей, чтобы получить одобрение со стороны и утвердиться в чувстве собственной важности.

Значение осанки очень велико для современного человека.

Это, с одной стороны, показатель здоровья, а с другой- это важный фактор для карьеры. Осанка может рассказать о том, как человек ощущает себя по отношению к другим людям, к своей жизни. Осанка отражает нашу внутреннюю позицию.

• „4 „ « „ »

РЕДИЗАЙНАЙДЕНТИКИ ЗАСТАРИЛИХ БРЕНДІВ У РОБОТАХ ПОЛІ ШЕР

Комплексна айдентика є актуальною ознакою високого рівня компанії, спосіб залучення уваги аудиторії і виокремлення серед інших. Важливо розуміти, що айдентика – поняття статичне, й редизайн застосовується, коли старий дизайн погано виконує свої функції, значно знижує ефективність реклами [2], виглядає застарілим; коли корпоративний стиль втратив свою актуальність і вся маркетингова комунікація виглядає несучасною, не дозволяє цільовій аудиторії швидко ідентифікувати бренд у конкурентному оточенні; не підтримує імідж бренду, йде врозріз з його ключовими характеристиками і позиціонуванням, – вказує І. Аббасов [1]. В. Победін [4] відзначає, що у конкурентних умовах найуважливішими та зацікавленими дослідниками особливої сфери цільового ринку споживачів є великі світові компанії, оскільки саме вони з незмінною періодичністю, передбачаючи майбутнє, корегують, відточують свою айдентіку.

У галузі графічного дизайну жінок, які мають світове ім'я – одилиці. Найяскравішою представницею є Пола Шер – американський графічний дизайнер, ілюстратор, викладач, арт-директор найбільшого дизайнерського міжнародного агентства Pentagram. Творчість Пола Шер складається з дизайну рекламних матеріалів, упаковки, фірмового стилю, еко-графіки, публікацій для різних клієнтів, таких як Target, Tiffany&Co, New York Times Magazine, Citibank тощо. П. Шер переробила фірмовий стиль самих різних брендів: від компаній рівня Microsoft до організацій на кшталт Музею сучасного мистецтва. За словами дизайнерки, її роботи – не брендинг, а айдентика, оскільки вона просто намагається зробити візуальний образ замовника відомим, а «бренд» – це вже ті смисли, які компанія вкладає в логотип, те, що відчуває аудиторія [6].

Працюючи з Microsoft над створенням логотипу для операційної системи Windows 8, великим внеском П. Шер була відмінність створеного логотипу від інших, оскільки всесвітньо відома компанія використовувала символ прапора для логотипів протягом багатьох років. У процесі дизайн втратив будь-який



Рис. 1, 2



зв'язок з початковим значенням імені «Windows», яке представляло собою метафору перегляду екранів і систем, а також новий погляд на технології (Рис. 1). Завдяки П. Шер, логотип Windows 8 повернувся до основ, змінивши трохи позбавлений смаку чотириколірний символ на сучасну геометричну форму. А використовуючи класичний принцип перспективи (лінії, що йдуть в простір, щоб показати розмірність), новий дизайн запропонував нейтральний контейнер, який все ще передає відчуття руху, виглядаючи більш сучасним і повертаючись до початкової концепції бренду.

У різноманітні робіт знаменитої дизайнерки оновлення логотипу Houzz – ресурсу про будинок і ремонт, що об'єднує можливості пошуку ідей для ремонту будинків, підбору й покупки аксесуарів, спілкування та найму дизайнерів інтер'єру. Стосовно цієї роботи, як зазначає сама автор, «проблема старого знаку була у тому, що його було складно розпізнати, особливо в малому масштабі. Сьогодні дизайнери повинні робити знаки, які успішно працюють в масштабі іконки» [7].

Розглянемо редизайн айдентики вищезгаданого ресурсу. Попередній логотип представляв собою стилізовану букву «Н» у поєднанні з утилітарною текстовою частиною. У знаку можна спостерігати декілька тогочасних модних тенденцій – прозорість, ізометрія й мозаїка із трикутників [3]. Головний недолік – схожість з багатьма подібними знаками [6], що використовують подібні прийоми, а також надлишкова монотонна складність. Графічний знак у новому логотипі також «h», тільки тепер прописна літера, що зображує будинок і напряму пов'язує логотип із образом діяльності бренду. Основною проблемою, з якою зіштовхнулася Пола при створенні логотипу, – багато логотипів використовували ідею поєднання будиночка зі прописною буквою «h», оскільки сама буква вже містить деякі риси будинку, а інші елементи залишається лише доопрацювати: виносний елемент є димохідною трубою, просвіт між вертикальними елементами нагадує двері. Як досвідчений дизайнер Пола Шер використала найбільш ефективний прийом створення

оригінального й пізнаваного логотипу – поєднати простоту з унікальною рисою. Такою рисою став дах під нахилом, що дозволило виділити знак серед інших, побудованих за аналогією (Рис. 2).

Висновок. Проаналізувавши роботи видатної дизайнерки Поли Шер, констатуємо, що їх виконання є неординарним, адже стираються межі між поп-культурою й мистецтвом, досягається «чистота», емоційність, простота роботи. Шрифти отримують емоції, а слова – сенс, тому завдяки такому тандему виходять взірцеві роботи.

Література:

1. Аббасов И. Б. Основы графического дизайна. М.: ДМК Пресс, 2008. 224 с.
2. Краско Т. И. Психология рекламы / под ред. Е. В. Ромата. Харьков: Студент, 2001. 279 с.
3. Терри Л., Адамс С., Мориока Н. Дизайн цвета. Практикум. М.: РИП-холдинг, 2006. 240 с.
4. Победин В. А. Знаки в графическом дизайне. Харьков: Ранок, 2001. 230 с.
5. Чартессон Т. Торговая марка. СПб., М., Харьков., Минск, 1999. 268 с.
6. Paula Scher: Works. UnitEditions. 2017. 326 с.
7. Новый логотип Houzz от Поли Шер. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.logologica.ru/blog/show-353.htm>.

.. 1 ,
:

СВІТ РОЗДУМІВ І ПОЧУТТІВ ІЛЬДАНА ЯХІНА

У сучасному світі тяжко зрозуміти, що таке справжня творчість, знайти для себе творця, який змусить тебе заглибитися у своє “Я”. Я хочу репрезентувати людину, яка своїми творами відкриває інший погляд на світ, той, який є дійсним і віртуальним, і яким він хоче поділитися з нами. Це чудова людина та найдивовижніший художник Ільдан Ізмайлович Яхін - один з провідних графіків Харкова. Він входить в топ-10 художників-графіків України. Він плідно працює у галузі театрального плаката, графіки, художньої ілюстрації, живопису.

Ільдан Ізмайлович Яхін народився в 1946 році в Свердловську (нині Єкатеринбург). У 1971-му закінчив Харківський художньо-промисловий інститут. Член Національної спілки художників України. Доцент Харківської державної академії дизайну і мистецтв, керівник майстерень книжкової та станкової графіки. Символи, які він використовує у своїх роботах, здається, можна розглядати всю вічність, і так і не зрозуміти, що він хотів сказати, треба просто відкрити свою душу та впустити в себе почуття всесвіту, відчути, як художник намагається передати нам гармонію крихкого світу. Також цей художник добре відомий у видавничих колах як талановитий мініатюрист, який ілюструє книжкові тексти.

Незвична творча манера Яхіна завжди викликає інтерес, змушуючи нас співвідносити перше сприйняття картини з обдуманим результатом втіленого на полотні задуму. Динаміка у безперервному русі космічних тіл - професійна риса художника, в ній він неповторний. Мальовничі сюжети співставні з повітряними потоками, формують алгоритм кольору, пускають у колоритний танок ...

Сфера художніх інтересів художника неймовірно широка : плакат, станкова та книжкова графіка, живопис. Зміст емоційних робіт Яхіна являє нам своєрідний портрет особистості, здатної захоплювати, несуть із собою спектр асоціацій і змушують замислитися над складною картиною світу. З його іменем пов'язують відродження традицій української книжкової ілюстрації, успіхи харківських майстрів на престижних професійних форумах, що популяризують графічне мистецтво в усьому його жанровому і технічному розмаїтті.

Творчість Ільдана Ізмайловича Яхіна є справжнім зразком засвоєння кращих традицій образотворчого мистецтва і сучасного візуального мистецтва. Це художник, який тонко відчуває динаміку сучасного життя. Художник природньо відчуває стрімкий біг часу в глобалізованому просторі, і тому его твори сповнені особливого ритму, який вводить нас у трансцендентність світу. Кольорова гама пастелей митця заворює своєю точністю, вмінням за допомогою колористичних особливостей, ритміки відчути себе часткою мікрокосмосу. Можливо, в цьому і є магія його робіт, що не відпускають глядача і створюють особливу атмосферу роздуму, асоціацій, відчуттів. Роботи митця створюють особливий діалог з глядачем. Вони ненав'язливо переводять глядача у віртуальний світ, який є часткою буття кожної сучасної людини. Можливо, в цьому і є особливість таланту Ільдана Яхіна. На наш, погляд слобожанські художники можуть пишатися своїм обдарованим графіком, чії твори визнані не лише в Україні, а і в інших країнах світу.

Роботи художника були відзначені заохочувальним дипломом Республіканського конкурсу на кращу книгу (Київ, 1978), дипломом другого ступеня IV Всеукраїнської виставки плаката (Київ, 1986). Кілька десятків авторських та колективних виставок принесли Ілдану Яхіну справжнє визнання, забезпечивши йому підтримку п'яти тисяч харків'ян і перемогу в номінації «Образотворче мистецтво» на рейтинговому конкурсі «Народне визнання-2007». Твори Яхіна знаходяться в музейних колекціях України, Польщі, Росії, Німеччини, США (в зібранні Нортгона Доджа), в приватних колекціях любителів образотворчого мистецтва ближнього і далекого зарубіжжя.

Kharkhalova Olha, a 3-rd year student of Fine Arts Faculty

Scientific adviser: Kuznetsova V.M.

THE IMPORTANCE OF TYPOGRAPHY IN GRAPHIC DESIGN

Typography in graphic design can strongly affect how people react to some information. Careful selection and consistent use of a chosen typeface can be just as important as the use of graphics, color and images in creating and solidifying a professional brand.

Good typography creates a typographical identity, working on both a conscious and subconscious level to strengthen the brand, user experience and messaging. Bad typography calls attention to itself — reflecting badly on the brand, providing a poor user experience, and reducing the impact of a message or

call to action. Typography can help you do three main things: represent the brand, with a style that fits with and reinforces the brand voice and identity; communicate the message, including ensuring words are quickly or easily read and understood; provide visual appeal, retaining viewer interest and inspiring action.

Appropriate font selection and mastery in typography will make your message more legible and easy to grasp. The line length, font size, character rendering and other typographical elements must be proper. Otherwise, users will feel distracted and annoyed. Following best practices in typography will reduce eye strain and fatigue. It will encourage the user to read more and pay attention to your design. Mismatching font style and brand image can cause confusion. A good typography can do great things for your design. But bad typography can ruin the entire graphic design. Bad typography can make your design useless in conveying the message.

People give preference to designs with better typography. And unique font styles and rendering gives an impressive uniqueness to your designs and elevates their value. In order to use typography effectively, you must anticipate how the use of fonts and styling will influence your audience, even in ways they are not conscious of initially. Typographical elements directly influence how consumers think and feel.

