

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

**ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ  
ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ  
І ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ХДАДМ**

**ЗА ПІДСУМКАМИ РОБОТИ 2020/2021 НАВЧАЛЬНОГО РОКУ**

28 травня 2021 р.

Харків 2021

**2020/2021** // .28  
2021 ., . - , 2021. - 208 .  
( ., , . .)

editorksada@gmail.com

## РАННЕЕ ВОЗРОЖДЕНИЕ В ИТАЛИИ

Цивилизации Месопотамии, Египта, Греции и Великого Рима становятся основой изобразительного искусства Европы. С 313 года официальной религией римской империи становится «Христианство». Церковь становится влиятельной силой и подчиняет себе не только религию, но и искусство, а так же, в какой-то степени, политику христианских стран.

В 5 веке Западная Римская империя прекратила свое существование. На территории Восточной Римской империи образовалось мощное государственное образование – Византия, которое наследовало античные традиции Греции, Малой Азии, Египта и других стран. В эпоху Византийской империи под влиянием государственной религии и церковных традиций, ведущими видами искусства становились росписи стен и мозаики, а не скульптура, как это было в Древней Греции. В скульптуре церковь усматривала «идолопоклонничество», а несколько позже «иконобочество» – уничтожение икон. Религиозное мировоззрение определило характер Европейского искусства эпохи Средневековья. Культы страдания и умерщвления плоти – аскетизм. В творчестве мастеров исчезает представление о красоте человека и окружающего мира. Содержанием и темами живописных, скульптурных рельефов и мозаик служили легенды из библии.

В начале 15 века в Италии и других странах Западной Европы происходит переход от плоскостно-декоративной канонической живописи Византии, к новому пластическому языку – цветотональному решению композиции в живописи.

Византийское искусство использовало каноны, правила и приемы решения композиции иконописи, технические и технологические способы нанесения красочных слоёв масла и лаков по левкасу. Каноническое искусство Византии и стран Восточной Европы имеет разные школы, но можно наблюдать определённые правила и технические приёмы – «условность изображения». Художник передаёт природный объект согласно канону, а не так как воспринимает его глаз человека в реальной жизни. Иконописное изображение природы превращается в символ или знак, лицо человека – в «образ», кусок камня – в «гору», небольшой куст – в дерево. Икона становится подобна каноническим изображениям Древнего Египта. Цвет может определять не только локальный цвет предмета, но и иметь символический характер в зависимости от назначения иконы – быть талисманом, оберегом, источником всех благ и т.д. Условное изображение не имеет «широкого» диапазона в иконописи, так как ограничено канонем – набором «определённых» изобразительных приёмов и правил. Изобразительное искусство Византийской им-

перии имело влияние на страны Восточной и Западной Европы, в том числе и на культуру Италии.

Красота и гуманизм античного художественного идеала «греческого гения» олицетворяло разумное и светлое начало окружающего мира. Итальянцы 15 века хотели возродить искусство античности, и восторгались совершенством греческих и римских скульптур, величественными архитектурными сооружениями, а также литературными произведениями античных авторов. Гуманисты не могли воскресить «древнее искусство», так как прошло много веков и искусство Возрождения было связано с культурой Византии и Средневековой Европы, а также влиянием на изобразительное искусство христианской религии.

Искусство Италии 13-14 веков стало основой эпохи Возрождения и традициями искусства городов-государств. Искусство Возрождения связано с развитием культуры и науки Европы и Востока, а также новыми технологиями в разных сферах человеческой деятельности.

Раннее Возрождение, или кватроченто (15 век) и Высокое Возрождение (конец 15 века и первая половина 16). В начале 15 века у образованных людей наблюдается «равнодушие» к религии. В центре внимания, как и во времена античности, становится человек. Мастера визуальных искусств «твердо стояли» на земле, и не боялись наполнить жизненным содержанием христианскую легенду, впоследствии их называли «гуманистами».

Люди эпохи Возрождения изучали античную историю и последние достижения науки и искусства. В «литературной» библейской истории гуманисты видели не только «религию», а накопленный человеческий опыт в течении тысячелетий.

Лидирующее положение в Италии 15 века занимал город Флоренция, где были созданы благоприятные условия для развития торговли и банковского капитала. Развитие Флоренции связано с правителями города – герцогами Медичи, их капиталом и благотворительной деятельностью, что дало возможность создать грандиозные архитектурные сооружения, монументальные и станковые скульптуры, а также росписи стен и станковые живописные произведения. Сотрудничество Козимо Медичи с городскими властями сделало Флоренцию влиятельным городом Италии. Флорентийское искусство занимает ведущее положение среди других итальянских школ. Брунеллески, Донателло, Мозаччо стали «отцами» эпохи Возрождения.

В период кватроченто живописцы вводят в изображения библейских легенд пейзажные и жанровые мотивы. Мозаччо нашел новые художественные средства и дал толчок развитию нового направления в живописи, создав законченную художественную систему. Отличительной чертой нового направления итальянской живописи 15 века становится перспектива. В начале 15 века наука взаимодействует с искусством: в архитектуре – золотое сечение, в живописи – линейная перспектива и техники живописи.

Принято считать, что законы центральной перспективы были открыты арабским исследователем в городе Александрия, что давало возможность изображать объекты в трёхмерном измерении на плоскости холста или сте-

ны, а также создать иллюзию «свода» или «неба» на поверхности плоского потолка. Трёхмерное изображение давало возможность приблизиться к пространственному видению человека, к реальному восприятию пейзажа, бытовых и жанровых сцен.

В некоторых случаях «увлечение» перспективой приводило к потере световой среды, и изображение становилось похожим на «чертёж». Перспектива становится важным изобразительным средством и помогала расширению живописного пространства.

Восприятие мира человеком – это «историческая картина» в реальных условиях, определённом месте, действии и времени. Композиционное решение не было сковано каноном, что давало художникам больше вариантов в выборе сюжетов одной и той же темы, а также пластическому решению разных предметов, форм и деталей. Реалистическое изображение цветотональных отношений и точного рисунка по законам линейной перспективы приближало изображение к объективному зрительному восприятию и облегчало прочтение сюжета зрителем. Возникает своеобразное понимание художественной правды. Библейские сюжеты изображены на площадях и улицах городов 15 века и имеют возвышенный исторический характер. Художники после Мозаччо смотрят на мир глазами исторического живописца.

Сандро Боттичелли – самый известный художник 15 века во Флоренции. Одна из фресок мастера находится на стене Сикстинской капеллы. Античная мифология и исторические события была темой светских картин эпохи Возрождения. Наиболее значимые картины «Весна» и «Рождение Венеры» наполнены нежным ритмом обнаженного тела Венеры, подобно изгибу цветка и имеют обаяние древней богини в сочетании с томностью и загадочностью мадонны. Разработку темы неземной красоты женщины можно наблюдать также и в поэзии, в первую очередь это произведения Данте и Петрарки.

Итальянские художники увлекались античностью и в начале 15 века, но редко использовали античные темы, в тоже время библейские персонажи могли иметь черты античных героев. В конце 15 века Боттичелли и другие художники стали часто использовать античные мифы. У мадонн Боттичелли, особенно в поздних работах, бескровные бледные лица, детский широкий рот и стройная шея. Боттичелли в поздних работах мало применяет светотеневую лепку, а в большей степени использует тонкую нервную, беспокойную линию. Творчество Боттичелли – последний период развития флорентийской живописи 15 века.

После падения Константинополя и укрепления северных городов приоритет Флоренции был потерян. Многие области Италии испытывали влияние Флорентийской школы живописи – это Сиена и Умбрия, Венеция и города Северной Италии.

Художники Умбрии смягчили некоторую «жесткость» мастеров Флоренции. Пьера дела Франческа один из самых известных умбрийских мастеров.

В Северной Италии в 15 веке известные мастера работали в Вероне. Андреа Мантенья был одним из самых крупных мастеров Северной Италии и испытал влияние флорентийской школы, а также античного искусства Древнего Рима. Фигуры словно вылеплены, чёткие формы складок, одинаково

чётко переданы, как предметы первого плана, так и далёкое окружение. Картины лишены воздуха, имеют чеканные формы.

Знаменитый художник Раннего Возрождения Пьетро Вануччи прозванный Перуджино был учителем Рафаэля. Мастерская Перуджино создала большое количество картин, которые пользовались популярностью у современников. Примером школы Перуджино может служить картина «Оплакивание Христа». Художниками мастерской Перуджино были расписаны церкви в разных городах Италии.

Венецианская живопись имела давнюю историческую традицию. Венецианская Республика имела мощный военный и торговый флот. Издавна Венецианские купцы осуществляли торговые операции с Востоком. Культурные традиции Венеции испытывали влияние разных областей и стран Средиземного моря, а также стран Западной и Центральной Европы, Византии.

Самым известным художником в Венеции в 15 в. был Джованни Беллини. Красоту Венеции нельзя описать словами. Красота лагуны и отражение палаццо в каналах, изумрудный цвет воды и тонкие оттенки голубого неба. Венецианская школа отражала колористическое богатство и эмоциональную выразительность.

К Венецианской школе живописи в эпоху Возрождения примыкают террафермы (твёрдая земля), примыкающие и подвластные Венеции области (местные художественные центры).

Художники Возрождения искали в пластическом образе конкретного человека, его характер и индивидуальность. Реализм становится основной движущей силой изобразительного искусства.

Взаимодействие разных городов, в которых особую роль имел «вечный» город Рим и центральная Италия в период кватроченто, стали фундаментом эпохи Высокого Возрождения, и как следствие появление ряда художников, которые предопределили дальнейшее развитие всей Европейской живописи – Леонардо да Винчи, Рафаэль, Микеланджело, несколько позже в Северной Италии – Джорджоне, Тициан, Палладио.

Пластическое решение картин эпохи Возрождения носит реалистический характер. «Картина» воспринимается зрителем любой нации и национальности, и носит характер объективного восприятия человеком трехмерного пространства.

Окружающий мир служит человеку не только источником познаний, но и творчества в разных видах искусства. Когда художнику не хватает информации, он достраивает изображение на основе своей зрительной памяти и жизненного опыта.

Новые композиционные решения повлекли изменения технических приемов нанесения красочных слоев. Итальянское Возрождение 15 века – новый этап в развитии мирового искусства, и получило дальнейшее развитие в 16 веке. Художники пристально наблюдают природу и ищут новые формы цветовых и композиционных решений. Искусство Высокого Возрождения отличалось единством, но каждый художник выявлял свою индивидуальность. Возникло новое искусство и эстетика, что явилось новым этапом в развитии мирового визуального искусства.

## ИСКУССТВО ДРЕВНЕГО РИМА

Греческая цивилизация развивалась в течении семи столетий и стала основой культуры великой державы Средиземного моря – Древнего Рима. В 146 году до н.э. с падением города Коринфа заканчивается греческий период античной живописи.

Исторические источники относят основание Рима к 755 году до н.э., маленького поселения ставшего впоследствии городом-государством, подчинившим себе племена и государства (Этрурия), полисы греков и финикийцев на Аппенинском полуострове, а также другие регионы побережья Средиземного моря. История Древнего Рима связана с непрерывными гражданскими и захватническими войнами. Легендарными основателями Рима были Ромул и Рем, которых вскормила волчица. Памятник ей был создан этрусскими скульпторами и долгие века был символом «жестокого могущественного» Рима. Города рождаются из воды, отмечал Плиний, реки и моря становятся стимулом торговли и жизни города. Средиземное море давало возможность осуществлять военные экспедиции и торговлю во всех частях обширной территории государственного объединения.

Фундаментом могущества Рима являлась мощная армия и флот. Легионы римлян подобно спартанцам и войску Александра Македонского были объединены «железной» дисциплиной. Взаимодействия отдельных отрядов и их соединения создавали слаженный и подвижный строй, что давало возможность вести организованные действия, как отдельных групп воинов, так и всего воинского соединения, подчиненного единой воле полководца. Римское государство существовало за счет постоянных завоеваний новых территорий и их жителей, грабежа покоренного населения, которое частично превращали в рабов.

На ранних этапах существования города Рима религия и мифология римлян не требовала отражения в художественных образах. Традиции и культуры покоренных народов – греков, этрусков и др., стали основой изобразительного искусства Рима. Архитектурные сооружения римлян носили следующий характер – оборонительные сооружения, здания, мосты, дороги и др. относятся к 3-4 векам до н.э., несколько позже, появляются артефакты изобразительного искусства. Историю искусства Древнего Рима можно разделить на следующие основные этапы – искусство этрусков, республики, империи.

Ближайшие соседи Рима этруски обладали изобразительной и градостроительной культурой задолго до основания города Рима. Архитектурные сооружения и изобразительное искусство Греции и Этрурии стали основой цивилизации Древнего Рима. В 3 веке до н.э. города и территории Этрурии были завоеваны и подчинены влиянию Рима – этруски стали римлянами.

Этрурия было мощное морское государство – «люди моря» называли их древние авторы. До настоящего времени точно не установлено, как появились этруски на территории Аппенинского полуострова. Письменные источники древних авторов носят противоречивый характер. В 7 веке до н.э. наро-

ды Этрурии на основе греческого алфавита создали письменные артефакты. Культура Этрурии связана с развитием греческого искусства эпохи архаики и испытала влияние греческой культуры. Существует много артефактов, которые свидетельствуют о торговых контактах этрусков и греков. Существуют подражания греческим керамическим, скульптурным и прикладным произведениям искусства мастерами Этрурии, но они не имеют той «изящной» и «законченной» формы свойственной мастерам Греции.

Искусство Этрурии известно благодаря погребальному культу, имевшему такую же важную роль, как и у египтян. Стены склепов у этрусской знати были расписаны, там же находились различные предметы быта и прикладного искусства. Фрески располагались по поясам и иллюстрировали различные сюжеты из жизни этрусков. Боги этрусков были «подобны» греческим, имена их перекликаются с римскими (латинскими), но функции у них разные. Мифология этрусков не известна.