The skillful use of typography commands the attention of your desired audience, communicates a key idea and motivates them to take action. Typography is a blending of art and science and can serve a functional purpose. Good design has to give the best first impression. It should be able to boost your credibility and trustworthiness. This will be a far dream if your message gets lost in intricate decorations. Paying attention to typographical best practices and standards will save you from deadly mistakes. Typography saves your message from getting lost. It aids in communicating the ideas clearly. It highlights the most important things. It is able to hide the negatives and boost the positives. It guides your readers to making a desirable decision thus earning your profits.

In the end, it's interesting to note that traditional typographic wisdom has a solid basis that is being confirmed by science. Typography is one element of graphic design that can never be left out. Poor typography can have disastrous effects. Graphic designs can fail because of a single misplaced dot. So make sure your innovative design ideas include some great typographical decisions too.

References:

1. "Typography in Graphic Design". Retrieved from: <https://www.graphiccomp.com/single-post/2017/09/15/The-Importance-of-Typography-in-Graphic-Design>
2. "What is Typography and Why is It so Important". Retrieved from: <http://blog.webcopyplus.com/2017/04/26/what-is-typography-and-why-is-it-so-important/>
3. "The Importance of Typography in Design". Retrieved from: <https://www.simpliowebstudio.com/the-importance-of-typography-in-graphic-design/>

НОСТАЛЬГІЯ В ДИЗАЙНІ: РЕЦЕПЦІЯ РАДЯНСЬКОГО ДИЗАЙНУ В СУЧАСНІЙ УПАКОВЦІ

Упаковка— один з важливих елементів, який впливає на вибір товару покупцями та формує ставлення до продукції. На полицях магазинів можна побачити продукт, дизайн якого цитує або використовує графічні прийоми з минулого. Ця візуальна складова викликає асоціації та певні емоції у споживача. У таких випадках дизайнери звертаються до “ностальгії”.

У статті розглянуто феномен “ностальгії” у вітчизняному дизайні та наведено приклади сучасної упаковки продовольчих товарів в Україні, що звергається до дизайну СРСР.

Термін «ностальгія» з’явився у XVII столітті для позначення туги за рідним домом, яка зустрічалася у солдатів. Однак сьогодні цей термін використовується у ширшому сенсі. Ностальгія зберігає в пам’яті позитивні спогади з минулого, які не завжди є об’єктивними. Згідно з дослідженнями В. В. Нуркової психіка людини в нейтральних умовах віддає перевагу позитивним емоціям [1], тобто минуле у пам’яті пов’язане з безтурботним дитинством або молодістю. Тому звернення до цього минулого — це добрий спосіб привернути увагу до продукту на емоційному рівні. Таке посилення встановлює близький контакт зі споживачем, а сам продукт асоціюється з чимось знайомим. У своїй статті “Ліки ностальгії” Е. Новіков писав: “Складається враження, що політики, фахівці з реклами та зв’язків з громадськістю усвідомили значимість ностальгії раніше, ніж філософи, адже ностальгія вже щосили «продається» і з ажіотажем «купується». Виникла ціла індустрія «продажу ностальгії» ” [2].

Сучасна упаковка, дизайн якої робить цитування продуктів радянських часів, націлене на те, щоб викликати ностальгічні почуття, не вдаючись до ідеологічної складової минулого. 60-ті роки 20 століття — час розвитку графічного дизайну в СРСР, коли він відокремився від інших видів прикладного мистецтва. Дизайн упаковки тих часів екологічний, економічний, функціональний та досить мінімалістичний. Вона мала утилітарну функцію комунікації з покупцем. Споживачі досі сумують за скляними пляшками з кришками з фольги та трикутними пакетами для молока, кавою в автентичних жерстяних банках, чаєм в картонних коробках із зображенням слона. Деяка упаковка майже не змінилася з тих часів. Наприклад, все ще можна знайти на полицях сіль “Артемсіль” з характерним для тієї епохи леттерінгом, коробки у жовто-червоній гамі з содою. Це товар широкого вжитку, його куплять в будь-якій упаковці, тому виробник довгий час не змінює вже звичний вигляд. Сирний продукт Дружба від торгової марки “Дружба Народів” має дуже схожу на радянський аналог цього продукту упаковку, в ньому використовується та ж колірна гамма, шрифт, композиція та ілюстрація. А дизайн жерстяних консервних банок з біло-синіми паперовими етикетками, який у 1939 році розробила Іраїда Фоміна, став своєрідним брендом і до сих пір у різних варіаціях

використовується для згущеного молока, наприклад, торговими марками “Ічня” та “Первоцвіт”.

Яскравим прикладом вдалого та осмисленого звернення до радянського дизайну є лінійка соків Рідна Марка, що був розроблений Студією графічного дизайну Юрка Гуцуляка та отримав нагороду Red Dot Award: Communication Design +2015 [3]. У ньому присутні такі прийоми: стилізація під радянський лінеттерінг у поєднанні з рубаним шрифтом, конструктивна графіка у вигляді трикутних кольорових блоків, обмежена колірна палітра та візуальна простота. Усі вони є виразною рисою дизайну 60-70х років. Такий продукт асоціюється з чимось натуральним та якісним.

Тож звернення до минулого — це один зі способів комунікації з аудиторією на емоційному рівні. Почуття ностальгії пов’язано з добрими спогадами, його використання у дизайні дозволяє говорити зі споживачем на емоційному рівні. Тому у наш час вітчизняні дизайнери звертаються до характерних візуальних рис радянського дизайну, тим самим викликають у споживача певний асоціативний ряд. Використовується імітація радянського лінеттерінга, конструктивна графіка, обмежена колірна палітра, прості шрифти. Найчастіше цитують дизайн упаковок 60-их років 20 століття, який містить багато виразних рис. А іноді дизайн залишається незмінним з того часу, найчастіше це продукти широкого вжитку.

Література:

1. Нуркова В. Здійснене триває: Психологія автобіографічної пам’яті особистості. - М.: УРАО, 2000.
2. Новіков. Е. URL: Ліки ностальгії http://www.chronos.msu.ru/old/RREPORTS/novikov_liki.html (дата звернення 8.04.2019)
3. URL: http://www.gstudio.com.ua/works/packaging/work:Ridna_Marka (дата звернення 10.04.2019).

.., 1

АРТ-ПЕДАГОГІКА ЯК ПЛАТФОРМА РОЗВИТКУ ТВОРЧИХ ЗДІБНОСТЕЙ СТУДЕНТІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ

Застосування прийомів та принципів арт-педагогіки в українській освіті стає все більш актуальним. Зазвичай ми зустрічаємо поняття арт-педагогіка, коли мова йде про шкільну або дошкільну програму навчання дітей. Проте використання принципів арт-педагогіки у навчальному процесі вищих навчальних закладів підвищує мотивацію у студентів, збільшує у них зацікавленість у навчанні. Тобто арт-педагогіка сприяє покращенню якості вищої освіти. Тому розглянемо арт-педагогіку як платформу розвитку творчих здібностей студентів вищої школи.

По перше, слід окреслити поняття арт-педагогіка. Олена Матус наголошує, що «...арт-педагогіка – це особливий напрям в педагогіці, де виховання, освіта, розвиток особистості, її корекція здійснюються засобами мистецтва як класичного, так і народного...» [1].

Арт-педагогіка здатна підвищити творче мислення та креативність

студентів. Однак залишається важливим питанням: «Чи можна навчати процесам творчого мислення, а які педагогічні елементи сприятимуть розвитку студентів? Важливо помітити, що творче мислення не є чимось, що студент має або не має. Для навчальних цілей підхід «творчого процесу» підкреслює, яким чином виробляються творчі продукти, а не акцентує увагу на самі продукти. Спроможність отримувати задоволення від процесу роботи – це основа будь якої творчої діяльності. Алан Уоттс казав про процес творчої діяльності наступне: «Досягнення досконалості в мистецтві або в житті супроводжується дивним відчуттям того, що все відбувається саме по собі - без зусилля, без рутинної роботи, без допоміжних засобів. Це не означає, що все, що відбувається саме по собі, є досконалим; чудо людської спонтанності полягає в тому, що воно розвиває самодисципліну - яка витісняється тільки тоді, коли дійова особа відчуває себе відокремленою від дії...» [2]. Також важливою умовою для розвитку творчого мислення студентів є дотримання етапів творчого процесу, а саме пошук актуальних проблем, створення ідеї, реалізація та оцінка зробленої роботи. Арт-педагогіка визначає декілька навчальних цілей для студентів, що допоможуть у розвитку творчих здібностей: 1) Потрібно тримати розум відкритим для нових ідей, 2) Двозначність – це добре, тому що конфлікти спонукають нас до мислення та пошуку їх розв'язання, 3) Розвиток критичного мислення, 4) Нагорода за творчість, 5) Важливо навчитись невдачі, адже будь яка невдача це перш за все досвід, 6) Заохочення ризику, 7) Пошук кількох відповідей або способів вирішення проблеми, 8) Внутрішня мотивація.

Отже, арт-педагогіка виконує такі функції у процесі навчання студентів вищої школи: освітній процес стає легшим і для студента і для викладача; створює приємну атмосферу у академічній групі, поліпшує стосунки між викладачем та студентами, допомагає створити сприятливі умови для побудови діалогу; сприяє збереженню цілісності людської особистості, впливаючи в першу чергу в процесі навчання на етичну, естетичну, емоційну сфери особистості; сприяє адаптації особистості в соціумі; розвиває рефлексивну культуру, почуття внутрішнього контролю, необхідного в процесі навчання; сприяє розвитку всіх органів відчуття, пам'яті, уваги, волі, уяви, інтуїції в процесі навчання, виховання, розвитку засобами класичного та народного мистецтва [1].

Список літератури:

1. Матус О. Освіта Нетішина – на шляхах реформування. / Матус О. — Нетішин.: Краєзнавчий центр, Відділ освіти виконавчого комітету Нетішинської міської ради, 2013 — 77 с.
2. Уоттс А. Психотерапія. Восток и Запад. / Алан Уоттс; [Пер. с англ.] — Львов. : Инициатива, 1997. — 174 с. — (Паломничество в Страну Востока).

TRENDS OF MODERN ETCHING SCHOOL IN KHARKIV REGION

Nowadays Kharkiv etching school is actively developing, first of all due to the functioning of etching workshop of Kharkiv State Academy of Design and Arts where students of 'graphic design' and 'graphics' specialty are mastering this technique. Each student of this specialty has a chance to master such techniques as dry point, etched bar, aquatint, mezzotint, soft varnish, open etching, reservation, lavis, color etching. Having mastered principles of etching and its expressive opportunities artists create unique masterpieces combining different techniques of this graphics or they combine etching with others kinds of art. These author's techniques are being used in book graphics, design and easel works [1].

One of the brightest representatives of Kharkiv etching school is Pavlo Makov. In 1984 Makov graduated from graphics faculty of Kharkiv Art and Industrial Institute. He achieved an impressive excellence in etching. Makov's flawless mastery classic craft combines with decisive non-standard of his creative thinking. Makov does not use the principle of print duplication in his works, which is a specific feature of etching art. Generally, etching was created in order to replicate certain images that may not contain any meaning or significance. Makov considers etching to be a document that captures the moment in time, and compares it with animation. Each piece of his art is unique and only there is one of a kind. A topic of gardens takes an important place in the work of the artist, a garden for the artist is a metaphor for human life, because it is our surrounding world, something that we are trying to create by ourselves, gardens are synthesis of all the arts - sculptures, installations and performances. This is confirmed by his work called "Fate", where human's fingerprint is captured like a garden.