Покорение Этрурии, Греции, уничтожение города-государства Карфагена, а также городов и территорий побережья Средиземного моря создали великую державу, ставшую «центром античного мира». Регионы покоренных территорий стали провинциями. Разорение провинций привело к появлению в Риме мастеров из различных областей эллинизированного мира – греческих, египетских, малоазийских и т.д. Идеалы искусства становились «римскими» и носили черты многих культур. 90 процентов населения римского общества было неграмотно, изобразительное искусство было основным источником информации – лики на монетах, скульптуры и рельефы, различные графические и живописные произведения, а так же предметы декоративного искусства.

Греция была покорена римскими легионами и стала провинцией Ахайя. Города Греции подвергались разорению и разграблению. В последнее столетие существования республики в Рим было привезено большое количество картин, статуй и драгоценных поделок, изготовленных греческими мастерами. Культурное наследие и изобразительное искусство эпохи республики можно анализировать на основе артефактов городов Геркуланум, Стабия и Помпей. В 79 году н.э. произошло извержение вулкана Везувий. Территории трех городов были засыпаны вулканическим пеплом. Погибло более 1600 человек. До настоящего времени сохранились жилища и статуи, живопись и граффити, предметы быта и прикладного искусства, а также останки людей. Извержение Везувия описано Плинием младшим. Великая катастрофа оставила достоверные сведения и представления о жизни погибших людей – строительной технике, культуре и произведениях искусства – нетронутые войнами и перестройками. Архитектурные сооружения и росписи сохранились в первозданном виде.

Отдых глазам от солнца Италии привело к появлению цветовой окраски стен и росписям в помещениях. Ветрувий отмечал, что живописные произведения были «отделкой» стен и приятно радовали глаз, создавая определенное настроение интерьеру. Стены домов и комнаты могли быть окрашены различными колерами или украшены фресками и мозаиками, которые украшали полы. В настоящее время найдено много росписей сделанных мастерами, а также художниками, не обладавшими высоким мастерством. В столовых



могли быть натюрморты с изображениями различных блюд и сервировкой стола, различные бытовые сюжеты, гладиаторские бои, мифологические аллегории и т.д. Выбор сюжета зависел от назначения помещения. Довольно часто росписи являются воспроизведением греческих «оригиналов». Художники могли видоизменять композиционные решения, подчиняя их архитектурной ситуации или пожеланиям заказчика.

Интерьеры Помпейских домов имели маленькие комнаты. В больших виллах их могло быть до семидесяти, среди спален и столовых находились внутренние дворы – полуоткрытые атриумы и открытые перистилы. Свет в помещения проникал из внутренних дворов. Дома имели синтез архитектурных традиций этрусков и греков.

Выделяют четыре стиля Помпейских росписей.

Росписи первого стиля имитировали облицовку стен различными породами мрамора или яшмы, их часто называют «инкрустационными».

Второй стиль – «архитектурный». Росписи «раздвигают» пространство интерьера – колоннады и архитектурные детали, карнизы, ниши и т.д., написанные предельно иллюзорно. Между колоннами могли появляться «картины» с изображением людей и животных, предметов быта и мифологических персонажей. Подобные росписи были найдены в различных эллинистических центрах за пределами Италии. Большой дом из 60 комнат – «вилла Мистерий» – имеет тщательно выполненные росписи стен. Фигуры изображены в полный рост в сложных ракурсах и движениях с тонкой и точной проработкой форм, и имеет реалистическую трактовку формы. Фигуры перекрывают друг друга и находятся на локально покрашенной стене, тональные силуэты и полутона создают иллюзию объемного изображения, «разрушают» стену и уводят взгляд в фантастический мир. В одной из комнат изображена сцена, посвященная Мистерии Диониса римской женщины. Посвящение в таинство предполагало блаженство в загробной жизни.

В росписях городов, погибших во время извержения Везувия можно увидеть взаимный контакт двух культур – греческой и этрусской. Поздняя живопись эллинизма становится в своем развитии римской. Фрески погибших городов имеют влияние мастеров греческой монументальной живописи, но в тоже время являются самостоятельными произведениями римского искусства, которое в своем развитии оставалось искусством эллинизма и стремилось подчинить греческую культуру служить интересам Рима. «Плененная Греция пленила своих врагов» – Гораций.

Третий стиль назван – «канделябрный» и относится к историческому периоду Римской империи. Строгие и изящные росписи, заключенные в «медальоны» (картины) с различными сюжетами. В изображениях встречаются изящные канделябры и посветники, животные и люди. Плоскость стены не нарушается. В росписи виллы Пивий «Сад с птицами», I в. До н.э., изящное изображение плодоносящих деревьев и птиц – иллюзия красоты и радости жизни. Сюжеты светлые и легкие создают впечатление красивой иллюзии. Росписи четвертого стиля носили фантастический характер. Примером может служить дом Веттиев в Помпеях. Плоскость стены «нарушена» перспективной пространством – фронтоны и арки, позолоченные колонны и расписные

карнизы, а также люди и животные в архитектурной среде. Изображения носили характер «декораций». К четвертому стилю принадлежит вилла-дворец Нерона – Золотой дом, в котором можно увидеть несоответствие «мощной» архитектуры и «изящной» отделки интерьера – драгоценные камни, позолота и т.д. Один из залов имеет крестовые своды, росписи изысканные и эфемерные. Плоскости стен светлые, украшены архитектурными деталями, гирляндами, орнаментальными и геральдическими вставками, картинами в рамах. В изображение вплетается тонкий рельеф, раскрашенный красками.

Античное искусство имело периоды своего расцвета. Цивилизация Древнего Рима существовала более тысячи лет и имела, как дальновидных мудрых правителей, так и деспотов, имевших власть и богатство, но потерявших разум. Что было отражено в произведениях искусства. Искусство Рима в период империи прославляло могущество и силу императоров, а после принятия христианства – его, как наместника бога на земле.

Христианская церковь становится сильной и влиятельной организацией, что помогло объединению и централизации власти императора. В 313 году н.э. в период правления Константина Великого христианство становится государственной религией. Христианская религия создала новую мифологию с единым богом Иисусом Христом, святыми апостолами и мучениками, которая проповедовала идеалы духовной и «вечной» жизни души в загробном мире, смирение и милосердие в жизни земной, отвергала насилие над телом и душой человека. Философ Филон Александрийский (период 21-41 г. до н.э.) трактовал Бога первоосновой мира, который несет свет, знания, красоту и гармонию – «Духовное солнце». Изобразительное искусство раннего христианства и средних веков построено не только на изображениях образов святых, но и на различных «символических изображениях»: голубь – символ души, чаша с водой – источник жизни, птица, пьющая из чаши – символ потусторонней жизни. Цвет нес также определенную символику: белый – символ света, красный – кровь мучеников «огонь веры», темно коричневый – символ ада. В христианской символике «золото» – самостоятельный цвет, в раннем средневековье – «Божественный свет» сияние нимба вокруг головы Иисуса Христа и других святых. Христианство отвергало мировосприятие свойственной античной культуре. Христиане в росписях, мозаиках и иконописи использовали некоторые композиции и стилистические приемы художников античности, но создавали при этом иной язык. Искусство античности было связано с идеалами земной жизни.

Античное искусство предполагало чувственное восприятие красоты окружающего мира в камне и красках, изваяния или росписи имели реалистическую трактовку формы, точность пропорций головы и фигуры, мягкой и тонкой моделировки форм. «Сияющее» искусство Эллады отражало совершенство окружающего мира и человека. Римское искусство прославляло верховную власть, полководцев и знать – силу и мощь государства. Греки и римляне «дополняли» друг друга. Культура и государственное устройство Древней Греции и Рима стало основой дальнейшего развития разных стран и областей Европы. Римская империя завершает эпоху античности и является одной из величайших цивилизаций древности.

В 4 веке н.э. «провинции» и нашествия варварских племен из Европы и Азии – «великое переселение народов» – подорвало могущество Великой Римской империи. Происходит распад на Западную (латинскую) и Восточную (греческую), ставшую впоследствии Византийской империей. В 476 году Западная империя прекращает свое существование, начинается эпоха средневековья – «Темные века» Европы.

## **ВПЛИВ ТА ВТІЛЕННЯ МУЗИЧНОГО ОБРАЗУ У ФОРМОТВОРЕННІ ФЛАКОНУ ПАРФУМЕРІЇ.**

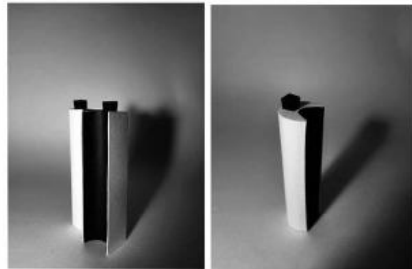
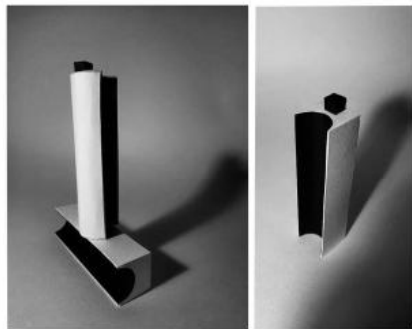
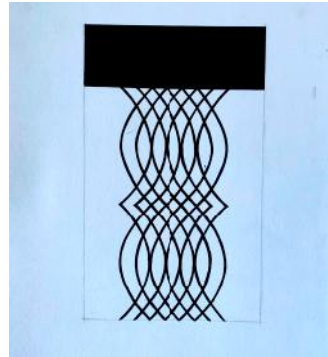
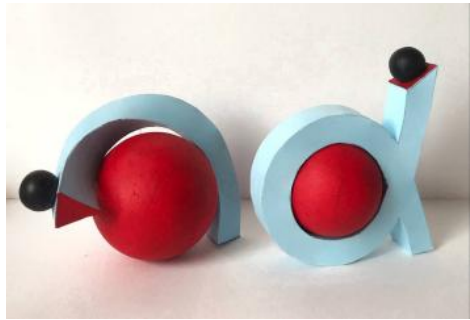
*Чим є музика? Можливо попросту небом  
з нотами замість зірок*

*Людвік Єжи Керн.*

Здавня відомо, що важко недооцінювати вплив музики на наше світосприйняття. Адже музика спіткає нас усюди, навіть коли ми не усвідомлюємо цього. Вона лунає звідусіль. Починаючи з дитинства, з перших звуків та колискової... вона супроводжує нас усюди: під час поїздки у громадському транспорті, у кіно, кафе, супермаркеті, ... вона лунає на вулицях і проникає у саме серце, не питаючись дозволу. І у сучасному світі начуванність у світі музики більша за нашу обізнаність в ній. У світі існують тисячі виконавців і мільйони музичних композицій, про які ми мало чого знаємо, але кожного дня вони підсвідомо супроводжують нас і ми сприймаємо на собі їхню дію.

Музика, як і лінія, має ритм, як колір, має насиченість, контраст та нюанс. Все це притаманно і художнім творам. Тому не дивно, що поєднання цих двох сфер неодмінно мало дати цікавий результат. В якості експерименту студентам було запропоновано втілити у формі флакону для парфумів музику класичного або джазового напрямку. Для знайомства зі світом музики був запрошений фахівець своєї справи – викладачка сольфеджіо та музичної літератури Харківської музичної школи для підлітків та дорослих Кравченко Валерія Анатоліївна. Багато з представлених нею фактів розширили світосприйняття студентів. Вони навчилися слухати історію, що розповідає музика, відчувати її настрій і влучно передавати образ, що був закладений в музичному творі.

Для проектування студентам першого курсу факультету графічного дизайну було запропоновано обрати будь-яку одну мелодію із двох музичних стилів: джаз або класика. Завдяки презентованому матеріалу студенти навчилися розпізнавати ознаки стилів, притаманні їм риси, що відповідають епосі, у якій вони виникли. Адже деякі музичні ряди несуть в собі універсальний зміст, однаково сприймаємий дорослими різного віку і різних культур, дітьми і навіть тваринами. Наприклад, стаккато, що сходить - нас емоційно заводить, а тривалі спадні секвенції - діють заспокійливо. Основою класичних композицій є мелодія, тоді, як у джазі головним виступає саме ритм. Ритм, під який неможливо ходити, бо ви спіткнетесь.. джаз встановлює свій ритм,



*Роботи студентів 1 курсу спеціалізації «Графічний дизайн»:  
Кухарєвої Катерини, Медведєвої Анастасії, Кравченко Марії, Солтис Євеліни*

мінливий ритм життя, і він становить собою цілу епоху, відмінну від класичних творів. Завдяки добре підібраним звуковим рядам, студенти змогли відчутти на собі вплив характеру музичного твору на його сприйняття. Коли він підкреслює образ, а коли іде всупереч уявному.

Результатом плідної співпраці стали презентації проектів флакону парфумів, що були представлені на модульному перегляді. Макетні проекти були виконані відповідно обраній мелодії. На представлених фотоматеріалах ви також можете ознайомитись із плодами творчої діяльності студентів. Під час роботи вони проявили внутрішню зацікавленість темою, творчо підійшли до складання тез та ескізів, проявили єдність духу у відтворенні обраної мелодії у формі. Музика помітно сплотила колектив та допомогла виявити емоційне забарвлення форми об'єктів.

Такі експерименти з формотворення цікаві і з точки зору насичення інтересом та зацікавленістю звичних завдань і з точки зору формування у студентів власного світогляду. Адже вони допомагають виявити творчі здібності першокурсників, розширити їх світогляд, наповнюють форму змістом та допомагають сформулювати власну точку зору, що здається дуже важливим у формуванні особистості дизайнера.

Також, поєднання суміжних видів мистецтва сприяє проявленню у студентів усвідомленості і відношенню до проектування як до процесу прислуховування до внутрішнього наповнення. Адже тільки так ми створюємо світ, де кожен може крокувати під ту музику, що йде від серця, в якому б ритмі вона не звучала.

”

## **НЕЗВИЧАЙНІ АНІМАЦІЙНІ ТЕХНІКИ У АУДІОВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ**

Силуетна анімація — це європейський варіант китайського театру тіней. Що об'єднує ці дві абсолютно різні техніки, а саме: тінь. Силует не можна назвати тінню, але багато художників силуетній анімації підсвічували вирізані фігурки, щоб отримати їх силует, тим самим створюючи тінь. Тінь — це явище фізичного світу, коли фізичне тіло, перешкоджаючи фізичному світлу, створює «контур темряви» — простір, куди не проникають промені світла, яке окреслює фізичне тіло. Тінь універсальна. Вона позбавлена індивідуальних особливостей, лише тільки контур видає її. Кордон між двома світами.

Силуетна анімація в цьому сенсі міфологічна. Вона описує життя тіней, яке так схоже на наше, з тією лише різницею, що наш світ має велику кількість фарб, як фізичних, так і метафізичних, а світ тіней не має. Світ поза кольору, а тінь поза світла. Тому в силуетному анімаційному світі все визначено і ясно: добрий є добрий, злий є злий і ніяк інакше. Цікаво розглянути силуетну анімацію з точки зору К. Г. Юнга, який Тінню називає всі неприємні риси, ретельно приховані людиною. у цьому сенсі

Перший силуетний фільм «Візерунок закоханого серця» зняла Лотта Райнігер в 1919 році. Однією з найвідоміших її робіт вважається повнометражна картина «Пригоди принца Ахмеда». Теми для своїх фільмів Райне-

гер шукала серед дитячих казок, міфологічних сюжетів, адаптуючи їх для анімації. Її новаторство полягало у підході до матеріалу, в побудові кадру, у використанні незвичайних і несподіваних не тільки для того, але і для нашого часу прийомів. Лотте Райнігер — головний геній всіх своїх фільмів. Вона володіла дивовижною здатністю до вирізання — нерухомо тримаючи ножиці у правій руці, вона блискавично повертала папір лівою так, що виріз завжди йшов у потрібному напрямку. Якщо фігура мала виконати складний або плавний рух, вона могла зібрати її з 25 або 50 окремих частинок. Також Райнігер багато працювала на замовлення каналу BBC. Все своє життя Райнігер кропітко вирізала силуети, відхиляючи пропозиції Голлівуду. Ножиці, папір, кінокамера і промінь світла — все, що потрібно для створення шедевру.

Техніка Піксіляція- не нова, але тим не менш не надто часто використовується анімаційна техніка. Для неї знімають реальний рух (людини, наприклад), а потім відео покадрово перемонтують так, що воно вже виглядає анімаційним. Саме цим способом, наприклад, можна показати чарівний політ людини над землею: зняти, як він підстрибує, а потім вирізати всі кадри, де він злітає і приземляється, і залишити тільки кадри в повітрі. Знаменитий фільм, знятий за допомогою піксіляції, «Стенлі Пікл» британки Вікі Метер — дуже підходяща для цієї технології історія про молодого генія-винахідника, який зробив собі механічну сім'ю і жив в світі шестерень, поки не зустрівся з живою дівчиною. Зараз, коли при створенні реклами, музичних кліпів і відео-арту, так популярна техніка стоп-моушн, одна з її різновидів — піксіляція стає все більш популярною і модною. Перша асоціація назви з пікселями буде неправильною. Термін піксіляція пішов від англійського *pixilated*, однокореневого з казковими істотами «Пікс». Дослівно перекладається як «дивакуватий, пришелепкуватий», що пояснює незвичайне рух акторів на екрані при використанні данної техніки. Принцип її простий: рух актора покадрово знімають на камеру, щоб потім з'єднати ці їх у відеоряд. Актор стає свого роду живою стоп-моушн лялькою, а замість традиційного для мультиплікації малюнка, режисер працює з фотографією, її правильною постановкою для створення потрібного руху. Ця незвичайна техніка має багате минуле. Піонер і один з головних експериментаторів в анімації Норман Мак Ларен у 1952 році зняв свій знаменитий фільм «Сусіди», який отримав «Оскар» за свої антивоєнні ідеї. При цьому технічно фільм розсунув кордони анімаційного кіно, саме свій фільм Мак Ларен зняв за допомогою живих акторів. до техніки піксіляції аніматор звертався і в пізніших своїх експериментах, створивши кілька фільмів, де грав сам. у цих роботах в сусідстві з живими героями починали рухатися неживі предмети, створюючи незвичайну реальність і комічний ефект. Приблизно таким же чином використовував піксіляцію і інший, виходячий за рамки, аніматор Ян Шванкмайер. у його фільмі «Їжа» ведеться гра з предметами, людьми і простором. у замальовках, що складаються з трьох частин, одні предмети споживання заміщуються іншими: звичайний обід у ідальні переростає в моторошний сюрреалістичний бенкет з самопоїданням власних тіл, приправлених вишуканими гарнірами. Таку трапезу вдається створити саме за до-

помогою техніки піксіляції, яка підходить чеському режисерові, люблячому знімати на межі мультиплікації і ігрового кіно. Сучасні аніматори теж досить часто звертаються до цієї дивної на перший погляд техніки, щоб створити дійсно незвичайне і яскраве кіно. у короткометражці «Стенлі Пікл» за допомогою піксіляції створюється незвичайна історія про людей з механічними нутрощами, що живуть як по заведеним годинах. Ще одна короткометражка аргентинського режисера Хуана Пабло Зарамелла, яка отримала глядацьку любов — «Люмінаріс». Звичайне життя і повторювані будні, а також яскраві емоції і незвичайна реальність відмінно поєднуються з обраною технікою і створюють як гумористичний, так і сюрреалістичний ефект.

Найчастіше піксіляція використовується в музичних кліпах, які завдяки своїй незвичності стають популярними в соціальних мережах і на Youtube, завойовують глядацьке визнання і роблять техніку модною. Такими можна вважати кліпи Орена Лаві «Her Morning Elegance», Coldplay «Strawberry Swing», A Fine Frenzy «Lost Things» та інші.

Техніка – Перекладка. Перекладання — засіб покадрової анімації. Сенс його полягає в перекладанні, пересуванні якогось сегмента або групи сегментів на кожен наступний кадр. на цупкому папері малюється персонаж, але розібраний, розділений на частини. Руки, ноги окремо, голова теж. на знімальному столі викладається персонаж, голками закріплюються всі елементи, зверху розташовується камера, знімається кадр. Засіб анімації «перекладки» будеється на технології покадрової зйомки. Покадрова технологія — це технологія, за якою кожен кадр малюється окремо. Найбільш складна й тривала, вимагає високої майстерності, досвіду та інтуїції. Проте ця технологія дозволяє здійснити практично будь-які зміни об'єкта, реалізувати найвибагливіші задуми. Покадрова зйомка — звичайно використовується для анімації нерухомих об'єктів, зображень і ляльок. Для досягнення комічного ефекту може бути використана при зйомці людей, але недолік цієї техніки в тому, що кожен кадр виходить надмірно різким, без «змазування», характерного при зйомці реального руху. Для зйомки фільму в техніках перекладки необхідна спеціальна апаратура: мультстанок, камера, комп'ютер і контрольний монітор.

Техніка голкової анімації. Техніку придумав на початку 1930-х років Олександр Алексєєв, після революції емігрував до Франції. Суть її в тому, що голки вільно ходять в отворах вертикально стоячого екрану і при натисканні утворюють скульптурну форму з іншого боку. Саме Анімаційне зображення створюється тіннями, які відкидають голки, і виходить дуже м'яким і летучим, воно трохи нагадує малюнок вугіллям або порошком. Техніка ця непроста, а екранів, створених Алексєєвим, в світі всього два: один у Франції, а інший в Канаді. Відповідно, і послідовників Алексєєва, що працюють на цих екранах, небагато. Один з останніх фільмів, зроблених в цій технології, — знятий в 2012 році «Тут і велике нездесь» канадки Мішель Лем'є, філософські та фантастичні історії про Всесвіт і спробі людини зрозуміти світ.

Свій чарівний варіант голкової техніки придумав корейський режисер Чжин Ман Кім. Замість голок він стирчав у екран локшиною, і зображення у нього будеється не стільки з тіні від голок, скільки з самих цих голок-ма-

каронин, що складаються то в барельєф, то в контррельєфи, що зображують героїв і середу фільму.

С розвитком технологій нестандартних технік стає тільки більше. У наш час анімація в основному комп'ютерна або мальована. А перші фільми були переважно ляльковими або перекладними. Ці техніки застосовуються, в авторських фестивальних фільмах, музичних кліпах та рекламних роликах і відео-арту.

## **ТРИВИМІРНА АНІМАЦІЯ У АУДІОВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ. ОБЛАСТІ ЗАСТОСУВАННЯ**

Аудіовізуальне мистецтво — синтетичний продукт, що поєднує в собі художню мову різних мистецтв (музичного, кінематографічного, образотворчого і т.п.). Тривимірне середовище представляє з себе візуальний простір з розташованим у ньому предметним наповненням, який сприймається зором, обмежений рамкою екрану. [3]

Тривимірне середовище є об'єктом цілеспрямованої художньої організації. Художньо-виразні форми тривимірного середовища – це комплекс засобів, за допомогою яких формується художній контент. Одним з найпотужніших художніх і виразних засобів є музика. У взаємодії художнього контенту і музики, розкривається ідея, сенс твору і його емоційна спрямованість.

Тривимірна анімація широко застосовується в різних сферах.

Кіноіндустрія найширше і найчастіше використовує тривимірну анімацію. Приклади фільмів, повністю зроблених в тривимірній анімації — «Шрек», «Історія іграшок», «Головоломка» - ілюструють масштаб, у найвищому ступені продуманий процес, безперечну якість кінцевого продукту і найсильніше враження, що справляється. Фільми з візуальними ефектами - «Парк юрського періоду», «Трон: Спадщина» - ефективно впровадження тривимірних технологій, що створюють посилення реальності того, що відбувається у вигаданій історії. Випуск повністю анімованого повнометражного фільму займає від декількох місяців до декількох років.

Телебачення використовує тривимірну анімацію для різних завдань. Як і в кіновиробництві, є ряд телевізійних продуктів, які повністю анімовані. Для телебачення створення таких програм — дорогий і тривалий процес. Наприклад, американське дитяче шоу “Mickey Mouse Clubhouse” вироблене повністю в тривимірних програмах. Вітчизняний продукт — «Казкова Русь» — політичний серіал від студії «Квартал-95» — проєкт Володимира Зеленського. До 2013-го року був однією з рубрик п'ятничного шоу «Вечірній Київ», який виходив в телевізійний ефір України на каналі «1+1», пізніше став самостійним проєктом. Виробництвом серіалу займається анімаційна студія «МультКвартал». Для виробництва була використана технологія Motion Capture. Захоплення руху (англ. Motion capture) - метод анімації персонажів і об'єктів, при якому анімація створюється не вручну, а шляхом оцифрування («копіювання») рухів реального об'єкту (передусім, людини) і подальшого



перенесення їх на тривимірну модель.

На телебаченні часто використовують тривимірну анімацію і візуалізацію для доповнення передач ефектами та створення заставок.

Наука, освіта. Тривимірна анімація використовується в освітніх цілях. На каналі Discovery, History Channel, Health та Science - короткометражні телепередачі об'ємно ілюструють і розкладають по частинах в об'ємі: фізичні явища, хімічні перетворення, різні процеси. Історичні події візуалізуються за допомогою тривимірного моделювання. Археологи та історики все частіше використовують можливості тривимірного моделювання, відтворюючи різні артефакти в подробицях, та «пожвавлюючи» історичних осіб.

Реклама на телебаченні, в інтернеті широко і часто використовує тривимірну анімацію. Тому як цей вид анімації дуже позитивно сприймається людським оком та її ефективність в 5 разів більша, ніж у рекламної двомірної анімації. Іноді використання тривимірної анімації - єдина можливість візуалізації. Тривимірна анімація дає маркетологам більше можливостей показати переваги продукції.

Ігрова індустрія — «локомотив» розвитку тривимірної анімації. Для створення ігрових світів задіяні найбільші студії з найпотужнішими технічними ресурсами. Відеоігри близькі до кіноіндустрії. Виробництво відеоігри може зайняти стільки ж часу, скільки створюється повнометражний фільм — декілька років. Створення персонажів та ігрового світу — процес дуже трудомісткий, але при цьому неймовірно потужно розвивається. Розвиток технологій, поява швидшої та досконалішої техніки, постійне удосконалення програмного забезпечення — дозволяє все швидше виконувати складні прорахунки і вирішувати завдання, що учора здавалися нездійсненними. Тривимірна анімація все більше стає затребуваною в абсолютно несподіваних областях і виводить на новий, найсучасніший, потенційно — новаторський і футуристичний рівень. Тому, зважаючи на широкий спектр аудіовізуальних творів та розмаїття засобів художньої виразності, пов'язаних з кіно, музикою, тривимірною графікою, всі ці аспекти можуть бути предметом подальших досліджень.

*Література:*

1. Кривуля Н. Г. 3D — и смотри. Полнометражная анимация: от Диснея и до новых времен / Н. Г. Кривуля // Искусство кино. — 2008. — № 6. — С. 64–77.
2. Ли Дж., Уэр Б. Трёхмерная графика и анимация. — 2-е изд. — М.: Вильямс, 2002. — 640 с.
3. Сухорукова Л. А. Художньо-виразні форми тривимірного середовища мультимедійного твору / Л. А. Сухорукова // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. [Сер.] Мистецтвознавство: зб. наук. пр. — Харків, 2016. — № 6. — С. 28–32.

## **РІШЕННЯ ЖІНОЧИХ ОБРАЗІВ В АКАДЕМІЧНИХ ПОСТАНОВКАХ 1970-80 РОКІВ (ХХПІ)**

Український живопис 1970-80-х років в сучасному мистецтвознавстві оцінюється або в рамках офіційного мистецтва соцреалізму, або нонконформізму шестидесятників. У 1970-і роки в українському живопису намітилося значне збагачення арсеналу засобів виразності, звернення до монументально-декоративних рішень, символічно-алегоричних мотивів.

Головним завданням академічної художньої підготовки стало ознайомлення майбутніх мистців з великим загалом образотворчих засобів, творчим сприйняттям і переосмисленням природи. Академічний живопис є фундаментальною дисципліною у підготовці фахівців образотворчого мистецтва. Згідно з програмами Харківського художньо-промислового інституту (зараз ХДАДМ) вивчення живопису напівфігури людини проводиться на другому році підготовки майбутніх мистців.