Probably one of the central issues facing the viewer when he sees the etching of Pavel Makov is a man's place in the landscape, either its absence or presence, in the latter. The author himself says that he might like to portray people in his works, but has not yet found any place for them there. The author likes to work with large sheets, because, first, as it was said before, the author perceives art as a studying process. A large sheet with a detailed image can be constantly explored by the viewer, he can always find something new there and when he looks for it for a long time, everything that was seen previously becomes forgotten and the study becomes infinite. Secondly, according to the author's work, he just likes large formats because they have plenty of room for creativity. In his etching, Pavel Makov is using the etched bar technique. The author carries out his works only on copper. Pavel Makov is a popular artist in many countries of the world, he travels a lot and takes over the experience of other graphic schools, which eventually enriches the Kharkiv school of etching.

Another important representative of Kharkiv etching school is Kharkiv State Academy of Design and Fine arts teacher - Ildan Yakhin. In 1971, the artist graduated from Kharkiv Art and Industrial Institute. He is a student of such masters as V. Pobedin, E. Nadezhdin, V. Nenado, V. Kulikov, they definitely influenced Yakin's development as an artist.

In his etchings, the author usually uses the technique of etched bar, sometimes performing up to 15 etching on a board, which allows you to get a deep black tone. This technique allows the artist to achieve the richness of tone and variety of etching. Vivid examples are Yachin's "Bird", "White Wall" and "Meeting" etchings. Artist's works are full of details; combinations of etchings create a unique surface on the sheets. The author usually prints etchings in black, but sometimes experiments with the color, as, for example, in the illustrations to the book "Tree and Water" by I. Andrusyak. Ildan Yakhin in his works often refers to visualization of philosophical categories of motion, space, time. The artist often offers this theme to his students, which means that the artist is actually interested in this topic because he wants to see different interpretations of these philosophical categories in the works of young artists. In general, his etchings are usually metaphorical, you can often see a combination of several objects, such as living and inanimate nature as in the work of the "Bird".

Ildan Yakhin is a relentless popularizer of graphics, especially etching, in Kharkiv. Due to his initiative and his participation, regular graphics exhibitions have become an indispensable part of Kharkiv's cultural life.

Thus, the Kharkiv school of etching in historical process of destroying of the established norms of culture, has lost its realistic shell, planted in the early 1930's by socialist realism. The works of the Kharkiv etching artists acquired the distinctive symbolic meaning of the school's art. The etchings of I. Yakhin and P. Makov, filled with symbols characteristic of the postmodernist process, take a significant place in contemporary Ukrainian art.

Список літератури:

1. Христенко В. Техніки авторського друку. – Х.: Колорит, 2004. – 83 с
2. Богомольний Н., Чебикін А. Техніка офорта. – К.: Вища школа, 1978. –141 с.

.., 5 курс, спец. ОМ мистецтвознавство, графічні практики

ТРЕНДИ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Сьогодні на ринку графічного дизайну поєднуються багато напрямків та стилів. Наприклад, в графічному дизайні все частіше можна побачити яскраві елементи, бо давно вже не секрет, що кольори відіграють велику роль у створенні враження від проекту. Проте існують деякі протиріччя, ось перше із них: темний дизайн теж актуальний. Тим не менш, це більше про чорні відтінки, ніж синій або темно-зелений. Елегантний чорний тон у поєднанні з мінімалізмом приваблює дуже велику кількість споживачів. Сайт спільноти дизайнерів Everest - яскравий приклад. У січні 2019 року він отримав звання «Кращий дизайн місяця» згідно з Awwwards.

Тенденція до мінімалізму не зменшилася протягом багатьох років. Але до графічного дизайну, і до оформлення веб-сторінок, мінімалізм прийшов порівняно недавно. Зараз це головна тенденція для багатьох дизайнерів. Один з принципів дизайну - привернути увагу. Мінімалізм спрямований на реалізацію цього принципу. Увага зосереджується тільки

на основних елементах, які дають ключове повідомлення споживачеві. Однак є ще одне протиріччя, безпосередньо в цій тенденції. Стереотипно, частина мінімалізму – це обмежена кількість кольорів, а саме чорно-біла. Але сьогодні, навпаки, все частіше додаються інші відтінки. Таким чином розвивається так званий «підвид мінімалізму», який розширює можливості творців, а не обмежує їх у вузькому напрямку.

За останні кілька років градієнти розвивалися більш активно. Оскільки це досить нова тенденція, вона проходить через експериментальну стадію. Тому зараз ми бачимо багато способів реалізації градієнту у композиції. Це може бути простий розподіл зображення на кілька кольорів або плавний перехід від одного кольору до іншого. І тепер не має значення, чи використовує дизайнер очікувані комбінації (білий з чорним / червоний з оранжевим / синій з фіолетовим) або кольори, які несумісні на перший погляд. Градієнти - одна з основних тенденцій в графічному дизайні. Тому що сьогодні його можна використовувати практично в будь-якій формі.

Дуже популярною тенденцією 21-го століття в будь-якій області є стирання кордонів і видалення шаблонів. Наприклад, як витончено оформлені хмарочоси чи музеї сьогодні. Повороти, крутість - все це було немислимо в минулому столітті. Тепер це тенденція. Чим більш витончена ідея, тим більш барвистий результат. Тому асиметричні композиції набирають популярність. Тепер схожий деструктивний вигляд виглядає унікальним. Симетричні принципи побудови композиції вже втрачають свою актуальність, оскільки вони стають нудними. І це негативно впливає на сприйняття композиції в продукті графічного дизайну.

Зрештою дизайнеру важливо зосередитися на елементах, які втрачають свою популярність. Наприклад, надмірне розмаїття елементів у композиції. Деякий час веб-сайти або плакати часто наповнювалися масою різних шрифтів, відтінків і геометричних фігур. Тепер ця громіздкість відштовхує споживача. Зображення виглядає незграбним, наче для нього було вкрадено трохи всього. Немає почуття оригінальності. Складні, пишні композиції також стають не актуальними адже споживачу потрібно щоб ваш проект привертав увагу, але ви не можете нічого нав'язувати. Споживач потребує швидкого результату. По суті, вся пишність у композиції замінюється мінімалізмом.

Використані джерела

1. <https://www.behance.net/galleries>
2. <https://www.designhill.com/design-gallery>
3. <https://graphic.designcrowd.com/graphic-design-gallery/>

..5 , . « » (« »),
 . : . , .

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ДОДАНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ДЛЯ ІНТЕГРАЦІЇ В ОСВІТНІ ПРОЦЕСИ

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток технологій доповненої реальності (також відомої як augmented reality, AR) сприяв появі нових можливостей у різних сферах життя. Статичні предмети тепер здатні

оживати, щоб створити для глядача абсолютно новий досвід. В XXI столітті з'являються майстри та арт-простори, які активно націлені на застосування та розвиток нових сучасних технологій.

Доповнену реальність визначають як феномен просторовочасового континууму, який суміщає в собі об'єктивну і віртуальну реальності і володіє рядом специфічних якостей і властивостей, не доступних в об'єктивній і віртуальній реальності окремо. Її можна розглядати як технології, що доповнюють звичне зображення реальних об'єктів різними засобами комп'ютерної графіки і дають можливість поєднувати зображення, отримані від різних джерел (відеокамер, спектрометрів, тепловізорів тощо) [1].

Сьогодні можливості застосування доповненої реальності практично не мають меж, широке використання доданої реальності стає все більш актуальним [2]. Можна виділити наступні сфери використання, в які технології AR все міцніше інтегруються: геолокація і туризм, освіта, рекламний бізнес, медицина, архітектура.

Метою дослідження є визначити перспективи використання доданої реальності для інтеграції в освітні процеси.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні доповнена реальність є інноваційним продуктом, що має значні перспективи для інтеграції у реальну економіку, а також може зіграти велику роль при вдосконаленні процесу викладання дисциплін у вищих навчальних закладах України. В сучасних умовах розвитку технологій існують наявні проблеми вищих навчальних закладів України з позиції їх забезпечення передовими технологіями та методиками в процесі викладання різних дисциплін. Основними технічними засобами для перегляду візуалізацій, що створюються за допомогою технології доповненої реальності є смартфони, планшети, монітори або телевізори з функцією Smart TV, окуляри віртуальної реальності, спеціальні шоломи, технології голограм тощо [3]. На думку О. Чубукової, тематичні інтерактивні візуалізації сприятимуть підвищенню рівня засвоєння студентами матеріалів. Використання AR-технологій позитивно впливає на конкурентоспроможність національної робочої сили та сприяє посиленню позицій країни в глобальному економічному просторі [4].

Також AR-технології долають бар'єри, забезпечують єдність освітнього простору студентів з особливими освітніми потребами зі звичайними студентами; забезпечує адаптацію кожного студента з особливими освітніми потребами до навчального процесу; забезпечують рівні можливості для соціального розвитку та отримання вищої освіти студентів з особливими освітніми потребами незалежно від характеру і ступеня обмежень здоров'я; забезпечують варіативність та різноманітність змісту освітніх програм і організаційних форм навчання [5].

Висновки. Можна зробити висновок, що створення сучасних засобів навчання на основі технологій доповненої реальності, що відповідають світовому науково-технічному рівню, є важливою передумовою реалізації ефективних стратегій досягнення освітніх цілей. Доповнена реальність дозволить навколишньому світу стати набагато більш інформативним, полегшить доступ до різноманітної інформації та виведе рівень знань людей на вищий рівень.

Список використаної літератури:

1. Самотий В. В. Використання технологій доповненої реальності для створення прототипу мобільного додатка. Матеріали III Міжнародної наук. – практ. конф.: Тези доповідей. Київ, 1–2 грудня 2016 р. С. 13–15.
2. Сухорукова Л.А. Основні види та функції мультимедійних творів. Концепція сучасної мистецько-дизайнерської освіти України в умовах євроінтеграції: зб. матеріалів міжнар. наук.-метод. конф. X: ХДАДМ. 2015. С. 120–121.
3. Augmented Reality in Education: веб-сайт. URL: <https://thinkmobiles.com/blog/augmented-reality-education/> (дата звернення: 22.04.2019).
4. Чубукова О. Ю., Пономаренко І. В. Інноваційні технології доповненої реальності для викладання дисциплін у вищих навчальних закладах України. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2018. № 16. С. 20-27. URL: <https://er.knuth.edu.ua/handle/123456789/11227> (дата звернення: 23.04.2019)
5. Ткачук В. В., Єчкало Ю. В., Маркова О. М. Доповнена реальність у навчанні студентів із особливими освітніми потребами. 2018.

.., 4 , « »

ВОЛЬФГАНГ ВАЙНГАРТ — ЗАСНОВНИК «ШВЕЙЦАРСЬКОГО ПАНКУ»

У 1950–60-ті роки в типографіці домінував порядок в усьому. Функціональність і раціоналізм були головними факторами в графічному дизайні, але невідступна відданість багатьох дизайнерів швейцарському стилю почала невпинно вести типографіку до стагнації. Як і будь-який стиль, швейцарська типографіка в класичному її вигляді не могла лишатися на піці популярності вічно. На протидію цьому прийшла нова течія, пізніше названа «Нова хвиля», — за нею було майбутнє [4]. І саме в Базелі — місці зародження швейцарської типографіки — з'явилися перші дизайнери, які започаткували нову хвилю в типографіці, яку згодом так і назвали «Нова хвиля» або «Швейцарський панк» [3:89]. Однією з найбільш яскравих персоналій в історії типографіки Нової хвилі є швейцарський дизайнер-самоучка, друкар з Базеля Вольфганг Вайнгарт. Він справив справжню революцію в швейцарській типографіці й фактично став творцем абсолютно нового типографічного жанру, який згодом отримав назву «Швейцарський панк».

В. Вайнгарт народився у Німеччині під час Другої світової війни, а саме в 1941 році. Вступив до Академії Мерца в Штутгарті на програму прикладної графіки, де вивчав техніку роботи з ліногравюрою, гравюрою по дереву та верстку друкованих видань. Пізніше він три роки навчався рукописному набору у майстра Карла-Августа Ханке. Саме Ханке запропонував Вольфгангу поїхати до швейцарської Базельської школи дизайну. Там він навчався у відомих дизайнерів Е. Рудера й А. Хофманна. Їх безкомпромісно-раціоналістична позиція полягала в тому, що типографіка має бути стриманою, мінімалістичною, а її головна мета полягає в структуруванні інформації. Саме в розквіт чітких правил, догм і тверджень, що все підпорядковується стандартній модульній сітці, Вайнгарт використав інноваційний підхід до навчання. Під час виконання одного із завдань під

керівництвом Хофманна, Вольфганг не креслить лінії вручну, а відправляється до друкарських майстерень й будує механізм, який допомагає йому створювати типографічні композиції. Це був своєрідний шматок дошки з L-образними гачками, що розверталися на 45 і 90 градусів, створюючи певний ритм. Дошка вставлялася у верстат, далі робився відбиток друкарської форми, фіксованої за допомогою цих гачків.

Мета Вольфганга Вайнгарта полягала в тому, щоб вирватися на свободу з жорсткості і нудності. Його пошуки відновили експресію й породили типографіку «нової хвилі» — фактично анти-стиль класичної швейцарської типографіки. Згодом роботи Вольфганга Вайнгарта стали затребуваними. Його запросили стати викладачем у школі дизайну в Базелі — Kunstgewerbeschule. Він був наставником таких відомих дизайнерів як Деніел Фрідман та Ейпріл Грейман [2:247]. Вайнгарт просив своїх учнів шукати нові принципи типографіки, які не покладалися б на жодний систематичний підхід. Шрифт залишався нейтральним, але композиція все більше ставала непередбачуваною й аномальною. Через такий підхід він хотів оскаржити застарілі підходи його вчителів — Емілія Рудера й Арміна Хофманна [6]. У 1964 році в статті для каталогу «Druckspiegel» Вайнгарт захоплено відкликався про перспективи фотонабору, технічні можливості якого вели типографіку до вільної гри «без правил». Головною метою майстра стало розкрипачення творчих сил художника-друкаря, паралізованого в ситуації стерильності швейцарського стилю [1:214].

Наприкінці 1970-х В. Вайнгарт почав отримувати замовлення на дизайн плакатів для музеїв, виставок та інших культурних організацій, і його роботи дещо змінили напрямом. Подібний колажу плакат виставки «Kunstcredit» був склесний з окремих частин плівки у вигляді шаруватого пакету, перенесений на єдину основу, потім переміщений безпосередньо на офсетну пластину [5:13]. Він виставив на показ окремі секції модульної сітки, порушуючи її чистоту зубчастими переходами, розірваними гранями, випадковими формами. Складний ілюстрований простір Вайнгарта, безпрецедентний у той час, єднав типографіку набору й акциденції, графічні елементи та фрагменти фотографій.

Висновок. Появою нової течії у швейцарській типографіці ми завдячуємо Вольфгангу Вайнгарту. Він став реформатором системи швейцарського дизайну й навчання, першим допустив експеримент у практику канонічної на той час типографіки. Дизайнер боровся за свої погляди й отримав визнання у всьому світі, про свідчать тисячі послідовників у Швейцарії і всьому світі.

Література:

1. Вашук О.А. Швейцарська школа графічного дизайну. Становлення і розвиток інтернаціонального стилю типографіки. Санкт-Петербург: ФГБОУВПО «СПГУТД», 2013. 304 с.
2. Карсакова Д.А. Типографіка «Нової хвилі»: Ігри без правил. XVI Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні техніка і технології», Омск, 2010. 248 с.
3. Сбітнева Н.Ф. Історія графічного дизайну. Навчальний посібник. Харків: ХДАДМ, 2014. 224 с.
4. Чихольд Ян. Нова типографіка. Керівництво для сучасного дизайнера. Москва: Студія Артемія Лебедева, 2011. 244с.

5. Олейніченко К. Графічний дизайн «Нової хвилі». Санкт-Петербургський державний університет. URL: <https://studfiles.net/preview/6130767/page:13/>.
6. Русинова Т. Нова хвиля типографіки. 15 вересня 2017. URL: <https://pillsll.com/blog/305>.

. ., 5

БІЗНЕС МОДЕЛЬ В АНІМАЦІЇ

Бізнес в анімації - це сукупність співпраці між технологією, ринком та кінцевим споживачем. Анімаційний продукт на теперішній час обслуговує всі потреби в візуально розважальній площині контенту людського життя. Для реалізації анімаційного бізнесу, потрібно визначитись в якій саме сфері, буде анімаційний продукт спеціалізуватись, яка буде його функція, майбутня аудиторія.

На теперішній час анімація діляться на три основні напрямки її використання, як функціональна графіка руху (анімація додатку, програми, операційної системи), анімація комп'ютерної гри, віртуальна реальність (відеоролик, анімація персонажа, фізики середовища), художня анімація (повнометражна, короткометражна, серіал, ролик, реклама і т.д.). Кожен з цих напрямів має широкий аспект роботи над розробками нового, світовий ринок анімаційної продукції це найбільш динамічно розвита та зростаюча індустрія, завдяки великого запиту на ринку. Віртуально, інформаційна, розважальний простір, складеться з 5% тексту, 7% статичного зображення, та 88% відео-анімації, яку треба кожен день поповнювати новим контентом. На сьогодні саме малі анімаційні студії на 10-50 чол., чи окремі фрилансери є більш вигідніші ніж велика анімаційна студія на 100-1000 чол. В цілому, сьогодні прийнято на кожен проект набирати заново команду «від проекту до проекту», тобто створювати колаборацію. Чому бо, на кожний етап при створенні проекту, потрібно реалізувати окрему унікальну задачу, яку вже в свою чергу, в наступному етапі не потрібна, тримати незадіяного спеціаліста, нікому не вигідно. Тому розпочинати бізнес з вузькопрофільної анімаційної студії є більш прийнятний шляхом, щоб на світовому ринку одразу розуміли, з ким мають справу, що саме ця студія є спеціалістом в тій окремій галузі.

Анімаційний бізнес ділиться на два напрями, реалізувати свій авторський проект чи робити проект на замовлення. Авторський проект є ризиковим, потребує капіталовкладення, але його ціль заробітку, це надавати унікальний продукт. Авторський проект при позитивному результаті принесе значний тривалий прибуток, при чому не тільки з самого проекту, а з продажу мерчендайзингу, відомість на світовому ринку, що відкриває більше можливостей, наприклад інвестування.

Як приклад розглянемо бізнес модель анімаційної студії Toonbox. Студія виробляє авторські проекти в форматі анімаційний серіал. У портфоліо студії – більш ніж 330 проектів (і більше 17 годин анімації) в 130 країнах світу на 27 мовах. Клієнтами виступають TV канали, студії відеоігор, книжкові видавництва. На першому етапі студія розробляє концепцію майбутнього

анімаційного проекту, пропонує у вигляді ідеї клієнтам - TV каналам. Вони в свою чергу, мають свій план контенту на рік, це може бути котики, песики. Ринком запиту дає розуміння, який варто робити проект, як що варто то наступний етап від року до трьох років розробка арту, фонів, бібліотеки. Для написання сценарію, студія шукає кращих сценаристів, для успіху проекту потрібна якісна, цікава концепція світу, так і сюжет. Інвестування в проект від 2.500 000 євро. Далі студія продає ліцензію на показ серіалу TV каналам по всьому світу. Розмір угоди в середньому 50 000 євро за 32 епізодів. Поза закінченню тривалості дії 1-3 роки, студія викупляє ліцензію та адаптує серіал для показу його на YouTube, Vimeo, та на інших платформах. Серії складаються у різній за варіацією збірники, так що одні і теж епізоди повторюються і роблять повторно прибуток. Студія на даний час має 1500 000 000 переглядів в YouTube. Наступний етап продаж бренду. Створювання відеоігор за мотивами серіалу, книжкова продукція.

Приклад анімаційної студії яка надає послугу на замовлення - це Darvideo Animation studio. Знаходиться в Києві з 2010 року, на міжнародному ринку з 2013 року. За шість роки створили 700+ анімацій. Студія створює 2D,3D анімацію, рекламні ролики. Студія знаходиться в топ рейтингу серед інших студій які працюють на фрілансі в східній Європі. Клієнти: SONY, Activia, Google, Rozetka, Приват Банк, 5 канал, RTVI.

Послуги з 2D анімації: Терміни створення анімаційного 2D ролика Тайминг для ролика до 60 сік приблизно наступний: Написання і шліфівка сценарію - 5-7 робочих днів. Створення розкадровування - 2-3 дні. Створення ілюстрацій (статичні ключові кадри ролика) - 6-8 днів. о Анімація - 10-12 днів. Звукове і музичне оформлення - 3-4 дні.

Після вирішення якого саме напряму будуватиметься анімаційний бізнес, треба вибрати, на якій техніці анімації буде спеціалізуватися анімаційна студія. Технічний процес створення анімації розділяється на три основні види. Фото-кадрова (Стоп-моушен/лялькова, класична анімація), комп'ютерна (Растрова графіка, векторна графіка, 3D графіка, спрайт/програмована, захват руху), комбінована (поєднання технік на пр. відео зйомка з 3D графікою)

На сьогоднішній день, після двадцяти років зростаючого попиту на 3D анімацію, цей вид техніки анімування йде на спад, а 2D анімація набуває більшого попиту, хоча ж в стилістично іншому вигляді. Причина 3D анімація на протязі двадцяти років розвиваючись, набула такий художній вигляд, що на порівнянні майже всіх світових анімаційних продуктів, зовнішні характеристики мають велику схожість між собою. Можливо під впливом декількох ведучих компаній як Pixar, Dream works, та інших, сформува-ли клішіровану стилістику, техніку виконання, яка лише повторюється і майже не змінюється в світовому анімаційному просторі. 2D анімація має безкрайні можливості до експериментів та персонального стилю, а синтез двох технік створив новий тренд, цел-шейдерна анімація. Це тип нефотореалістичного рендеринга, результатом якого є комп'ютерне зображення, в деякій мірі імітує результат малювання вручну. Цю техніку набуває активного використання в Nicelodeon, Disney, Cartoon Network. Поєднання 2D та 3D, дає нові можливості до креативного розвитку особистої стилісти-

ці митця, експресивну ілюстративність, широку варіативність в підході та чітке вираження інформації. За даними статті *The 6 Latest & Greatest trends in animation* (2018р.) 3D анімація зосередиться в натхненні з стилістики старої школи анімації. Перетворення зображення на живописну техніку гуаш чи акварель 60тих років. Також стилістика цікавиться на створенні sci-fi естетики ретрофутуризму, як бачили майбутнє в 70тих - 80тих, використання методів світла, композиції і т.д. Стає популярною гіпер сю-реалізм новий тренд який у повну силу використовує всі шляхи в CGI уяві, поєднання фото реалізму та фантазії.