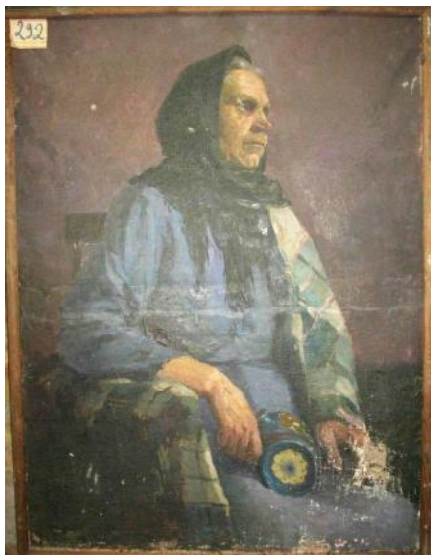
Твори учнів Харківського художньо-промислового інституту означеного часу збереглися у методичному фонді ХДАДМ і вводяться до наукового обігу вперше. Звертаючись до академічних завдань з зображення жіночої напівфігури, ми бачимо змістовні та ретельно підібрані елементи композиції, які являються не тільки художнім, але й історичним відображенням часу. Роботи молодих художників 1970-80-х років потрібно вписати в загальний контекст розвитку станкового живопису України, простежити основні тенденції розвитку харківської художньої школи.

Дані натурні зображення з одного боку обумовлені задачами навчального процесу в академічній школі, з іншого – демонструють етапи розвитку українського реалістичного живопису. Фігура літньої жінки (рис.1(інв. 292)) виконана у стриманому колориті. Відчувається її споглядальність, ширість й духовна наповненість. Фігура жінки сприймається лаконічно у картинній площі, позбавлена дрібних деталей. Використання «класичного трикутника» у рішенні композиції підводить глядача до акценту – голови моделі. Вона не звернута до глядача і художника, а замріяно дивиться перед собою, що вкупі з іншими характеристиками надає натурній постановці картинного звучання. Темно-синя хустинка на голові підкреслює виразний профіль моделі. Перед нами портрет людини, що вже багато пережила за свій вік. Про це свідчить і великі втомлені руки, які являються другим акцентом роботи.

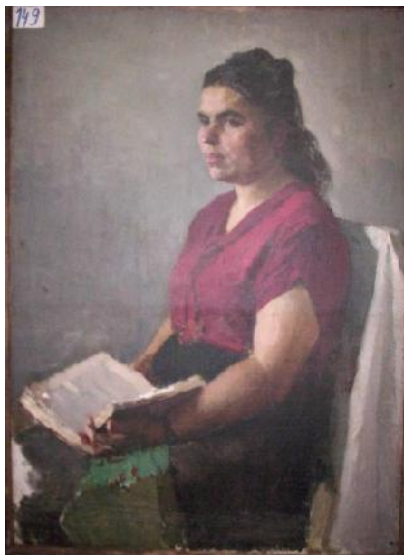
Виконавець майстерно відтворює динаміку руху живописних плям, доповнюючи загальні відношення декоративними кобальто-смагдковими елементами, якими оздоблена драперія, що з одного боку огортає фігуру. Деяку життєвість сцени додає невеликий керамічний ужитковий посуд, що часто вводиться в академічні композиції 1970-х років.

За характером композиційно-живописної подачі до попередньої наближений портрет жінки з книгою (рис. 2 (інв. 149)). В роботі відчувається ретельне вивчення природи, потяг виконавця до об'єктивного відображення особистості. Художня інтерпретація у цьому сенсі ставиться художником на

другий план. Важливим компонентом портрета являється вдале вирішення світла, що контрастно підкреслює оптимістичний лад твору. Цьому сприяє вишукано підібрана гармонія яскравих червоних і глибоких смарагдових відтінків.



*Рис. 1 (інв. 292)*



*Рис. 2 (інв. 149)*



*Рис. 3 (інв. 401)*



*Рис. 4 (інв. 400)*

Навчальні роботи відкривають цікаві сторінки методики і розвитку Харківської академічної школи. На разі є сенс розглянути роботу студента 70-х років, а зараз художника монументально-декоративного мистецтва – Грицюка Володимира Борисовича. Навчальна робота датована 1974 року (рис. 3 (інв.401)), на ній зображена миловидна жінка. Полотну притаманні риси монументалізму. Композиція невимушена, динамічна, позначена розсудливою логікою просторового ритму. Ритміка великого світла осягає всю роботу в цілому. Відсутні різкі контрасти, все підпорядковано нюансами сріблястих відтінків. Світла фігура знаходиться на темному насиченому тлі. Фарби на картині чисті; мазок лягає, на полотно темпераментно і легко; живопис мажорний і піднесений.

Основними складовими рішення жіночного образу стають невеликий зворот голови, загадкова посмішка, вишуканість обрисів рук, що додають психологічної змістовності моделі. Пензель впевнено ліпить форму; бліде охристо-рожеве обличчя, тендітні руки.

Схожою за виконанням і подачею наступне полотно (рис.4 (інв. 400)), що також знаходиться під впливом монументально-декоративної трактовки. У живописі виявляються характерні риси харківської художньої школи: індивідуально-психологічна розробка образу, реалістичність живопису і рисунка. На роботі представлена молода жінка зі зворушливо замріяним нахилом голови. Тендітний образ підкупає глядача, незважаючи на активне пліщення форм. Світлі, ясні кольори, покладені великими локальними плямами, певна графічність демонструють індивідуальну манеру виконавця. Вирішуючи програмне завдання живописець ефектно варіює колір, робить потрібні наголоси. Широка синя смужка на одязі дає підсилення декоративності роботи. Художник водночас лише намічає кольором основні елементи, залишаючи на їх зламі пустотний ґрунт, який збагачує різнофактурність зображення.

Таким чином, рішення жіночих образів втілювалося не лише як вивчення академічної побудови напівфігури, але й з аналізом характеристики кожної моделі. Виявлення індивідуальних рис особистості дають узагальнений жіночий образ, підсилений творчою уявою художника. В задумі композицій, колориту, живописній техніці робіт синтезуються багатогранні і складні портретні характеристики, які становлять основу художнього образу академічного твору.

## **МЕТОД КОМПЗИТИНГУ У РЕКЛАМНІЙ ФОТОГРАФІЇ**

Метод композитинг (від англ. Compositing - компонування, збирання) - це відносно новий засіб створення фотографічного зображення методом послідовного суміщення кількох кадрів відзнятого матеріалу у графічному редакторі. Насамперед слід зазначити, що композитинг прийшов у рекламну фотографію як творчий засіб на рівні полупрофесійного способу фотофіксації з CG-арту (CG - computer generated - створених за допомогою

комп'ютера художніх композицій). Процес композитингу не є професійним інструментом рекламних фотографів, оскільки не передбачає отримання готового результату лише за допомогою фотокамери та незначної постобробки. Фотографія, яка зроблена методом композитингу - це комплексний результат, у якому робота за допомогою комп'ютера та графічного редактора займає чимале місце, якщо не більше часу ніж сам процес фотографування. Тому загальним чином композитинг займає у рекламній фотографії місце більш прикладних, ніж традиційних засобів.



Але... В окремих ситуаціях композитинг більш доречний, адже не завжди можна сфотографувати складну сцену, із багатою кількістю предметів одним кадром, особливо якщо у постановці потрібно змодельовати рух, падіння, динамічний нахил предметів, ті інших, притаманних рекламній фотографії художніх рис. У методі композитингу головним аспектом є непохитне розташування камери протягом усього процесу зйомки. Незалежно від кількості кадрів, камера знімає з однієї точки, ідеально поєднуючі кадри. Змінюється лише розташування предметів в залежності від творчого задуму. Останнім етапом є складна обробка кадрів та їх художнє поєднання у графічному редакторі. Завдяки цьому методу можна отримувати нескінченно складні фотокомпозиції, утворюючи відчуття руху у кадрі, який є цілком змодельованим результатом зі статичних фрагментів.

У композитингу є недоліки та певні переваги. До недоліків слід віднести непопулярність у професійній рекламній фотографії, де фотокомпозиції виконуються одним кадром. Неможливість створювати рекламні композиції з димом, вогнем, водою, розбиттям. Ці процеси, на які впливають фізичні закони ентропії, у статичному вигляді, притаманному для композитингу, контролювати у процесі зйомки не можна. Перевагами методу композитингу є можливість створювати фотокомпозиції з обмеженим ресурсом устаткування. Не потребує дорогих студійних локацій. Також головною перевагою є можливість впроваджувати цей метод у якості навчально-методичної структури. Оскільки процес композитингу є постійно розділений у часі і кожний етап фотографування й обробки кадрів у фоторедакторі є окремим макропроцесом, то для вивчення прийомів рекламного фотографування метод композитингу як засіб навчального процесу є цілком корисним надбанням.

Навчання рекламній фотографії, її базових основ для комплексного розуміння процесу потребує роздільних методів, зрозумілих на кожному етапі – від створення сцени, постановки, фотографування, до обробки та надання художнього вигляду результату безпосередньо у комп'ютері. Композитинг можна вважати якщо не пропедевтичним методом, то цілком корисним на початковому рівні професійним рішенням складних задач у рекламній фотографії.



*Список використаних джерел:*

4. Ефремов А. Фотография без Photoshop. Секреты профессиональной фотосъемки / А. Ефремов. – С. Петербург: Питер, 2008 г.
5. Келби С. Цифровая фотография / С. Келби. – С. Петербург: 2011. – 224 с.: илл.
6. Розов Г. Как снимать. Искусство фотографии / Г. Розов. – М.: АСТ, Астрель, Транзиткнига, 2006.
7. Тейлор-Хоу К. Освещение при студийной фотосъемке /К. Тейлор-Хоу. – М., Арт-Родник, 2008.
8. Композитинг. Режим доступа: [http://www.maskedbrothers.ru/articles/compositing\\_basic/](http://www.maskedbrothers.ru/articles/compositing_basic/) 20.05.2021
9. Энтропия. Режим доступа: <https://kartaslov.ru/> 18.05.2021.

## **ФІЛОСОФСЬКО-ЕСТЕТИЧНА ТРАДИЦІЯ СХОДУ І ТВОРЧИЙ ДОРОБОК ОЛЕКСАНДРА ЖИВОТКОВА: ХУДОЖНЬО-ЕСТЕТИЧНІ ПАРАЛЕЛІ**

Художник Олександр Животков є представником покоління митців, становлення яких відбувалося вже за часів України як суверенної держави, і до сьогодні він входить в коло художників, які уособлюють актуальне українське мистецтво. Він належить до тієї когорти сучасних митців, що розвивали традиції модернізму і авангарду, відійшовши від прямолінійності і «зламавши» традиційну живописну візуальність [7].

Однак, стосовно тези щодо розвитку авангардової лінії важливо проаналізувати і збагнути, що саме є об'єктом натхнення, які ідеї запліднюють творчу уяву художника, аби глибше сягнути сутність і дух його творів. Прикметно, що аналізуючи твори Животкова, майже всі автори, а серед них О. Петрова, О. Балашова, О. Дубовик, А. Шоріна, Є.Шудра, вказують на зв'язок його естетичних орієнтирів з із східною філософсько-естетичною традицією. Так, О. Петрова визначає його стиль як неоархаїку [4., С. 88] і відмічає відчуття дзен-буддистської тиші, що наповнює його твори [4, С. 308], вважає, що концепція художника «наближена до даоських та дзен-буддистських моделей світовідчуття» [4, С. 312].

За спостереженням мистецтвознавця О. Балашової, «Животков - представник рідкісної касті художників-медіумів, які подібно древнім деміургам або шаманам, вміють не просто розповісти про акт творіння, а здатні відтворити його, змушуючи нас – сформованих науковим знанням людей ХХІ століття - не просто вірити, а чітко усвідомлювати одухотвореність матерії» [1]. Філософсько-естетичне переживання буття, тяжіння до недомовленості, залучення глядача в співтворчість наближає творчий метод художника до принципів художньої практики художників Далекого Сходу [6].

Прикметно, що О. Животков і сам зазначав, що така духовно-естетична спорідненість проявилася поза його свідомого навернення до традиційного східного мистецтва. Відомий його спогад про діалог з батьком, художником-реалістом Олегом Олександровичем Животковим: «В мене була серія робіт з дощами, дорогами, надзвичайно витончені роботи. Він [батько] мовчки приніс мені трактат, де було написано «Китайський трактат про воду XI

століття». Мовчки поклав і пішов. Ніби то сказав у такий спосіб: «Світ зробив виток. І ти, не відаючи цього, зробив практично те ж саме» [3].

Співзвучність далекосхідній естетиці простежується в роботах О. Животкова з циклів «Дороги», «Вікна», «Образи». Вони монохромні, стримані завдяки лаконічності виразних засобів, викликають почуття існування поза часом, через фактурність матеріалів, природність фарб.

Художник Олександр Дубовик вважає, що О. Животков відчуває прикордонне існування на розломі цивілізацій і часів і «з двох нерозривних складових «простір-час» він віддав перевагу часу», в наслідок чого «на зміну просторовим, відчутним об'єктам, які досягаються як реальні, прийшли пошуки метамови неперекладного, майже символічного наповненого передчуттями і покликком архаїчної свідомості» [2, с.3]. Наведене спостереження також вказує на сприйняття робіт Животкова іншим видатним митцем-абстракціоністом як об'єктів інтуїтивно-чуттєвого переживання, в яких відчутну роль відіграє свідомість чи ні апеляція до архаїчної мови образотворчості.

Між тим захоплення природними формами, вміння виявляти приховану красу фактур і кольорів, прагнення тиші, стану споглядання і самозаглибленості, співзвучне дзен-буддійській естетиці, що суттєво вплинула на розвиток різних форм мистецтва Китаю, Японії, Індії, сприяло фізичним подорожам О. Животкова на Схід – в Непал та Азію. Сам художник відзначає, що найцінніше, привезене їм з цієї подорожі - глибокий колір червоної охри, колір крові. Роздумуючи над тим, чому Животкова зацікавив Тибет, О. Дубовик приходить до висновку, що завдяки Тибету художник «вийшов на траєкторію невимовного» [2, с. 5]. «Тибет - це коли захоплює дух і ні до чого говорити, щемливе відчуття марності, скороминущості, та й, мабуть, непотрібності людського життя».

Однак ще до подорожей в Тибет, Вірменію, Грузію, на початку 1990-х Животков проявив себе як художник-філософ, який прийшов до безпредметності, споглядальності, акумулювавши весь досвід попередньої історії мистецтва і тому сприяла середовище: сімейна художня традиція налічує близько ста років. Як відзначають колеги майстра, у Животкових була одна з кращих в Києві бібліотек з книгами з історії мистецтва і розкішними альбомами. Художник отримав вищу професійну освіту в Київському державному художньому інституті (нині Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури (1988).

Співзвучність робіт О. Животкова древній традиції чаньського пейзажу, символізму ранньохристиянської катакомбної живопису, візантійської іконописної традиції, буддійській іконі, їх перетворення на пластичні образи – самобутні, сучасні – за словами О. Петрової варто «дешифрувати» для глибшого переживання того, що створив Майстер.

*Список використаних джерел:*

1. Балашова О. О творчестве. // Животков Александр Олегович. – Режим доступа: <https://ru.buy-us.net/7118741/1/zivotkov-aleksandr-olegovich.html>
2. Дубовик А. Траектория несказанного// Александр Животков. Холст. Дерево. Картон. Работа с материалами 1984 – 2014; Stedley Art Foundation. – Київ: Publish Pro, 2014. – 288 с.



3. Петрова О. Белые окна, черные дороги: Протоархаика Александра Животкова / О. Петрова // МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія. - 2013. - Вип. 9. - С. 169-175. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mist\\_2013\\_9\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mist_2013_9_18).
4. Петрова О. Мистецький Київ 1990-х. Реконструкція. – Київ: Publish Pro, 2019. – 480 с.
5. Петрова О. Три модели художественного мышления. Творчество Олега Животкова и его сыновей – Сергея и Александра // Sztuka Europy Wschodniej Искусство восточной Европы The Art of Eastern Europe TOM VII. – С. 207 – 213.
6. Сурина М.О., Сурин А.А. Творческий метод даосов в искусстве. // Инженерный вестник Дона : 2013. № 4. – Режим доступу: URL: <http://www.ivdon.ru/magazine/archive/n4y2013/2111>
7. Хрущак М. 20 лет присутствия/20 years of presence //Art Ukrain. – 2011 – 5 серпня.- Режим доступу: <https://artukraine.com.ua/a/20-let-prisutstviya20-years-of-presence/#.YLeJY6gzY2w> – дата звернення: 05.11.2020
8. Шорина А. Александр Животков: песня мистической птицы. – Режим доступу: <https://lemonade.style/aleksandr-zhivotkov-pesnja-misticheskoy-pticy/>

## УКРАЇНЬСЬКА ДІАСПОРА В КАНАДІ: НАВЧАННЯ, КУЛЬТУРА

Усталеним терміном «діаспора» вважається до сьогодні розселення етносу як наслідку переселення етносу в результаті насильницьких заходів, впливу економічних і географічних чинників. Зарубіжні українці – це носії знань про Україну, і в цьому сенсі вони внесли і вносять вагомий внесок у розвиток культури, науки, літератури, мистецтва українського народу.

Як правило, розрізняють 4 хвилі масового переселення українців за кордон. Перша хвиля – з останньої чверті XIX ст. до початку Першої світової війни, друга – період між світовими війнами XX ст., третя – період після Другої світової війни, четверта – з 1990-х років і до сьогодні.

Канада – країна, в якій мешкає 1 млн. українців: 100 років виповнилося у 1991 р. від дня масового переселення українців у Канаду. У країні створено багато українських діаспорових громадських організацій: Конгрес українців Канади (КУК), Світовий конгрес українців (СКУ) та ін.

В 10 університетах країни є курси українознавства. При Торонтському університеті засновано Центр українознавства, є Інститут святого Володимира з великою кількістю літературно-музичних. Фольклорних студій. При Альбертському університеті працює Канадський інститут українознавчих студій.

У Канаді стали відомими українські письменники У.Самчук, О.Зуєвський. Популяризації української мови і літератури сприяють осередки українознавства в закладах вищої освіти Канади. Так, у Торонтському університеті, в департаменті слов'янських мов і літератури проводиться таке вивчення українознавчих дисциплін, як українська мова, українська література і українська культура.

Програма з української мови побудована шляхом кількарівневих курсів для тих осіб, які мають різну форму підготовки:

- Elementary Ukrainian – для тих, хто вперше знайомиться з українською мовою, або має початкові знання;

- Intermediate Ukrainian – усне мовлення в лінгвістичній лабораторії, а також читання текстів з творів українських класиків;
- Advanced Ukrainian – вивчення морфології і синтаксису на зразках текстів з української літератури.

Концептуальними проблемами перекладу присвячений курс «Аспекти літературного перекладу з української мови на англійську». Особлива увага приділяється труднощам перекладу, зумовленим різними жанрами і стилістикою творів. Зважаючи на особливе синонімічне багатство української мови, відбувається добір таких синонімічних засобів, які б максимально точно передавали значення слова.

Одна з дисциплін присвячена історії української мови, в тому числі історичній фонології, морфології, синтаксису. Усі теоретичні питання підкріплюються читанням текстів з української літератури. Дисципліна «Українська мова у XXI столітті» спрямована на вивчення сучасних аспектів розвитку української мови. Студенти розвивають писемне и усне мовлення, спираючись на сучасні засоби інформації.

Вивчення української літератури ведеться хронологічно. Починаючи з літератури XVII-XVIII ст., розглядаються такі її жанри, як політична література, поезія бароко, сатира, також вивчаються філософські концепції, релігійні погляди великих українців. Особливо детально розглядається творчість І. Вишенського, Ф. Прокоповича, К. Сковороди.

Спеціальний курс присвячений творчості Т.Г. Шевченка, його талановитому світосприйняттю і світо відтворенню.

Цікаво те, що курси, пов'язані з вивченням жанрів, в т.ч. роман, поезія, драматургія подають творчість українських класиків від XVIII-XIX ст. аж до наших днів. Тому один з курсів «Український роман» представлений як творами П.Куліша, П.Мирного, І.Франка, М.Коцюбинського, В.Винниченка, так і О.Гончара і Ю.Андруховича. також є курс, що досліджує прозові твори, починаючи від інтелектуального роману 1920-х років, творів соціалістичного реалізму – до літератури періоду незалежності України.

## ДО ПРОБЛЕМ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА

В умовах глобалізації світовідчуття кожної людини формується в контексті взаємодії різних культур, різних видів мистецтва. З часом стає все більш помітним тяжіння до виявлення культурологічних чинників у літературознавстві, мистецтвознавстві, архітектурі й дизайні.

З одного боку, практика осмислення й аналізу художнього, філософського феномену, артефакту надзвичайно важлива для парадигми всього розвитку художньої культури. На сьогодні з'являються роботи, в яких ми бачимо осмислення поліфонічної природи Петербурзького періоду Шевченка, засади творчих зв'язків українських письменників із майстрами світової класики.

З іншого боку, виникає необхідність дефініцій культурологічного літературознавчого, мистецтвознавчого й інших гуманітарних галузей знань.

Більше того, часто захоплення суто культурологічним аспектом проблеми розмиває суть літературознавчого, мистецтвознавчого аналізу творів, що завжди озивається свого роду реакцією важливих процесів у царині кожної галузі наук.

На жаль, із 80-х років ХХ ст. до сьогодні ще не встановлено більш перспективних критеріїв аналізу поетичного тексту, ніж то, що виробила Тартуська школа структурного аналізу поетичного тексту.

Поле сучасного візуального мистецтва є надзвичайно широким з огляду на практику світового мистецтва. У країнах Європи, Америки, Австралії воно має велику практику, здобуло підтримку як митців, так і глядачів, оскільки відповідає смакам і поглядам сучасної людини у глобалізованому часопросторі.

На жаль, ще й досі, незважаючи на те, що термінологічний апарат уже розглянутий, вивчений і сформульований у культурологічній сфері, допоки ще не має адекватного підходу у мистецтвознавстві.

Поняття візуальності пов'язується одними з найважливіших людських органів – очима. Сам термін походить від англійського Vision, тобто бачення, зір, погляд, зоровий, побачений, тобто здатний для сприйняття оком. Є особливою інформацією про реальність, що оточує людину, бо саме через око вона отримує близько 85 % інформації.

Очима людина пізнає і трансформує картину світу і себе в ньому. Звідси первинна значущість візуального контакту зі світом, значущість усього, що сприяє утвердженню і розвитку візуалізації світу через художню діяльність.

Осмислення самоцінності візуального мистецтва базувалося на визначенні конотативних меж образотворчого мистецтва і мистецтва візуального. У класичному західному мистецтвознавстві домінує така ідея: якщо образотворче мистецтво має самостійну духовну цінність, то зорова духовна цінність є «не такою» щодо інших видів духовної діяльності людини.

Формування і функціонування візуального мистецтва у сучасному мистецтвознавстві розглядалося в полі концепції масової комунікації. Парадигма мистецтвознавчих досліджень щодо візуального охоплює як теорію зображальності, так і теорію семіотичної інтерпретації твору мистецтва, семіології тощо. Загалом дослідники теорії візуального мистецтва розглядають категорію візуальності як політичний інструмент за умов визначення сталих візуальних образів у сучасній культурі.

Головною функцією візуального мистецтва початку ХХ ст. стала функція «видимості» невидимого, трансцендентного. Звична зчитуваність сюжетів, образів в образотворчому мистецтві замінюється на інше, «не таке» зорове сприйняття духовної цінності. Наративні, фігуративні елементи, властиві образотворчому мистецтву, мають інший вияв у візуальному мистецтві, що й було підкреслено появою нових художньо-мистецьких практик модернізму.

Межі і функції візуального мистецтва вельми рухливі і відносні. У число структурних елементів візуального мистецтва входять естетична, естетично-творна, художньо-концептуальна, виховна, сугестивна, катарсично-вивільна та інші функції.

Звичайно, що нині в українському мистецтвознавстві відбувається переоцінка художнього досвіду і переосмислення мистецьких процесів ХХ

століття, інтерпретованих з позицій соціалістичного суспільства і головного мистецького напрямку – соцреалізму, зокрема. Ми живемо в пору декомунізації, критики утопічних соціальних форматів, розвінчування стереотипів соцреалізму. Змінюються часи, змінюються люди та їхні духовні потреби. Змінюється об'єкт і предмет мистецтва, мотивація художника, художньої творчості, співвідношення реалізму і модернізму в сучасному художньому процесі. Нова людина творить нове мистецтво, яке саме по собі стає активною реальністю.

Сутність мистецтва – вивільнення людського в людині. Немає цензури, немає суворих канонів і правил. Завдання художника – не наслідувати навколишню дійсність, не копіювати, не ілюструвати, а конструювати її новий портрет за допомогою вільної імпровізації.

За перше двадцятиліття XXI століття українське мистецтво посіло своє вагомe місце у світовому мистецькому просторі, нині мистецтвознавство мусить проаналізувати здобутки і величезний потенціал нових мистецьких пошуків й експериментів, користуючись теорією і історією надбання світового мистецтвознавства.

Модерна культурна ситуація кінця XX – початку XXI століть вимагала від мистецтва нових інтерпретацій із трансформацією форм і типів культури.

Візуальна культура у нинішньому часопросторі набуває все більш важливого значення. Відкритий характер сучасного візуального мистецтва дає змогу формування нових напрямків творчості, таких, як ленд-арт, мурал-арт, стріт-арт тощо. У термінологічній мистецтвознавчій системі утверджується поняття «артефакт», для визначення жанрів візуального мистецтва.

У пору інформаційного буму, яким стає XXI століття, візуальна культура стає складовою медіа-культури, що активно впливає на людську свідомість. Медіа культура безпосередньо пов'язана з передаванням інформації та її сприйняттями, може сприймати, оцінювати медіа-текст, працювати у сфері медіа творчості, засвоювати нові знання за допомогою медіа. Відповідно галузь, в якій працюють митці, стала називатися медіа-артом. Безпосередньо пов'язана з візуальним мистецтвом і медіа-артом віртуальна реальність нині сприймається як формочинник сучасного рівня інформаційних технологій, що дозволяє поглиблювати можливості суспільства.

Сучасний митець творчо експериментує з формою, використовуючи її традиційні елементи, які вже вкорінилися у художній практиці, і привносить нові, досі ще не знайомі, знахідки. Так виникають перформанси, звукові інсталяції, де електроакустичні ефекти збагачуються новими технологіями.

Художник переосмислює всесвіт як екзистенційний простір і дає змогу глядачеві оглянути буденні речі у незвичній інтерпретації.

Якщо у традиційних видах образотворчого мистецтва образ є завжди особливою формою відображення об'єктивної реальності оповідним витвором мистецького уявлення, фантазії, типізації дійсності, то візуальний образ є виявлюваним синтезом тих елементів, що в природі і мистецтві вже соціолізувалися. Вони не створюються щоразу заново, а за допомоги алюзій, ремінісценції з'являються щоразу в новій інтерпретації художнього абстрагування.

У мистецтвознавчій літературі ще не утвердився той набір видів і жанрів, що належить візуальному мистецтву. Інколи виникає плутанина щодо того, до яких видів мистецтва належить певний жанр: образотворчого чи візуального.

Так, бачимо у шкільних підручниках художнє фото відносять до образотворчого мистецтва. Але основоположною платформою для визначення того, чи відносять твір до образотворчого чи візуального мистецтва, є належність його до готових або створених на очах публіки мистецьких об'єктів.

Візуальне мистецтво використовує вже створені і перевірені часом художні модулі у своєрідному формотворчому ряді, який завдяки своїй унікальності має своєрідну естетику і особливу художню цінність. Говорячи про актуальність форми в мистецтві, використовують терміни «структура», «організація», «будова», «модель», «конструкція», певна кількість першоелементів, певним чином якісно упорядкована як співвідношення частин й цілого.