Список використаних джерел:

1. New trends in animation and what they mean for marketers [Електронний ресурс] / Digitalist Magazine. – Режим доступу: [http://www. Digitalistmeg.com](http://www.Digitalistmeg.com)
2. The 6 Latest & Greatest trends in animation [Електронний ресурс] /New York Film Academy. – Режим доступу: <http://www. Nyfa.edu.com>
3. Миллиарды на анимации: контент, дистрибуция, заработок с You tube. [Павел Мунтян, Toonbox/Freeland] [Електронний відео ресурс] Точка G// как зарабатывают в IT. – Режим доступу: <http://www. You tube.com>

Shaposhnikova Alisa, a 3-rd year student of Fine Arts Faculty

Scientific adviser: Kuznetsova V.M.

POLISH BOOK ILLUSTRATION

A children's book throughout the history of its development was the basis of spiritual culture, a means of interpersonal communication, the emotional and mental development of a growing person, the formation of personality. That is why it is so important from an early age to introduce children to the art of reading, to the book culture. After all, the introduction of young readers to a literary work, the perception and awareness of what is being read occurs already in the process of turning the pages, when looking at illustrations of a children's book.

Not depending on the age group of readers, the book illustration should contain the most important principle of the real representation of reality. The relationship of the object and space, the hero and the environment - these are the components that, having responded to a literary source, will arouse in the reader a lively interest in illustration.

Speaking about illustrating a children's book, it is necessary to note its specificity. Oriented to the age range from 3-4 to 15-16 years, it is addressed to those who still live in the bright world of games, fun and adventure. For a child, illustration is the most important informative element that has an undeniable educational value. Therefore, the artist's attitude to illustrating a children's book should be special, extremely responsible, sincere and direct. On this occasion, the American illustrator of the children's book, Seus, said that he would like to give the children "dreams, laughter, love and ability to empathize". The adult perceives the illustration as a given, the child always participates in co-creation with the artist. He not only sees the finished image, but he himself draws it in the imagination.

Between 1950 and 1980 Polish illustration for children were extremely popular. It owes its fame to some of the founding fathers of the Polish School

of Posters: Roman Cieślewicz, Janusz Stanny, Henryk Tomaszewski and Jan Młodożeniec. Their work is still an inspiration for younger illustrators.

The last decade has seen a revival of books for children in Poland. New publishing houses are constantly popping up and taking the risk of publishing contemporary and innovative books. And the world has taken note. Polish books regularly receive the Bologna Ragazzi Award – the most important international children’s book award. The ABCs of Polish Design, the brand new book published by the Adam Mickiewicz Institute and WYtwórnia Publishing House, features the diversity of a century of Polish product and graphic design, alongside 25 young Polish illustrators’ interpretations of them. They create books written in images, boldly interpret classics and drawing on the best traditions of the Polish school of illustration, remind us that young readers can also appreciate art. Thanks to these Polish illustrators, the youngest generation has plenty of beautiful books to choose from.

Nowadays, such a specialty as an illustration is very popular. The author comes up with his own story, but the viewer perceives the symbols and the author’s story with his imagination. Now the illustration is a very diverse picture that can be a book poster, multimedia and mix in itself both the computer and printing techniques. Nowadays, people involved in illustration can safely fulfill all their fantasies and ideas without fear of being ridiculed or in demand because a lot of interesting books appear. Also, with the help of modern social networks, the artist can show himself and his work to more people and raise to a new level of printed editions of books and magazines no less popular than Internet editions.

References:

1. “Children’s Books in Poland”. Retrieved from: <http://50watts.com/Children-s-Books-in-Poland-The-1950s>
2. “Children’s Books Illustrators and Designers”. Retrieved from: <https://culture.pl/en/article/12-childrens-books-illustrators-and-designers-worth-knowing>
3. “Modern children’s book illustration”. Retrieved from: <http://www.mart.by/2010/02/14/zhili-byli-sovremennaya-detskaya-knizhnaya-illyustraciya/>

МЕБЛІ-ТРАНСФОРМЕРИ ДЛЯ МУЗЕЙНО-ВИСТАВКОВОГО ЦЕНТРУ ХДАДМ – ПІЗНАЙМО ІСТОРІЮ РАЗОМ!

Тема по розробці дизайну меблів-трансформерів для музейно-виставкового центру Харківської державної академії дизайну і мистецтв актуальна, тому що на сьогодні у приміщенні музею ХДАДМ гострою проблемою є неструктурований простір та нестача місця для об’єднання зали засідань та музейного простору. Пропозиція щодо комплекту меблів-трансформерів, що складається з шафи, столу для засідань та виставкового обладнання, в основі яких лежить символіка ХДАДМ, допоможе розв’язати цю проблему.

Мета даної роботи – опис проектного рішення дизайну комплекту меблів-трансформерів: вибір моделі проектування, створення ідеї проектного рішення, обґрунтування концепції та композиційне-пластичного рішення.

Приміщення, для якого розробляється ескізне рішення дизайну комплекту меблів-трансформерів позиціоновано як багатофункціональне. В ньому відбуваються різні події в різні проміжки часу. Основна функція приміщення музейно-виставкового центру ХДАДМ – сховище та використання приміщення як музейного простору, в якому сформована постійна експозиція, присвячена історії Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Влітку у приміщенні музейно-виставкового центру працює приймальна комісія. Також, дане приміщення використовується як зала для засідань.

У розробці запропонованого ескізного проекту меблів-трансформерів були враховані особливості даного приміщення та потреби обраної групи цільових споживачів. Цільовими споживачами даного комплекту меблів є абітурієнти, відвідувачі музею – студенти ХДАДМ та викладачі, що беруть участь у засіданнях.

Використання меблів-трансформерів може сприяти вирішенню таких потреб цільових споживачів як: потреба у структуруванні простору, пізнавальні потреби (знати, розуміти, вміти, досліджувати), естетичні (гармонія, порядок, краса), потреба в комунікації та приналежності (приналежність до спільності, бути прийнятим) та розв'язанню проблеми обмеженого простору у приміщенні [3].

Для проектування було обрано модель Microsoft Solutions Framework (MSF), яка складається з чотирьох етапів: аналіз, планування, розробка і стабілізація [4].

Дана модель була обрана з огляду на безліч переваг, для підвищення ефективності проектної діяльності. При застосуванні цієї моделі є можливість послідовного ведення проекту з підсумками кожного окремого етапу та можливість повернення до кожного пройденого етапу, з метою доопрацювання, враховуючи зроблені раніше помилки, що дає впевненість в ефективності проектного рішення.

Ідея дизайну меблів, що розробляється, полягає у розв'язанні проблеми зонування простору за допомогою використання елементів, що мають можливість трансформування і мобілізації. Для визначення найбільш перспективної концепції в ході роботи було проведено тестування декількох пропозицій що могли лягти в основу концепції дизайну меблів, що розробляються:

Запропоновано ескізне рішення комплекту меблів-трансформерів що складається з трьох основних предметів меблів – шафи, столу для засідань і виставкового обладнання.

За основу художньо-образного рішення меблів-трансформерів було взято символ академії в основі якого лежить образ старого корпусу ХДАДМ, у якому і знаходиться приміщення музейно-виставкового центру. Харківська державна академія дизайну і мистецтв є одним із найстаріших художніх навчальних закладів України. Історія ХДАДМ, почалася саме з початку заснування будівлі старого корпусу. Образ, взятий за основу формування комплекту меблів-трансформерів, дає можливість підкреслити значущість цього корпусу як пам'ятки архітектури, до якого зводяться усі історичні лінії навчального закладу, що робить комплект більш унікальним. У

формування були використані виразні геометричні форми, що відповідає трендам та гострі кути й прямі лінії, що додає експресії, відчуття руху і розвитку усьому інтер'єру [2].

Кольорове рішення даного комплекту меблів й оформлення інтер'єру — білий і червоний колір, які лежать в основі символіки академії. Матеріали, що будуть застосовуватися у виготовленні предметів — це фарбоване ДСП, фанера і метал.

Враховуючи те, що приміщення музейно-виставкового центру є багатофункціональним, кожен з проєктованих меблів має можливість трансформування, що надає можливість звільнити простір приміщення за необхідністю та розв'язує проблему об'єднання зали засідань з музейним простором. Зонування простору допомагає розширити функціональні можливості приміщення [5]. Стіл для засідань має можливість складати його, для експозиції музейних експонатів й звільнення простору та розкласти, коли дане приміщення використовується як зала для засідань або приймальня комісія. Шафа також має можливості трансформування. Вона може використовуватися як сховище і як місце для експозиції — це забезпечується відкидними полочками, які кріпляться на дверцята цієї шафи. Виставкове обладнання, спроектоване для даного приміщення також має можливість складання та розкладання, що дозволяє прибирати його в шафу, в разі потреби.

Запропоновано ескізні рішення комплекту меблів-трансформерів, призначений для музейно-виставкового центру ХДАДМ, що складається з шафи, столу для засідань і виставкового обладнання.

За основу формування було взято роботи В.Д. Єрмілова — одного з найвидатніших дизайнерів, ім'я якого пов'язане із академією. Він є одним з засновників Харківського художньо-промислового інституту, викладачем.

За основу формування взято округлені, плавні форми у поєднанні з прямими лініями, що притаманні художнім роботам художника, вони надають інтер'єру відчуття спокою та зосередженості.

Кольори, що застосовуються у виготовленні меблів також відповідають кольоровій гамі робіт В.Д. Єрмілова. Переважають контрастні жовті, червоні та сині кольори, що відповідає цьогорічним трендам. Колір здатний впливати на наш настрій і емоції — порушувати чи заспокоювати, надихати або розслабляти. Відомо, що синій колір може зарядити енергією, а червоний — допомагає відпочити [2].

Головний акцент робиться на модульність проєктованих предметів, що дозволяє з легкістю пересувати різні частини об'єктів, створюючи різноманітні композиції. Тож, модульність даних предметів дає можливість зонувати простір приміщення.

Шафа, що проєктується, несе у собі функції зберігання та експозиції. У ній розташовані, як ящики для зберігання експонатів та документів, так і вітрини, для експозиції цих експонатів. Стіл та виставкове обладнання складається з напівкруглих модулів, що дає можливість мобілізації по усьому простору музейно-виставкового центру.

Тестування пропозицій було проведено з членами фокус-групи та проводилося за критеріями: стилістична єдність, відповідність трендам,

функціональність, унікальність, формоутворення, відповідність потребам цільових споживачів.

Виходячи з результатів проведеного опитування було обрано концепцію, що найбільше відповідає критеріям, за якими проводилося тестування.

Завдяки пропозиції щодо формоутворення та кольорової гами, запропонована концепція дизайну меблів-трансформерів у членів фокус-групи асоціюється з Харківською академією дизайну і мистецтв. У формоутворенні ескізного рішення комплекту меблів-трансформерів враховувалися як функціональні характеристики так і його художньо-образне рішення, що є вагомим аргументом при схваленні рішення щодо обраної концепції [1].

Ще однією перевагою є те, що пропозиція щодо дизайну комплекту меблів дає можливість розширити функціональні можливості приміщення, завдяки можливостям трансформування окремих об'єктів.

У даній роботі була визначена ідея проекту, обрана модель проектування, концепція та описано ескізне і композиційно-пластичне рішення проекту.

Також, було виявлено, що тема проекту є досить актуальною, бо на теперішній день у музейному приміщенні Харківської художньої академії існує проблема нестачі місця для об'єднання залу для засідання та музейного простору. У представлений роботі було запропоновано можливі шляхи її вирішення.