Візуальне мистецтво називають також оп-артом, що має на увазі неоконструктивізм, орієнтований на моделювання об'єму і руху нетрадиційними засобами, що були дуже не схожі на вже відомі прийоми живопису, графіки, скульптури.

Що ж є рушійною силою сучасного візуального мистецтва? Практично в усіх великих країнах глобалізованого світу відчутне тяжіння до національних традицій, елементів етнографії. В Україні найпотужнішою культурною основою є трипільська культура, яку активно вивчають митці, переосмислюють і знаходять основу для майбутньої творчості.

Наприкінці XIX ст. в мистецтві як вияв кризи і протест проти загальних смаків формуються нові напрями. Їхня місія полягає у пошуку нових шляхів і формі художнього самовираження, у розриві із традиціями класичного мистецтва. Напрямок, який утворили вони, назвали «авангардизмом» (від франц. *avant* – передовий, *garde* – загін), тобто експериментальні починання в мистецтві.

Як термін авангардизм сформувався на початку XX ст. У цей час з'явилися такі напрями, як абстракціонізм, експресіонізм, кубізм, сюрреалізм, фовізм, футуризм та ін. У всіх напрямках є концептуальна основа: відмова від канонів класичного образотворення, формальна новизна, експресія і різні ігрові перетворення. Деякі напрями, в тому числі інсталяція, енвайронмент, реді-мейд, створюють відкритий простір для комунікації творів мистецтва з глядачем. Авангардизм створює діалог митця з глядачем, сприяє активній взаємодії глядача з художнім твором, співучасті у творчості.

Зважаючи на те, що візуальне мистецтво апелює уже до готових віднайдених «арт-елементів» і будує свій образ на компонуванні, формотворенні цих модулів, до візуального мистецтва в першу чергу повинен входити дизайн з його різноманітними видами – промисловий, графічний, медіа-дизайн та ін.

Естетичне освоєння засобів техніки має свою давню історію. Ще на початку XX ст. роботи Я.Столярова «Кілька слів про красу у техніці», А.Страхова «Естетичні завдання техніки», А.Енгельмейгера «Теорія творчості» ставили питання про привнесення естетичних категорій у техніку.

У світовій історії дизайну широко відзначається діяльність Баухаузу як дизайнерського центру у Німеччині. Так сталося, що Баухауз був закритий після приходу фашистів до влади. Частина художників емігрувала в Америку, де у 30-ті роки склалися умови для розвитку дизайну. Але найбільшого розмаху набула дизайнерська справа після 2-ї світової війни.

У нас дизайн спочатку інституціоналізувався під назвою «художнє конструювання», надалі, як і всьому світі, його іменували «дизайн». Він тепер існує з усіма напрямками його діяльності.

Сучасний дизайн є широкою діяльністю, що має на меті покращити функціонування предмета, одночасно надаючи йому естетичні якості. Отже, найважливішим явищем на межі 60-70-х рр. ХХ ст. був розвиток візуального мистецтва в усьому розвої видів і стилів. Кінець 70-80-х років характеризувався певною «втомою» від візуального мистецтва і поверненням цікавості до фігуративності, особливостей кольору, зображальності.

У середині 80-х рр. ХХ ст. активно використовуються образи масової культури. Тоді ж починається розквіт фотографії у мистецтві, все більше митців починають звертатися до неї, як засобу художнього вираження. Особливий вплив на мистецтво здійснило розвиток інформаційних технологій, зокрема поширення відео- та аудіо- у 60-х рр. ХХ ст., комп'ютеризація і використання мережі Інтернет у 90-х.

На даному етапі сучасне мистецтво, у тому числі візуальне, характеризується відсутністю естетичних і технічних обмежень у художньому вираженні, формуються і розвиваються нові прийоми, художні практики.

Але, на жаль, про дизайн як один з видів візуального мистецтва навіть у найпріоритетнішому виданні «Історія українського мистецтва», т.5 «Мистецтво ХХ століття» (Київ, 2007) не йдеться.

Розглядаючи особливості сучасного візуального мистецтва, автори статей справедливо стверджують, що з'являються нові види мистецтва, хоча, на наш погляд, здається, було б правильніше відзначати їх як жанри візуального мистецтва – перфоманс, інсталяції, асамбляж, відео-арт, фото та ін. Основою образного вияву таких жанрів є «нефігуративні», абстрактні засоби художнього вислову, складні сюжетно-змістовні зіставлення, парадоксальна метафористика, тощо...» [2: с. 747].

Справді, «художнім стає сам мистецький простір, окреслений автором тієї чи іншої акції або виставки, в якому окремі твори, предмети, тексти стають частинами єдиного художнього дійства» [2: с. 748].

Що ж є рушійною силою сучасного візуального мистецтва? Практично в усіх великих країнах глобалізованого світу відчутне тяжіння до національних традицій, елементів етнографії. В Україні найпотужнішою культурною основою є трипільська культура, яку активно вивчають митці, переосмислюють і знаходять основу для майбутньої творчості.

#### *Література:*

1. Історія українського мистецтва [Текст] : у 5 томах / за ред. Г. А. Скрипник. — К., 2005. — Т. 5. — 382 с.
2. Петрова О. Мистецтвознавчі рефлексії: історія, теорія та практика образотворчого мистецтва 70-х років ХХ ст. — початку ХХІ ст. [Текст] : зб. статей / О. Петрова. — К. : КМ Академія, 2004. — 400 с. : іл.

---

, 2

## ЕКО ПАКУВАННЯ

*Анотація. В даній статті розглянуті проблеми забруднення навколишнього середовища та роль пакування в них, також екологічні замітники шкідливих матеріалів та вплив даних чинників на дизайн. Ключові слова: ЕКО, пакування, продукт, виробник, споживач.*

Використання екологічної продукції стало неймовірно актуальним рішенням за останні роки. Сучасна людина прагне не тільки вживати продукт, а й замислюється про ту шкоду, що може принести своїм вибором довколишньому середовищу. В свідомості споживача репутація ЕКО пакування набагато краща, ніж генномодифікованих продуктів. Частина виробників займаються виробництвом органічних продуктів з ідейних міркувань: вони вірять, що сучасні технології роблять продукцію гірше, в той час, як органіка - це корисно і натурально.

«Розглядаючи структуру споживаних людиною в рік продуктів близько 13% припадає на частку пакування. Для її виробництва використовується п'ята частина всіх вироблених пластмас, а масова повноцінна утилізація не налагоджена. Колосальні обсяги сміття, які скупчуються на величезних звалищах, змушують говорити, що проблема встала серйозно. Сьогодні близько 30% відходів за вагою і 50% за обсягом становлять різні пакувальні матеріали[1]». У світі забруднення пластиком навколишнього середовища необхідність заміни не відновлюваних продуктів поновлюваними стає актуальніше з кожним роком. Тому на сьогоднішній день упаковка має новий вигляд та нові тренди.

Першим рішенням стало замінити пакувальні матеріали на більш екологічні. Так в пріоритеті стала розробка великої кількості видів пластику, який не створюється на основі продуктів нафти. «В Європі вже випустили пластикову пляшку, зовнішній вигляд якої аналогічний скляній. Головна її особливість в пласкому дні. Такі пляшки не тільки набагато легше і зручніше скляних, вони легко утилізуються і виділяють при переробці набагато менше шкідливих речовин в атмосферу [2]».

Варто відзначити, що в Україні також починають вдаватися до цього рішення. Так яскравим прикладом стала компанія «АТБ-Маркет», яка в тестовому режимі запустила для реалізації в усіх магазинах «АТБ» біорозкладані ЕКО пакети з кукурудзяного крохмалю. Новий ЕКО пакет «АТБ» з додаванням полімолочної кислоти має сертифікат «ОК COMPOST home». Це означає, що пакет повністю біорозкладається протягом 12 місяців при переміщенні його в ґрунт і не завдає шкоди навколишньому середовищу.

Другим не менш вдалим рішенням стало «легке» пакування. Назва говорить сама за себе, за допомогою сучасних матеріалів пакування стає

легше на 30% - 40%. «Прикладом служить компанія Unilever. Підприємство не залишилося осторонь від інновацій і вже минулого року застосувало для виробництва пакування шампуню тонкий пластик, який при цьому не зменшив міцність і надійність тюбика. Завдяки такому нововведенню



компанія використовувала на 275 тонн менше матеріалів, ніж будь-коли [2]».

Третім рішенням стало використання багаторазового пакування (більшою мірою це актуально для пластикових пакетів). Багаторазовість - це хороше рішення в боротьбі з величезною кількістю сміття. Але для дизайнера завдання стоїть складніше, адже пакування повинне викликати бажання користуватися ним не один раз, так саме воно повинне бути функціональним для багаторазового використання.

В дизайні нові тренди втілилися в ЕКО стилі. Це в першу чергу натуральність і простота форм. В якості ілюстрацій використовуються малюнки, виконані аквареллю або простими олівцями. Довіру викликають намальовані натуральні інгредієнти продукту (шишок для горіхів, фруктів для соку, трав для чаю), а також моменти життя і ведення господарства в селі (тварини, сільські будиночки, фермери в фартухах, поля). Також, щоб покупець міг побачити вміст і оцінити його якість, на упаковці передбачають фуд-зону або додають прозорий матеріал для етикетки.

У дизайні переважають кольори, які у споживачів викликають відчуття натуральності і свіжості. Загалом це коричневий (асоціація з деревом), білий (чистота), зелений (природність) і блакитний (небо або вода). Кольори м'які, приглушені, приємні для ока. Це правило не є категоричним, адже один товар може мати кілька різновидів, залежно від складу: так, пакування чорного та білого шоколаду буде відрізнятися в оформленні. Але орієнтації на основну гаму варто дотримуватися.

Як висновок можна зазначити, що ЕКО пакування - це великий крок вперед як для споживача, так і для дизайнера. За екозберігаючими рішеннями стоїть майбутнє пакування, тож задачею дизайнерів стає відповідність їх розробок цьому надважливому тренду.

#### *Список літератури:*

1. Еко-упаковка: альтернатива пластику [електронний ресурс] / 2012. - Режим доступу <https://marketing.rbc.ru/articles/819/>
2. Громова А. Экологическая упаковка – залог здорового будущего [електронний ресурс] / 2017. - Режим доступу <https://informupack.ru/article/4511/>



, 2 , . « »

## ВІЗУАЛЬНИЙ ОБРАЗ ПЕРСОНАЖА У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Протягом своєї історії людство винайшло безліч різних способів передачі та поширення ідей або інформації. Сьогодні ми бачимо, що графічний дизайн впевнено займає своє місце серед найпопулярніших методів з використанням різних візуальних засобів комунікації. Гарним прикладом одного з таких засобів – є створення персонажа.

Багато компаній використовують цей засіб, щоб впливати на людину у формі створення унікальних персонажів для своїх проєктів. Мета персонажа - висловитися за допомогою візуальної демонстрації та переконати глядача у важливості продукту чи проєкту.

Люди схильні більше довіряти конкретним образам. Тому в більшості випадків для привертання уваги і розташуванні людини створюється головний герой. Персонаж може бути зовсім простим за будовою, але ось рухатися і змінюватися в емоціях повинен як справжній. Головна характеристика візуальних персонажів - це їх зовнішній вигляд. Загалом дизайнери вважають, що краще створювати виразних персонажів, які приємні, гарні, привабливі зовні і фізично. С цим можна погодитися, бо людей зазвичай привертають кольори, зовнішній вигляд, жести / пози і дизайн яскравих персонажів. Але саме емоції головного героя сильніше впливають на підсвідомість споживача.

«Зовнішній прояв емоцій - наочна ілюстрація того, про що думає і що відчуває герой. Якщо він сумує, зовнішні куточки очей направляються вниз, губи тремтять, а якщо задоволений - м'язи обличчя розслабляються, з'являється легка усмішка, а верхні повіки трохи опускаються. Без яскравої міміки і рухів персонажам в рази складніше викликати у глядача симпатію або будь-які інші почуття - а якщо не буде емоційного відгуку, не буде і справжнього інтересу» [1].

Прикладом використання візуального образу персонажа є проєкт «Гіперопіка» (рис. 1). Протягом усіх публікацій глядача супроводжує хлопчик, який має свій стиль та певний образ.

Проєкт створювався для соціальної мережі Instagram, тому основною задачею було привернути увагу саме візуальною складовою. А назва і є головною соціальною темою проєкту. Щоб надалі краще розуміти про що піде мова, варто розібрати сам термін. «Гіперопіка - різновид патологічного виховання, для якого характерна надмірна турбота про дитину, прагнення захищати його навіть у відсутності реальної небезпеки і прагнення постійно утримувати його біля себе» [2].

Персонаж є головною фігурою композиції. Він немов демонструє у кожній публікації ситуацію з життя, в яку може потрапити будь яка дитина. Його розташування в форматі загалом у центрі, або займає більшу частину простору.

Шрифт є додатковим елементом, оскільки головний акцент будується на персонажі. Але він несе у собі свою важливу роль для проєкту. У шрифт закладалася ідея вкласти максимальну біль яку він приносить дітям. І це

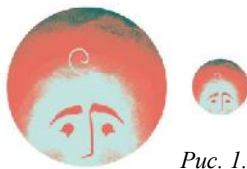


Рис. 1. Проект «Гіпероніка»



не просто так, оскільки в кожному пості прописані фрази батьків, які часто свідчать про гіпероніку. Шрифт за зовнішнім виглядом гострий і тонкий, такий шрифт складно було знайти, тому всі слова написані власноруч. Задумкою була гра на контрасті, персонаж намальований плавними та м'якими прийомами, в той час як шрифт навпаки – це символізує не правильний підхід до дитини який задає тільки шкоду. (рис. 2)



Рис.2. Шрифт проекту «Гіпероніка»

Головними кольорами проекту є помаранчевий і м'ятний, а також їх відтінки. Помаранчевий досі теплий та приємний колір, він символізує доброту та сімейне тепло. Саме цим кольором та його відтінками виконан головний герой та його сім'я. М'ятний достатньо холодний та протилежний від помаранчевого колір. Він символізує саме проблему проекту – гіперопіку. Якщо дивитися на загальну картину, то по тону кольори дуже схожі і підтримують один баланс.