Харківська державна академія дизайну і мистецтв – це живий організм, що розвивається. З кожним роком змінюються тенденції, тож у даному проекті передбачено подальший розвиток дизайну продукту.

Література:

1. Бондарёв Ю.И. Формообразование как основа дисциплин «Дизайн-проектирование» и «Рисунок» [Електронний ресурс] / Бондарёв Ю.И., Степанова-Третьякова Н.С. // Наука. Искусство. Культура. – 2016 – Вып. 4. // URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/formoobrazovanie-kak-osnova-distiplin-dizayn-proektirovanie-i-risunok>
2. Козлов Н.И. Пирамида потребностей по А. Маслоу [Електронний ресурс] / Козлов Н.И. – 2013. // URL: <https://www.psychologos.ru/articles/view/piramida-potrebnoyey-maslou>
3. Летфуллина Г. Тренды 2018/2019: цвет, дизайн и текстиль [Електронний ресурс] / Летфуллина Г. // Интерьер + дизайн. – 2019 // URL: <http://www.interior.ru/design/trend/6206-brazil'skaya-plitka-tsvet-3d-i-drugie-trendy.html>
4. Мержевич В. Модели проектирования [Електронний ресурс] / Мержевич В. // URL: http://www.i2r.ru/static/512/out_21121.shtml
5. Умноое проектирование: 10+ советов и примеров [Електронний ресурс] // Elle decoration – 2019 // URL: <https://www.elledcoration.ru/how-to/design-tips/11-priyatnyh-sovetov-kak-sozdavat-komnaty-v-komnate-id6820922/>

. « », 1

: . . “ » . . .

ПРОПОРЦИИ ЧЕЛОВЕКА

Каждый художник, рисуя человека, должен постигать закономерность строения его тела и подлинно передавать, конструировать и изображать тело так, чтобы его части гармонично согласовывались между собой и целым. Еще с давних времен философов и художников интересовали пропорции идеального человека.

Впервые слово «пропорция» было введено в употребление Цицероном в I веке до н. э и в переводе на латынь означало платоновский термин «аналогия», «соотношение».

Какие же непосредственные критерии прекрасного были разработаны в античную эпоху?

Тщательное исследование дошедших до нас образцов скульптуры и ремёсел Древнего Египта показало, что искусство того времени имело каноны, то есть образцы, в которых древние художники обобщали свой опыт в изображении тела человека.

Так, в древнеегипетских гробницах были обнаружены «скульптурные модели». Эти модели были покрыты сетками квадратов, которые служили отправной точкой для выяснения соотношений различных частей тела.

Так же известны более поздние египетские каноны, в которых длина среднего пальца служила единицей измерения высоты фигуры человека и укладывалась в длину тела 19 раз. То есть, исходя из части как точной меры, они приходили к определению целого через умножение. Такой метод с самого начала конструктивно четко устанавливает объективную общую длину. Многие произведения скульптуры того времени стали образцами, канонами для художников последующих эпох, вплоть до наших дней.

Хорошо известны каноны, созданные выдающимися греческими скульпторами V и VI веков до н.э. Они создали пространство и воплотили объем. Но это не позволяло придерживаться египетских пропорций. Они продумывали и рассчитывали колоссальные статуи, глядя с высоты больших колоколен, и поэтому Фидий удлинил верхнюю часть туловища своей Афины. Таким образом, греки сознательно применяли учение о пропорции и трансформировали соотношения мер в зависимости от своей необходимости. Аргосский ваятель Поликлет применил в своей скульптуре «Дорифор» канон, который дал возможность совместить органическое деление фигуры с естественным движением и духовным миром. Голова составляет $1/7$ роста «копыеносца», лицо и кисть руки — $1/10$, ступня — $1/6$, а расстояние от глаз до подбородка — $1/12$.

Эти деления дали возможность сравнить их друг с другом по отношению к целому (в противоположность египетскому методу эта фигура исходила из того, что тело-это единое целое, состоящее из отдельных частей, и искала подобные или схожие по размер участки.) В более поздние периоды истории Древней Греции и Древнего Рима эти каноны считались образцами и широко применялись. Описание их оставили Цицерон, Плиний Старший, Гален и другие.

В эпоху Возрождения во многих странах Европы также предпринимались попытки вычислить идеальные пропорции. Анатомия стала базироваться на точном опытным исследовании тела человека, поэтому, в связи с накоплением новых фактов и наблюдений были низвергнуты догмы Галена, которые тормозили ее развитие. К изучению анатомии в ту эпоху обратились так же известные живописцы и скульпторы Антонио Полайоло (1429-1488) и Андреа Верроккио (1435- 1488).

Появляется знаменитый «Витрувианский человек» Леонардо да Винчи, который основан на канонических пропорциях римского архитектора и

инженера Витрувия (I век до н. э.). Именно его труды положили начало пластической анатомии как науки. На рисунке изображен мужчина в двух позах: одна вписана в круг, а другая в квадрат. Измерительные пункты распределяются в классификации тела органично: лицо (начало роста волос - подбородок) = $1/10$ общей длины; рука (запястье - конец среднего пальца) = $1/10$ общей длины; голова (темя - подбородок) = $1/8$ общей длины; яремная ямка - теменное возвышение = $1/6$ общей длины; нога (пятка - кончики пальцев ноги) = $1/6$ общей длины; конец среднего пальца - локтевой сгиб = $1/4$ общей длины; плечо = $1/4$ общей длины; размах рук (расстояние горизонтально вытянутых в стороны рук) = высота фигуры. Пропорциональная фигура Леонардо «Витрувианский человек», дает в практике рисования сопоставление отрезков между собой и по отношению ко всему целому, то есть золотое сечение.

А. Дюрер в 1928 году опубликовал свои рисунки пропорций в «Четырех книгах о пропорциях человека». В них он пришел к заключению, что красота человека не является абсолютной, а зависит от мнения окружающих людей. После своего второго путешествия в Италию он отошел от конструкции идеального канона красоты. Дюрер познал бесконечное многообразие явлений и постарался найти характерные типы, «каждый тип телосложения человека красив по-своему - необходимо избегать грубой бесформенности».

Американец Лумис в 1946 предлагает стандарты, которые совершенно не выдерживают критики с научной точки зрения. К сожалению, он не один придерживается такой точки зрения при изучении природы. Это доказывают некоторые из его американских сограждан, наставления которых об изучении движений и фигуры появились лишь совсем недавно на немецком языке в Швейцарии. Интересно, что Лумис дает различные стандарты пропорций: для жалкого плебея - только 7,5 высоты головы; человек из народа средней комплекции, идеальный тип, в 8 высот головы, вольный, свободный гражданин как инкарнация представительной элиты - в фигуре 8,5 голов; и, наконец, герои мифов - в 9 высот головы с крошечным мозгом, могучим упрямством, сандалиями, фиговым листком и диском, обольститель и сверхчеловек иллюстрированных журналов.

И сегодня исследователи продолжают искать принцип, обуславливающий привлекательность человека. Но даже Альбрехт Дюрер не мог решить какую оценку дать красоте: «Сама красота человека ставит наш взгляд под сомнение, поэтому, отыскав два разных типа человека, которые не являются ни один повторением другого, ни одна их часть или элемент, ни размер, ни характер, мы так и не понимаем в нашем сознании, что они прекрасны.» Таким образом, пропорции означают соотношение формы и объема тела человека, не обладая при этом никакой эстетической ценностью.

С другой стороны, оценка «красиво-некрасиво» зависит от человека, который оценивает красоту с точки зрения своего собственного опыта, переживаемых чувств, способности к потрясению, по своим интуитивным задаткам и темпераменту.

Конечно мы понимаем Дюрера, он должен был определить красоту как нечто относительное, зависящее от мнения людей. Мы же перед природой хотим оставаться свободными, насколько это возможно.

Нам следует понимать, что древняя система пропорций не должна дополняться новизной. Если мы понимаем происхождение этой системы, то это делает нашу работу и способ передачи более отчетливым и плодотворным. И если мы основываемся на каноне в 8 высот головы, то только по причине эстетического взгляда, так как эта мера является» эстетично красивой «

Shevchenko Eva, a 1-st year student of Fine Arts Faculty

Scientific adviser: Kuznetsova V. M.

SALVADOR DALI AS THE WORLD'S BEST-KNOWN SURREALIST ARTIST

Salvador Dalí (11 May 1904 – 23 January 1989) is a Spanish surrealist painter. Dalí was an influential surrealist and avant-garde painter. He also experimented with film, sculpture, and photography. Salvador Dalí was one of the most iconic painters of the Twentieth Century, with a range of imaginative, striking and surrealist work. His works were influenced by classical Renaissance masters, but he also enjoyed painting with a new avant-garde approach.

Dalí was born in Catalonia (a region of Spain in 1904) and placed great emphasis on his Arabic lineage (descendant of the Moors). He stated that this Arabic lineage influenced his approach to life and was a factor behind his love of luxury and oriental clothes. Dalí had a habit of doing eccentric things which polarised opinions. His eccentric manner was a reflection of his art and vice versa. The fact that he was always in the limelight made his paintings more famous. He could also display a supreme confidence.

Dalí employed extensive symbolism in his work. For instance, the hallmark «melting watches» that first appear in *The Persistence of Memory* suggest Einstein's theory that time is relative and not fixed. The idea for clocks functioning symbolically in this way came to Dalí when he was staring at a runny piece of Camembert cheese on a hot August day.

The elephant is also a recurring image in Dalí's works. It appeared in his 1944 work *Dream Caused by the Flight of a Bee Around a Pomegranate a Second Before Awakening*. The elephants, inspired by Gian Lorenzo Bernini's sculpture base in Rome of an elephant carrying an ancient obelisk, are portrayed «with long, multijointed, almost invisible legs of desire» along with obelisks on their backs. Coupled with the image of their brittle legs, these encumbrances, noted for their phallic overtones, create a sense of phantom reality. «The elephant is a distortion in space», one analysis explains, «its spindly legs contrasting the idea of weightlessness with structure.» «I am painting pictures which make me die for joy, I am creating with an absolute naturalness, without the slightest aesthetic concern, I am making things that inspire me with a profound emotion and I am trying to paint them honestly.» – Salvador Dalí, in *Dawn Ades, Dalí and Surrealism*.

Both Dalí and his father enjoyed eating sea urchins, freshly caught in the sea near Cadaqués. The radial symmetry of the sea urchin fascinated Dalí, and he adapted its form to many art works. Other foods also appear throughout his work.

Once Dalí hit on that method, his painting style matured with extraordinary rapidity, and from 1929 to 1937 he produced the paintings which made him

the world's best-known Surrealist artist. He depicted a dream world in which commonplace objects are juxtaposed, deformed, or otherwise metamorphosed in a bizarre and irrational fashion. Dalí portrayed those objects in meticulous, almost painfully realistic detail and usually placed them within bleak sunlit landscapes that were reminiscent of his Catalonian homeland. Perhaps the most famous of those enigmatic images is *The Persistence of Memory* (1931), sometimes called 'Soft Watches' or 'Melting Clocks,' in which limp melting watches rest in an eerily calm landscape. It has become an iconic artwork of the twentieth century – amongst other things it points to the illusion of time. With the Spanish director Luis Buñuel, Dalí made two Surrealistic films—*Un Chien andalou* (1929; *An Andalusian Dog*) and *L'Âge d'or* (1930; *The Golden Age*)—that are similarly filled with grotesque but highly suggestive images.

In the late 1930s Dalí switched to painting in a more-academic style under the influence of the Renaissance painter Raphael. He spent much of his time designing theatre sets, interiors of fashionable shops, and jewelry as well as exhibiting his genius for flamboyant self-promotional stunts in the United States, where he lived from 1940 to 1955. In the 1960s, he began work on the Dalí Theater and museum in his hometown of Figueres. This proved to be an important body of his work. In 1982, he was awarded the title the Marquis of Pubol by King Juan Carlos of Spain.

Dalí died in 1989, at the age of 84, from heart failure. He is buried in the crypt of Teatro Museo in Figueres. It was a talented, unique personality, not like any of the other people. Piece of art of genius excite the minds of people to this day.

References:

1. "Salvador Felipe Jacinto Dalí y Domenech". Encyclopaedia Britannica. Retrieved from: <https://www.britannica.com/biography/Salvador-Dali>
2. "Salvador-Dali". Retrieved from: <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/why-gala-dalimuse-model-and-artistwas-more-just-salvadors-wife-180969776/>
3. "Short bio Salvador Dalí". Retrieved from: <https://www.biographyonline.net/artists/salvador-dali.html>
4. "Salvador-Dali". Retrieved from: https://en.wikipedia.org/wiki/Salvador_Dalí

. ., 2

.. . . .

ПАНК-ДИЗАЙН У БРИТАНІЇ В ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ 1970-Х ТА ЕТАПИ ЙОГО ЕВОЛЮЦІЇ

Панк-дизайн – це течія, що зародилася в кінці 1970-х в Британії. В його основу ліг феномен панк-року. Панк-рок став найбільш вагомим постпсиходелічним музичним стилем і ознаменував, можливо, останній сплеск протестної активності європейської молоді. Існували, перш за все, економічні передумови для виникнення панківського руху: в 1975-1976 роках Англія переживала пік безробіття, економіка тріщала по швах, інфляція досягла небачених масштабів. Сотні тисяч підлітків, що закінчили школу не мали можливості влаштуватися на роботу і жили на нерегулярні виплати по безробіттю. У той час субкультура виглядала наче юнацьке повстання. Насправді вона стала частиною великого постмодерністського руху.

Існує розповсюджена теорія, згідно якої панк-рок був «пустим мистецтвом» тотального заперечення і не мав ніякого уявлення про попередній розвиток художньої культури. Насправді, якщо розібратися в тому, хто ж був зачинщиком панк руху, ми визнаємо, що і продюсер Sex Pistols Малькольм Макларен, і перший панк-дизайнер Джеймі Рід були випускниками художніх шкіл, а значить, представниками певного прошарку культурної інтелігенції. В цьому полягає важливе зіставлення панк-року – виконували його здебільшого непрофесійні безробітні музиканти з робочих кварталів, але ідеологію та стиль ініціювали зовсім інші люди. Дуже справедливо відмічав Пітер Йорк, що в оригіналі панк-рок зовсім не був пустим мистецтвом, в його багажі, навпаки, було забагато творчих ідей – звідси всі ці маніфести, все це демонстративне «антимистецтво». Інша справа, що панки з задоволенням культивували свій образ пустоголових, позбавлених будь-якої художньої рефлексії анархістів.

Все це вплинуло на формування графічної мови і знайшло відображення в оформленні конвертів для платівок та афіш до концертів. Можна виділити кілька «китів», на яких стояла ця індустрія:

- Вплив дадаїстського мистецтва.
- Актуалізація у своїй графіці вже існуючих витворів мистецтва.
- Віра у свої принципи, яка, у свою чергу породила справжню «первісну» простоту і свободу. Це звільняло від кайданів традиційного погляду, мейнстріму, проголошуючи девіз Do It Yourself та настрій антиістеблішменту.

Для більш детального розуміння цих принципів слід звернутися до персональної виставки німецького художника-дадаїста Джона Хартфілда, яка пройшла у Лондоні в 1978 році. Натхнений його творчістю, панк гурт Siouxsie & the Banshees випустив сингл «Mittageisen», конверт якого відтворював фрагмент хартфілдського фотомонтажу 1935 року «Ура, масло закінчилося!». На ньому була зображена поважна німецька родина, що з задоволенням поїдала на обід різноманітні залізни предмети – буквально реакція на фразу Герінга про те, що «Залізо завжди робило державу сильною, а масло лише робило людей товстими»[1]. Риси хартфілдівського стилю присутні також на обкладинці платівки «Whatever Happened to the West» гурту Another Pretty Face, а також на конверті альбому «Bullshit 2» гурту Crass. У цьому прикладі прослідковуються всі три описані вище пункти: прямий вплив дадаїстів, специфічне художнє піратство, а також аналіз соціальних проблем. Це саме «специфічне художнє піратство» окрема цікава тема візуального мистецтва панк-руху. Наприклад, плакат Пенелопи Хьюстон, що анонсував виступ гурту Avengers, був, по суті, репродукцією відомого «Крику» Едварда Мунка.

А саму історію панк-дизайну можна поділити на три етапи.

На першому етапі відбулося часткове відродження «чорно-білої» революції початку 1960-х. Колір використовувався епізодично або не використовувався взагалі. Про це свідчать обкладинки ключових платівок епохи: перших двох альбомів гурту Clash, альбому «Fresh Fruit for Rotting Vegetables» гурту Dead Kennedys та дебютної платівки Ramones.

Різка контрастна фотографія витіснила з альбомного дизайну ілюстрацію, музиканти на обкладинках, як правило, беземоційні. Винятком були навмисно депресивні образи – все ж панк позиціонувався як музика розчарованих.

Але в той же час, панк-рок декларував свою безпосередність і простоту, тому в графічному дизайні кінця 1970-х з часом розвивається своєрідна неоекспресіоністська лінія. Це стало другим етапом. Для нього характерна, в першу чергу, популярність «естетики крику». Панк-дизайнери створювали переконливі експресивні образи: альбоми «On Bondage Up Yours!» гурту X-Ray Spex та «Killing of Reality» гурту Undead. В цьому контексті метафоричне зауваження Ніколаса Шеффнера про те, що «рух панк-року почався як крик заперечення» є дуже влучним.

Як третій етап панк-дизайну можна виділити творчість Джеймі Ріда та його ідеологічно опозицію поп-арту. Джеймі Рід був першим прославлений панк-дизайнером, що оформив конверт революційного синглу Sex Pistols «God Save the Queen», а потім обкладинку їхнього альбому.

Стиль Ріда суттєво відрізнявся від стандартної панківської графіки, перш за все, своїм тяготінням до поп-арту, яке виражалося у прагненні до яскравих локальних тонів і у використанні образів популярних медіа фігур. Мальована ілюстрація переважала над фотографією. Із дешевих шовкографських плакатів французьких ситуаціоністів Рід запозичив специфічний «стрибучий» шрифт. Цей шрифт став втіленням неконтрольованої енергетики панк-рок дизайну. Але інші стилістичні прийоми Ріда були забравлені панк-дизайном як занадто поп-артистські. Це підводить нас до важливого спостереження: панк-рок був першим напрямком в популярній музиці, що став у жорстку стилістичну опозицію поп-арту. Це легко пояснити: Уорхол, з його прагненням до комерційного мистецтва, уособлював для панків той самий художній мейнстрім, проти якого була спрямована їхня культурна революція. До того ж, нагадує Пітер Йорк: «Уорхол навчив своє покоління любити естетику нудьги і повсякдення»[2], а для панків нудьга дорівнювала депресії. В кінці кінців, поп-артистська гладкість і «відполірованість» фактур в панк-дизайні була відкинута. Тож можна стверджувати, що і в поп-арті, і в панк-дизайні активно експлуатувався принцип стилістичного піратства, але сам стиль панк-року був далеким від поп-арту.

Таким чином, проаналізувавши функціонування панк-дизайну у Британії в другій половині 1970-х та етапи його еволюції, можна зробити наступні висновки:

- Існували економічні передумови, що призвели до виникнення панк-дизайну.
- Панк-рок змішав у собі прошарок молоді культурної інтелігенції та юнаків з робочих кварталів, створивши таким чином ідеологічно наповнену і характерну своєю безпосередністю течію.
- Фундамент панк-дизайну утворювали три основних пункти: вплив дадаїстів, специфічне піратство, вірність принципам.

Історію панк дизайну можна поділити на три етапи: ахроматична гама та депресивні образи, неоекспресіоністська лінія та естетика «крику», творчість Джеймі Ріда та ідеологічна опозиція поп-арту.

Панк-дизайн етапу Джеймі Ріда та поп-арт мали багато спільних візуальних прийомів, проте ідеологічно воно були антагоністами.

Список джерел:

1. Галкин Л. Дизайн рок-музыкальных альбомов 1960-1970-х гг. Часть 4. Панк-рок. URL: <https://www.zvuki.ru/R/P/22894/> (дата звернення 12.03.2019)
2. Галкин Л. Дизайн рок-музыкальных альбомов 1960-1970-х гг. Часть 4. Панк-рок. URL: <https://www.zvuki.ru/R/P/22894/> (дата звернення 13.03.2019)
3. Панк-революция в Англии 1970-1980-х гг.: субкультура без табу. URL: <https://kulturologia.ru/blogs/290815/26024/> (дата звернення 03.04.2019)
4. Hyndman S. Панк та графічний дизайн: з 1970-х років разом. URL: <https://telegraf.design/pank-ta-grafichnyj-dyzajn-z-1970-h-rokiv-razom/> (дата звернення 15.04.2019)

... 4 , « »

ЛІТОГРАФІЯ ЯК СПОСІБ ПЕРЕДАЧИ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ Й МИСТЕЦТВІ

Літографія і хромолітографія заслуговують окремого вивчення не тільки як способу друку та тиражування, які є прикладними для графічного дизайну, а й в силу своїх можливостей передачі творчого задуму дизайнера, художника. Історія розвитку процесу друкування й декорування в глибоку старовину включала також такі технології як циліндричний і трафаретний друк, ксилографія, друк за допомогою рухомих літер тощо. Протягом декількох століть зображення створювалися шляхом гравірування, травлення, техніки меццотінто. Кожен з цих способів друку був рельєфним [1]. У 1796 році з'явився новий спосіб друку — літографія. Родоначальником літографії вважається драматург і музикант з Баварії Алоїзіус Зенефельдер, який сконструював літографічний друкарський верстат і відкрив літографічну друкарню в Мюнхені в 1806 році [3].

Слово «літографія» походить від давньогрецьких слів «*lithos*» – камінь і «*graphein*» – писати. Набором олійної крейди або літографською тушшю художник наносить на поверхню каменя дзеркальне відображення оригіналу. Площа пробільних елементів притягує вологу й відштовхує літографічну туш. Области із зображенням її утримують. Зображення закріплюється спеціальним протруюванням, а розмножується за допомогою аркуша паперу з високим вмістом бавовни. Фактурний візерунок, що утворюється після висихання туші, присутній на кінцевому зображенні і є його унікальною особливістю. Очевидно, що такий метод дозволяє відтворити олівцевий штрих, мазок пензля, кольорове зображення, що є проривом в якості високохудожнього способу тиражування [6].

Хромолітографія як кольорова літографія з'явилася дещо пізніше й являє собою послідовне друкування з каменів, на кожен з яких наноситься частина оригіналу різних кольорів до ступеня повноти колориту естампу. Патент на техніку хромолітографії у 1837 році отримав німецький майстер Мельхаузен Годфруа Енгельманн, хоча в 1833 році російський майстер Корнелій Тромонін вже зробив кольорову ілюстрацію до книги про князя

Святослава Ярославовича «Сімейство Святослава» [4], але не запатентував свій винахід.