Сам стиль малювання достатньо вільний - лінії та кольорові плями які виходять за контур - це зроблено з метою уникнути строгості і надати публікаціям легкість і жвавість. Зовнішній вигляд головного героя також недбалий - неслухняні кучері, футболка не потрібного розміру, сланці та міміка є його особливостями. Так само зустрічаються і образи батьків, але вони виступають як другорядні герої. Тому батьки показані більш блідними та не мають відмінних рис.

Отже, візуальна картинка в сучасному дизайні здатна привернути більше глядачів, ніж прописаний текст. Дивлячись на головного героя соціального проекту, людина підсвідоме ставить себе на його місце і тим самим звертає увагу на проблему. Завдання дизайнера стоїть правильно донести ідею в маси, а завдання споживача звернути на неї увагу. Це і робить ілюстрації такими корисними для людства, адже переводячи важливі ідеї в картинки ми робимо наш світ трохи краще.

*Література:*

1. Кульбачко К. Как рисовать эмоции [електронний ресурс] / 2020. - Режим доступ <https://skvot.io/ru/blog/kak-risovat-emocii>
2. Гіперопіка [електронний ресурс] / - Режим доступ <https://psih-mariupol.com.ua/about/articles/giperopika/>
3. Квітка О. Л. Вплив інформаційних технологій на розвиток графічного дизайну / О. Л. Квітка // Мистецтвознавчі записки: зб. наук. пр. / За ред. проф. Шульгіна В. Д. – К. : НАККіМ 2012. – №21. – С. 154-159.
4. Квітка О. Л. Міждисциплінарні аспекти семантики терміна «графіка» / О. Л. Квітка // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: зб. наук. пр. / за ред. Даниленка В. Я. – Х. : ХДАДМ, 2012. – №13. – С. 37-40.

, 2

«

»

## **ПРОСТОРОВІ РІШЕННЯ В МОНУМЕНТАЛЬНОМУ ТВОРІ МИХАЙЛА СВАТУЛИ «АФГАНСЬКА ВІЙНА, ЯК ЦЕ БУЛО»**

Ситуації «локальних війн» є характерними для другої половини ХХ століття. У силу історичних обставин у них брали участь і українці. Дослідження цієї тематики відбуваються в історичних і політологічних аспектах, мистецька складова залишається на периферії. Однак так звана «афганська війна» залишила свій мистецький слід в Харкові, оскільки в цьому місті існує діорама, створена художником Михайлом Сватулою за історичними «мотивами» декількох військових операцій тієї військової кампанії.

Михайло Сватула провів кропітку та тривалу підготовку до створення діорами. Команда помічників, що працювала разом з М. Сватулою, намага-

лася максимально реалістично відтворити фрагменти бойових дій. Для цього підбирався відповідний одяг, зброя, предмети, відшукувалися схожі місцини для відтворення поєдинків, імітувалися фізичні конфігурації протиборчих сторін, пози й жести. Перед створенням живописного полотна автор створив ряд підготовчих малюнків до діорами, виконаних безпосередньо з учасників бойових дій в Афганістані.

У результаті діорама «Афганська війна, як це було» має розмір 9 x 3,5 м, полотно горизонтальне, використані олія, пап'є-маше, дерево, пластик, експозиційні предмети. Загальна площа діорами 42 квадратні метри.

Один з важливих принципів монументального жанру – розподіл на групи всередині твору, що важливо для створення усїєї багатопігурної композиції. У плані образотворчих рішень, найголовніше у батальному жанрі поєдинок та протистояння, напруга. Предмет аналізу такої діорами: як саме передається напруга при взаємодії двох груп – «своїх» та «чужих».

Михайло Свагула витримує баланс між ворогуючими силами – коли в ближньому бою не розбереш одразу де свої де чужі, наприклад за спиною радянського солдата зображено мертвого моджахеда, а радянські солдати намагаються вибити з кам'яного укріплення ворога. На задньому плані зображений рух транспортної колони, на чолі з танками та БТРами, які вже палають – це ще один дійсний епізод радянсько-афганської війни 1981 року. У той час солдати обов'язково супроводжували транспортні колони з пальним та провізією.

Колористичне вирішення діорами також достовірно передає напругу бойових дій. Майже в центрі полотна фігура воїна передана в напруженому русі, що підкреслює пластична передача характерного положення всього тіла і зокрема ніг. Передній план виписаний так емоційно-яскраво, що створює реалістичне відчуття матеріальності зброї, військових одностроїв. Особливо вдало передані емоції воїнів, що читаються в їхніх обличчях – гніву та помсти за вбитих побратимів, болю від поранень, безстрашність в умовах балансування на грані життя та смерті.

Батальний жанр – це ще й пейзаж. Контрастом до переднього плану є небо, спокійне; ледь-ледь вгадуються на лінії горизонту хмаринки, що ще більше підкреслює напругу та динаміку війни. Бойові дії, зображені на полотні, відбуваються у горах Гіндикуша. Через ущелину Панше – ущелина Македонського – відбувався рух стратегічно важливого транспорту: перевозили паливо, провізі.

Композиційна побудова пейзажу - амфітеатр. Дві третини полотна займають скелі. Темна скеля з лівої сторони на противагу задимленої будівлі з правого боку, утворюють діагональну композиційну рівновагу. З коментарів директора музею з'ясувалося, що в цій ущелині колись знаходились буддійські келії – це історична пам'ятка, яка пройшла крізь століття. Але після цієї війни ця пам'ятка була знищена, залишилися лише невеличкі віконця, як згадка про колишнє поселення.

Автор не випадково використав сонячну світлу погоду. За допомогою використання світла та тіні підкреслюється напруженість подій. В даній діорами світло падає з верхньої лівої сторони від глядача. Це допомагає створенню

об'ємності образу, підкреслюються анатомічні розбіжності будови фігур та виразності передачі їх пластичності в русі. Також світло-тіньові моменти, які вдало вловив автор, допомагають передати фактуру матеріалу, скелі. Використовуючи світло, автор майстерно передає за допомогою повітряної перспективи дальній ландшафт – скелястий тонально та кольорово розтягнутий в широкому діапазоні. Світло також допомагає не лише в передачі кольору, а й яскраво підкреслює тональність вирішення полотна діорами. За допомогою тону та світла автор вміло передає рельєфність будівлі, форму техніки, навіть такі деталі, як пальці, зап'ястя, тонку проробку голови. Все це вирішується, безперечно, за допомогою світла й тіні.

Дуже виразно автор використав освітлення з правої сторони, показавши палаючу будівлю, де за допомогою різкого тонального переходу викликав напругу зображуваного епізоду. І так саме на контрасті вдалині м'яко показав будівлі, які за допомогою світла, вдало контрастують зі скелями трохи ближче до центру діорами, де погляд наш зупиняється на вибуху, виникає асоціативне відчуття, що немов би чути звук цього вибуху. Майстерно виписаний дим підкреслює силу цього вибуху.

Наведений аналіз просторових рішень вказує на вміння автора відібрати саме необхідне, найважливіше, узагальнити кольорове трактування і загальний монументальний настрій, здавалось би буденного епізоду війни, де поєдналися історична правда подій з дійсною творчою усвідомленістю художнього значення даної теми. За допомогою виразних форм та пластичної довершеності полотна сприймається, як попередження людям, що вони повинні берегти і цінувати мир.

. . . 4 . . . « . . . » . . .

## СУЧАСНА ТИПОГРАФІКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН

Типографіка існувала задовго до появи комп'ютерів і принтерів, здатних надрукувати все за пару секунд, але тоді вона не була настільки поширеною, як сьогодні. У сучасному світі типографіка займає одне з головних місць у житті людей. Люди постійно поглинають інформацію через комп'ютер, читають друковану продукцію як сидячи вдома, так і виходячи на вулицю. Типографіка є в рекламних оголошеннях, в інтернеті, в журналах, у книгах і на пакуванні. Дизайнери намагаються шукати нові засоби роботи з типографікою, щоб привернути увагу людей. Важливо дослідити сучасну типографіку, щоб визначити, яке місце займає типографіка у графічному дизайні й у цілому світі.

Раніше типографіку використовували виключно у книгах, газетах, журналах; саме тоді були сформовані перші основи роботи із шрифтом. Однак після появи комп'ютерів та інтернету її стали застосовувати для оформлення сайтів, програм і додатків. Д. Сиддикві у статті «Сучасна типографіка: ностальгія по минулому» стверджує: «з появою персональних комп'ютерів і перших настільних видавничих систем у типографіці стався тектонічний зсув, наслідки якого стають помітними тільки зараз» [1]. Це привело до по-

яви нових підходів у праці з шрифтами, відкрило нові можливості та привело як до позитивних, так і до негативних наслідків.

У більшості людей зараз вдома є принтер, що накладає свій відбиток на сприйняття шрифту. Друкувати може кожен, для цього достатньо елементарних знань. З одного боку, такий стан справ має значні плюси: будь-хто, якщо є бажання, може почати цікавитися типографією, пробуючи працювати на своєму персональному комп'ютері, й для цього не потрібно додаткових механізмів. Але з іншого боку, це призводить до виникнення й розповсюдження неякісної типографіки. Текст і шрифт перестали бути чимось унікальним. Кількість прочитаного тексту сучасною людиною значно збільшилася в порівнянні зі старими часами. Це викликає потребу створювати унікальні шрифти. Це зазначає й Д. Сиддикві: «Сьогодні багато дизайнерів відчувають потребу у нових шрифтах, які б дозволили надати тексту так необхідну йому індивідуальність» [1].

Сучасному дизайнеру типографіка необхідна не тільки для створення книг і журналів, де використовуються масивні обсяги тексту, а й для розробки знаків, візуальних комплексів, рекламних оголошень, плакатів, пакування тощо. А. Королькова у книзі «Жива типографіка» наголошує: «ми живемо серед тексту. Ми розмовляємо з людьми, які нас оточують, читаємо книги, газети, журнали, звертаємо увагу на таблички та вивіски, білборди та написи на паркані» [2, с. 15]. І все це — продукт праці графічних дизайнерів, які створюють цілі шрифтові композиції, щоб викликати необхідні асоціації у споживача. Завдяки цьому з'являються й інші візуальні ознаки.

Типографіку можна відокремити як самостійну частину графічного дизайну, яка спочатку виконує своє завдання, а вже потім взаємодіє з іншими елементами графічного дизайну. В. Кричевський у своїй книзі «Типографіка у термінах і образах» зазначає: «Існування друкованої продукції без єдиного слова досить проблематично, а без картинки більш ніж природно; значення типографіки у графічному дизайні важко переоцінити. Ось чому й на практиці, і в теорії поняття «типографіка» і «графічний дизайн» мають тенденцію до зближення, аж до ототожнення» [3, с. 120]. Тобто типографіка безпосередньо впливає на те, як саме сприймають графічний дизайн.

**Висновок.** Сьогодні типографіка й графічний дизайн тісно взаємопов'язані. Завданням шрифту є не тільки необхідність передати інформацію, але так само постає завдання взаємодіяти із зображенням, фотографією, іншими композиційними елементами, підтримувати їх для створення необхідного візуального ефекту. Який би шлях розвитку не обрав графічний дизайн у майбутньому, типографіка завжди буде займати головне місце у його структурі, впливати на його подальший розвиток і на його вигляд, відігравати важливу роль у житті людей.

#### *Література:*

1. Диана Сиддикви. Современная типографика: ностальгия по прошлому. URL: <https://freelance.today/trendy/sovremennaya-tipografika-nostalgiya-po-proshlomu.html> (дата звернення: 08.04.2021).
2. Королькова А. Живая типографика. Москва: Index Market, 2008. 224 с.
3. Кричевский В. Типографика в терминах и образах. Москва: Слово, 2000. 144 с.

.., 4 .. « »,  
: .

## **ІНФОРМАЦІЙНЕ ВИДАННЯ ДЛЯ ПЕРШОКУРСНИКІВ «НАВЧАННЯ У ХДАДМ»**

Кожного року у заклади вищої освіти приходять абітурієнти, пройшовши етап екзаменів вони стають студентами першокурсниками. Але у студентів першокурсників немає чіткого розуміння – як саме буде проходити процес навчання та яку саме роль вони гратимуть у цьому процесі. Умови життя і навчання у вищому навчальному закладі різко відрізняються від шкільних. У студентів першокурсників відбувається злам багаторічного, звичного стереотипу [3]. Неможливість реалізації старої системи потреб та ієрархії смислів призводить першокурсника до скрутного становища і до тяжких переживань, які можуть стати переломними, тобто змінити напрямок розвитку буття як до особистісного росту, так і до стагнації чи девіації [1].

Мета роботи: зібрати та проаналізувати вторинну інформацію стосовно теми дипломного проекту, сформулювати стратегію позиціонування та дизайн пропозицію й ідею створення інформаційного видання «Навчання у ХДАДМ».

Розробка інформаційного видання для першокурсників є актуальним тому, що важливо полегшити процес адаптації першокурсників до навчання, надати їм усю необхідну інформацію про навчальний заклад та сформувати розуміння того, як проходить навчальний процес. Зокрема - зараз в академії ХДАДМ немає інформаційного видання у якому б була уся необхідна для студентів інформація така як: місто знаходження головних кабінетів, права студентів, необхідні посилання, загальна інформація про навчальний заклад.

Цільовим споживачем інформаційного видання є студенти-першокурсники кафедри графічного дизайну Харківської державної академії дизайну і мистецтв.

Треба приділити окрему увагу тому факту, що це люди, у житті котрих важливе місце займає творчість. Поступаючи до ХДАДМ вони володіють певними художніми навичками, та планують пов'язати своє майбутнє з дизайном та мистецтвом.

Під час проектної практики був проведений аналіз ринку інформаційних видань закладів вищої освіти та був зроблен аналіз аналогів, за результатами яких було визначено, що «багато» закладів вищої освіти в Україні мають інформаційні видання для першокурсників. Це можуть бути як друковані видання обсягом від 20 сторінок, так і невеликі брошури, або електронні видання. Наявність великої кількості різноманітних видань для першокурсників створює значну конкуренцію, але більшість з них не задовольняє потреби цільової групи та не відповідає сучасним трендам дизайну поліграфічної продукції.