Літографія і хромолітографія стали видами графічного мистецтва і способами ілюстрування й тиражування. Серед відомих робіт, створених за допомогою цих технологій, плакати Тулуз-Лотрека для Фолі Бержер і Мулен Руж, портрет преподобного Грінвуда Вільяма Шарпа, «Босоногий хлопчик» Луї Пранг, освітні ігри та книги для дітей Лотара Меггендорфера, обкладинки для нот Августа Хена, альбом «пам'ятки Москви» Корнелія Тромоніна, альбоми водяних знаків Лауцяковічуса і Маццока і багато інших. Окремо відзначимо роботи в цьому жанрі як великих класичних майстрів (Брюллов, Репін, Шишкін, Саврасов, Гойя), так і імпресіоністів (Моне, Дега, Ренуар). Шагал, Матісс, Пікассо — всі вони досліджували літографію, відкриваючи нові техніки згідно своїм задумам: кольорові площини Матісса, лінійний і дещо «грубий» стиль Пікассо, ретельно продуманий сюрреалізм Ешера... Художник Джон Джеймс Одубон випустив працю «Птахи Америки», за допомогою хромолітографії бездоганно точно передавши своєрідність кожного птаха. Багатотомні видання: «Французи в їх власному зображенні», «Наші, списані з натури», «Іспанці, які намалювали самі себе» є енциклопедіями національного життя, літографічні ілюстрації до яких відтворюють живий образ і колорит епохи [2]. Літографія і хромолітографія затребувані й ексклюзивними виробництвами, такими як майстерня посуду Корнілових, Tiffani, а також при друці грошових знаків і документів [5].

Висновок. Історична роль літографії як високохудожнього способу репродукції полягає в тому, що вона дала поштовх розвитку ілюстрованого друку, численних видів тиражної графіки — журнальної і газетної, географічних карт, креслень, документів, естампів, каталогів, преїскурантів, етикеток, оголошень, афіш і плакатів. У наш час цей вид друку витіснений сучасними аналогами — офсетним і цифровим друком, які більшою мірою задовольняють прикладним потребам графічного дизайну і, особливо, його комерційній складовій. На жаль, останнім часом ця складова витісняє художню з графічного дизайну, який все більше використовується як засіб психологічного впливу, в тому числі, в комерційних цілях, ґрунтуючись на техніках маніпулювання в більшій мірі, ніж на стилізації як на способі передачі образу. Одночасно з цим, сучасні технології дозволяють демонструвати таку кількість «ультрамодних» ефектів, що часом від них рябить в очах, а їх використання перетворюється на самоціль. Зазначене вище призводить до того, що почуття гармонії втрачається, і кінцевий продукт перестає мати спільні риси з графічним дизайном як проектно-художньою діяльністю. Вся історія літографії і хромолітографії, інтерес до неї великих майстрів усіх жанрів, використання її в ілюстраціях вказує на її здатність передавати живий художній образ, задуманий автором, і повертає нас до рукотворності, яку часом графічні дизайнери забувають.

Література:

1. Клайд Ж. Літографія. Искусство, прошедшее сквозь века, 2017. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://mdeksperiment.org/post/20170115-litografiya-iskusstvo-proshedshee-skvoz-veka>.

2. Куприянова Т.Г. История книжного дела в Европе: учебное пособие, М.: Центр дистанционного образования МГУП, 2011.
3. Лещинский А.А. Основы графики: Учеб. пособие. Гродно: ГрГУ, 2003. 194 с.
4. Немировский Е.Л. Мир Книги. С древнейших времен до начала XX века. М.: Книга, 1986. 288 с.
5. Никифорова Л. Востребованная и дорогая хромолитография на фарфоре братьев Корниловых, 2018. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://nikiflove.ru/vostrebovannaya-i-dorogaya-hromolitografiya-na-farfore-bratev-kornilovyh/>.
6. Суворов П.И. Искусство литографии: практическое руководство для художников. М.: Искусство, 1947. 254 с.

.., 5

МИСТЕЦЬ ВОЛОДИМИР БЕЗУГЛОВ З ПОЛТАВИ

Творчість полтавського художника Володимира Безуглова – один з прикладів того, якими шляхами розвивалася українська графіка другої половини ХХ – початку ХХІ ст. Роботи цього мистця відзначаються високим професіоналізмом, цікавим підходом у відчутті сучасності, монохромною палітрою кольорів та головне – незвичними образами.

В. Безуглов як художник формувався у непростий час, коли радянський режим був послаблений, але певний тиск з боку держави все ж зберігався. Як розповідав сам мистець, чимало робіт, які відправлялися на виставки, через існуючу цензуру, часом вилучалися і не поверталися автору, якщо відповідну комісію не влаштував сюжет. Тому на початку творчого шляху В. Безуглий більше дотримувався усталених на той час норм. Лише на початку 90-х років, коли українське мистецтво в умовах здобуття державою незалежності активно переорієнтується на нові горизонти, нові пошуки, нову мову виразності, полтавський мистець не стає виключенням, не залишається осторонь змін, що відбувалися.

Тема творчості В. Безуглого є малодослідженою, про даного художника мало відомостей, але бути першовідкривачем – не просто цікаво, але і важливо в контексті глибшого вивчення художніх процесів в українському мистецтві межі ХХ і ХХІ ст. Володимир Безуглов входить до Національної спілки художників України. Закінчив Харківський художньо-промисловий інститут, за спеціальністю «промислова графіка», учень видатного українського графіка В. Ненадо [1], тобто пов'язаний із харківською школою графіки. Саме Ненадо вплинув на творчість художника, на його становлення. Завдяки йому Безуглов займався офортом на початку свого творчого шляху. Це був основний вид його творчості деякий час.

Дослідивши і проаналізувавши офорти Володимира Безуглова, ми дійшли висновку, що його образи змінювалися, еволюціонували за певний проміжок часу. Вони ставали більш алегоричними, дещо сюрреалістичними, художник досяг нових принципів трактування форми, фігури людей дещо стилізовані. В серії офортів «Данко» 1986 року присутнє традиційне зображення людських фігур, історичний сюжет і академічна композиція. Але

вже в серії офортів «Ікар» 1986 року він вводить незвичні образи різних комах і скелетів, які стали впізнаваним елементом і його візитівкою. Як стверджує сам автор, на це його надихнув Кафка. Вже 1989 року в серії офортів «Гра» це вже відшліфовані вміння. Саме ця стилізація людського тіла, додавання деталей, які несуть смислове навантаження і певну символіку.

Творчий експеримент виявився головною ознакою, фірмовим стилем, який сформувався у митця вже після завершення навчання. Проте гадаю, саме Ненадо вплинув на молодого художника, саме він привив любов до офорту, який став провідним у його творчості. Проте з часом Володимир Васильович починає займатись живописом.

Спочатку це були більш стримані за кольором картини, більш гризальні. Але вже з 1990 року автор вводить у свою палітру кольоровий пігмент. Перші живописні картини були дещо графічними, відчувається те, що художник має достойну підготовку. Його живопис нагадує графіку саме своєю чіткістю, мистецьким володінням рисунком, промальованістю усіх деталей. В живописі також продовжилася гра з формою і введення додаткових деталей. На запитання, звідки беруться дані образи і задум, автор відповідає: «Конструкція зв'язків і інтерпретація мотивів картин – це завдання мистецтвознавця і в цю справу він не хоче вмішуватись», така відповідь була дана для кореспондентів, які створювали каталог «Художники України – в наше время»[2]. На моє подібне запитання, художник також не відповів, єдине що сказав – це те, що йому прийшло у голову і він захотів це відобразити.

Як стверджує портал Artsin.ua: «Митець має помітний індивідуальний почерк, досконало володіє різними технічними засобами графіки та живопису» [3]. Ми погоджуємось з цим твердженням, але гадаю, що у графічних роботах художник розкрився більше. На даний момент митець працює над серією живописних робіт «Предмети», за технікою виконання нагадує голландський живопис, який художник вважає взірцем і найвищим проявом майстерності у мистецтві.

Безуглов Володимир Васильович – експонент виставок з 1969 року, як всеукраїнських (Харків, Київ, Полтава), так і закордонних (Німеччина, Швеція, США та ін.) [4]. Митець показав себе як талановитий педагог, свої професійні знання втілює у роботі з студентами Полтавського національного технічного університету ім. Ю. Кондратюка, де працює й нині на кафедрі образотворчого мистецтва.

Список джерел:

1. Ханко В. М. Енциклопедія сучасної України. Безуглов Володимир Васильович [Електронний ресурс] – [Режим доступу]:http://esu.com.ua/search_articles.php?id=41613
2. Artsin.ua. Безуглов Володимир Васильович [Електронний ресурс] – [Режим доступу]:<https://arts.in.ua/artists/Besuglov/>
3. «Художники України – в наше время». – М.: ФРН, Корнвечтхайм, Друкхаус Мюнстер, 1991р. 10 робіт

**ВСЕУКРАЇНЬСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ
ХДАДМ ЗА ПІДСУМКАМИ РОБОТИ 2018/2019 НАВЧАЛЬНОГО РОКУ**

.....	3
« -	
» « ».....	5
.....	5
.....	10
.....	14
« »	
(« »)	15
..... « »	21
.....	24
..... 10	26
.....	33
..... 1970-80-	34
(.....)	34
..... :	36
.....	38

ЗА ПІДСУМКАМИ РОБОТИ 2018/2019 НАВЧАЛЬНОГО РОКУ

.....	40
.....	43
..... «montessori» ..	45
..... 30-60-	48
..... « »	50
.....	52
.....	54
.....	56
.....	58
.....	60
.....	62
..... 1920–1930-	65
..... “ angram”:	67
..... :	69
р « »	74
.....	76
..... « » ..	76

.....	78
CG	80
i - : -	81
.....	84
.....	87
..... :	89
.....	91
..... -	93
..... :	96
..... 1920-	97
.....	99
.....	103
.....	106
..... -	108
.....	110
.....	112
.....	113
.....	114
..... -	116
.....	118
..... -	120
..... ' :	123
..... '	127
..... :	129
..... «VOGUE»	130
..... :	131
..... «VESNA»	133
.....	135
.....	137
.....	139
..... '	140
..... -	141
.....	143
.....	144
.....	148
..... -	151

.....	152
Mykhailova O. Ukrainian contemporary art galleries.	153
.....	155
..... «.....»	157
.....	159
..... «BlockchainUA»	161
.....	163
.....	165
«VESNA»	167
.....	169
..... —	171
.....	174
.....	177
.....	180
.....	182
.....	185
..... —	186
.....	188
.....	191
.....	197
.....	200
.....	203
..... —	204
.....	207
.....	208
..... —	210
..... :	211
..... :	212
.....	214
.....	216
Kharkhalova O. The Importance of Typography in Graphic Design	217
..... :	219
..... —	220
..... Trends of modern etching school in Kharkiv Region	222
.....	223
.....	224
..... — «.....»	226

.....228

Shaposhnikova A. Polish book Illustration 230

.....231

.....234

Shevchenko E. Salvador Dali as the world's best-known Surrealist artist 237

.....1970- 238

.....241

.....243

2018/2019

25 2019 .

860 20.03.2002 .

31.05.2019. 60 80 1/16. : . : .

. . 15.50. 100 .

, 61002, -2, . , 8.

61002, . , . , 8.