Потреби, які буде задовольняти інформаційне видання для першокурсників це: потреба належати до певної соціальної групи, а саме до студентів ХДАДМ; інформаційні потреби - першокурсники ще погано орієнтуються у стінах академії, що призводить до певної дезорієнтації; покращення образу «Я», студент формує ідею, що обрав «правильне» місце навчання; і потребу у пристосуванні до нової середовища та обставин.

Інформаційне видання «Навчання у ХДАДМ» впливатиме на те, як буде формуватися професійна ідентичність, бо допоможе студента зрозуміти «правила гри» під час навчання та праці. Адже саме під час навчання формуються уявлення про професійні норми і сталони поведінки, уточнюються знання про свої ресурси, починають працювати механізми професійної кар'єри, визначається оптимальний індивідуальний стиль діяльності [2]. Також інформаційне видання стане речовим доказом та символом того, що першокурсник є студентом академії.

Інформаційне «Видання навчання у ХДАДМ» позиціонується, як видання, яке містить інформацію про інститут та важливі посилання, які надаватимуть змогу першокурснику краще адаптуватися до навчання.

Було прийнято рішення в дизайні інформаційного видання «Навчання у ХДАДМ» використати: яскраві кольори, які викличуть приємні асоціації у першокурсника; візуальні елементи, що безпосередньо нагадували саму академію; геометричні форми, що допомогли швидко зчитувати інформацію. Оскільки академія ХДАДМ займає три корпуси, було прийнято рішення закодувати кожний з корпусів академії окремим кольором, що дасть змогу першокурснику краще запам'ятати місце знаходження кожного. Беручи до уваги цільову групу окремо, у середині видання буде виділено місце задля малюнків та нотатків. Розташування у середині видання дозволить швидко знаходити саме те, що студент буде вважати найбільш важливим та корисним. Також таке розташування є більш зручним для малювання. Так як важливе місце в житті під час студентського життя займають взаємовідносини з групою, в кінці видання буде виділено місце де однокласники першокурсника зможуть залишити свої побажання. Таке розташування дозволить швидко знайти цей розділ.

У ході роботи над проектом, були сформовані основні критерії яким повинен відповідати дизайн інформаційного видання, що надасть змогу надалі розробити візуальне рішення. Інформаційне видання «Навчання у ХДАДМ» буде сприятиме процесу адаптації студентів першокурсників до навчання, допоможе формуванню розуміння навчального процесу, що дозволить студентам покращити свій образ «Я», та легше проходити через усі роки навчання.

Надалі планується продовження праці над проектом, у ході якої буде сформульовано візуальне рішення дизайну інформаційного видання «Навчання у ХДАДМ».

#### *Література:*

1. Адаптація першокурсників до студентського буття. [Електронний ресурс] – 2010. Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reports/psychology/10000>
2. Більдер Н.Т. Особистісна і професійна самоідентифікація студентів в дискурсі інтерактивної соціальної комунікації на арт-просторі художнього навчального закладу. Художня репрезентація у соціокультурному та мистецькому середовищі: моногр. дослідження / Наталя Більдер, Олена Гончар, Олена Коваль, Андрій Корнев, Алла Легачова; За заг. ред. Олена Гончар; Наук. кер. Володимир Тарасов.– Харків : ХДАДМ, 2017.– 207 с.
3. Товкач І.Є. / Психологічний Портрет Студента-Першокурсника/ Педагогічний інститут, Київський університет імені Бориса Грінченка. – 2018. Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/8.1/19.pdf>



., 4 ., . « »,

: .

## **ОБҐРУНТУВАННЯ ГРАФІЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВИДАННЯ «НАВЧАННЯ У ХДАДМ»**

Проблема адаптації студентів першокурсників є однією з важливих. На початковому етапі навчання студенти зазнають значні складності в учбово-пізнавальній діяльності. Адаптація молоді до студентського життя – складний і багатогранний процес [2]. Інформаційне видання полегшить процес адаптації першокурсників до навчання і для цього треба створити графічне рішення, що буде відповідати потребам цільової аудиторії.

*Мета роботи:* сформулювати декілька альтернативних концептів, провести тестування концепцій, та обрати оптимальне графічне рішення інформаційного видання «Навчання у ХДАДМ».

У візуальному рішенні інформаційного видання вважливо використати певні графічні елементи, які будуть викликати позитивні асоціації у цільового споживача. Створити приємне емоційного враження від вступу до академії та навчання у цілому, підштовхнути студента для подальшого саморозвитку під час навчання та допомогти першокурснику орендуватися та адаптуватися до нових обставин. Важливо прискорити процес адаптації першокурсника до академії та нового життя [2].

Було сформовано три альтернативні концепти.

*Концепція 1* Студенти першокурсники поступаючи до академії, мають певні надії та сподівання стосовно того, як буде йти навчання та ким вони стануть по закінченню, яку професію зможуть обрати, та якими навичками опанувати. Важливо сформулювати мислення, що навчання це розвиток та шлях який доведеться пройти студентам з 1 по 4-5 курс. Першокурсники ще тільки починають цей шлях і треба з самого початку сформулювати позитивні асоціації з процесом навчання. І читаючи інформаційне видання «Навчання у ХДАДМ» студент «проходить шлях» до формування першого враження стосовно того, як це бути студентом академії, та до розуміння того, як проходить навчання в академії, яка там структура, з чим йому доведеться зіткнутися, як навчатися з максимальною користю до себе. Тому була сформульована така концепція «Навчання у ХДАДМ – це шлях у майбутнє».

*Концепція 2* Навчання у ХДАДМ на факультеті графічного дизайну - це поступовий «підйом» до знань та нових горизонтів. Інформаційне видання є сходами до розуміння того, як проходить навчання на факультеті графічного дизайну в академії ХДАДМ. Поступово читаючи інформаційне видання студент першокурсник починає розуміти та долає кожну сходинку. Тому була сформована концепція: «Навчання у ХДАДМ це можливість піднятися до нових горизонтів»

*Концепція 3* Навчання у ХДАДМ проливає світло на розуміння професії графічний дизайн. ХДАДМ - це заклад вищої освіти де студенти здобувають знання. Навчання у академії дає розуміння тонкощів роботи графічного дизайнера, навчає необхідним навичкам тобто проливає світло на те що

до цього не було доступно студенту. Так само й інформаційне видання «Навчання у ХДАДМ» стає орієнтиром та «проливає світло» на те, як проходить навчання. Була сформована концепція «ХДАДМ - це маяк (світло) який вказує шлях до розуміння графічного дизайну».

Для кожної з концепцій було розроблено графічне рішення. Для концепцій 1 та 2 було обрано використання шрифтової композиції з елементами 3D. Тривимірні букви різних форм, кольорів і розмірів, як анімовані, так і статичні, виглядають дуже ефектно [1]. Також у концепції 1 та 2 було використано стилізований образ студента першокурсника, який проходить певні етапи навчання в ХДАДМ. Були використані геометричні форми, які допомагають швидко зчитувати інформацію. Геометричні форми можуть слугувати своєрідними елементами, що скеровують увагу до центру композиції [3]. У концепції 2 було графічно зображено «сходи», які буде долати студент під час навчання. У концепції 3 були використана мінімалістична композиція, котра чітко виражає концепцію, даючи змогу підкреслити тільки саме важливе.

Групою експертів було проведено тестування кожної концепції за наступними критеріями: відповідність потребам цільової групи, графічне рішення, кольорове рішення, оригінальність візуальної концепції, відповідність сучасним трендам графічного дизайну. У ході тестування було визначено, що концепція 1 та 2, на відміну від 3, за більшими оцінками групи експертів займають зону вище середніх значень. Оптимальним рішенням було обрано концепцію 1.

Під час роботи над проектом було сформовано три альтернативні концепції, кожна з котрих спирається на сучасні тренди графічного дизайну та використовує прямі асоціації з академією ХДАДМ. За результатами тестування було визначено, що більш відповідної до потреб цільового споживача є концепція з використанням елементів 3-D, та образом студента першокурсника. Була обрана концепція №1, яка стане основою для подальшої роботи над графічним рішенням інформаційного видання «Навчання у ХДАДМ».

#### *Література:*

1. Сидорова Д./Графический дизайн в 2021 году: 10 трендов/ Режим доступу: <https://rb.ru/story/10-design-trends-in-2020/>
2. Шахвердова А. П. / Потребность достижения та її вплив на успішність адаптації студентів-першокурсників - 2016 Режим доступу: [http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/a.\\_p.\\_shahverdova\\_the\\_need\\_for\\_achievement\\_and\\_its\\_influence\\_on\\_the\\_success\\_of\\_the\\_adaptation\\_of\\_first-year\\_students.pdf](http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/a._p._shahverdova_the_need_for_achievement_and_its_influence_on_the_success_of_the_adaptation_of_first-year_students.pdf)
3. Геометричні мотиви в дизайні поліграфічної продукції стилю ар деко/ Ключана А. ВІСНИК Львівської національної академії мистецтв. Вип.34.2017 - Режим доступу: [https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf\\_visnyk/34/129-139\\_Klochana.pdf](https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/34/129-139_Klochana.pdf)

## БАЛЕНСІАГА: ВІД АРХІТЕКТУРНОЇ ЕЛЕГАНТНОСТІ ДО ВУЛИЧНОГО ФЕНОМЕНУ

Balenciaga сьогодні один із найвідоміших світових брендів одягу, який ламає усі стереотипи і створює так звану «естетику потворності». Історія бренду розпочалася у 1919 році. Коли модельєр Кристоаль Баленсиага відкрив свою швейну майстерню. Його клієнтами стали члени королівських сімей та аристократії. Період його творчої діяльності називають неінакше, як «Ерою Баленсиаги». Їм захоплювалися та надихалися колеги. Речі, які він створював кардинально відрізнялися від загальноприйнятих стандартів тієї епохи. Саме Баленсиага один із перших запропонував безрозмірний одяг. Його колекції показали інший бік жіночої краси, дали змогу поглянути на жінок по-новому (рис. 1). Дизайнер зробив так, що його одяг не тільки був гарний, а й зручний. Незважаючи на вільний, комфортний крій, роботи модельєра мали архітектурну точність форм. Колекції вражали своїм лаконізмом, точністю ліній і форм. Це були майже скульптури від «архітектора високої моди». У 1951 році Баленсиага повністю змінив силует, він розширив плечі і відмовився від лінії талії. Маніпуляції модельєра з лініями талії стали найбільшим вкладом у світ моди: він створив новий жіночий силует. У 1955 році він створив сукню-туніку, яка потім перетворилась в сукню-сорочку. Крім цього, до робіт Кристоаля також належать об'ємні жакети сферичної форми, пальто-кокон,



Рис. 1



Рис. 2

спідниця-сфера та мішкоподібні сукні. Його пізнаваними елементами стали комірці-стійки, які створювали ефект довгої, майже лебединої шиї. У 1968 році бренд припинив свою роботу.

Незважаючи на признання і фінансовий успіх, у 60-і Кристобаль проголосив скору смерть високої моди і оголосив про закриття Balenciaga. Він не підтримував тогочасні погляди, приходила нова ера, ера хіпі, стрітстайлу, боротьби проти стереотипів і т.д. Все це було далеке від його стилю і світосприйняття. Його рішення настільки вразило клієнтів, що графиня Мона фон Бісмарк декілька днів не виходила зі своєї вілли, таким чином протестуючи проти закриття свого улюбленого бренду.

Сьогодні бренд Balenciaga належить французькій модній групі Kering. У ролі креативних директорів бренду були Мішель Гома, Олександр Вонг, Ніколя Жеск'єр. Проте повернути давно забуту популярність зміг нинішній директор грузинського походження Демна Гвасалія. Одразу ж після показу першої колекції під його керівництвом, Balenciaga став найбільш обговорюваною маркою. Демна перевернув естетику Balenciaga в протилежну сторону. Дизайнер зауважує, що він намагається знайти новий підхід до жіночої краси, як у свій час Кристобаль, але балансуючи на грані з потворством. Він, так само, як Баленсіага, йде проти стандартів, ламає стереотипи, задає нові правила.

Так само, як Баленсіага у свої колекціях Демна намагається надати речам деякої скульптурності, але іншими засобами. Якщо Кристобаль Баленсіага працював в рамках класичного стилю і намагався за допомогою крою, щільності тканин відтворити архітектурність, плавність, елегантність ліній, то Гвасалія в свою чергу відкидає усі рамки, він працює поза стилями, доводить силует до гротеску (рис.2). Дизайнер додає зображення кошених і цуциків на сумки Balenciaga, створює шкіряні пакети і продає їх за тисячі євро, створені ним аксесуари схожі на ті, що можна знайти в дешевій туристичній лавці. Демна поєднує вуличний стиль з поп-культурою. Його кампейни дивують, лякають, але нікого не залишають байдужим. Незважаючи на те, що стиль Демни Гвасалія і Кристобала Баленсіаги на перший погляд кардинально різний, вони обидва є новаторами свого часу, ім'я Баленсіага так само, як і Гвасалія назавжди увійшло в історію модної індустрії і вже стало культовим. Але все-таки слід зазначити, що вулична мода, від якої перед смертю відрікся Баленсіага, стала провідним трендом у світі люксу і одним із її амбасодорів сьогодні є Демна Гвасалія і бренд Balenciaga.

„ 1 « »  
: . . ,

## **ЖИВИЙ ЖИВОПИС. СУЧАСНІ ЗАСОБИ СПІЙМАТИ ВИРАЗНІ АКВАРЕЛЬНІ ЕФЕКТИ**

З моменту започаткування дизайну як окремого напрямку мистецтво перестало бути лише засобом самовираження. Тепер досить часто малюнки є частиною дизайну, а виходячи з цього і маркетингу.

Через одвічні намагання вразити споживача та виділитися на фоні конкурентів ми маємо шукати нові цікаві способи зображень, оскільки старі методи не завжди працюють у сучасному світі діджиталізації. З іншого боку, сьогоденні технології можуть допомогти нам взяти як можна більше з класичних технік, відкрити всі їхні можливості та потенціал. Акварель є одною з таких технік.

Техніка акварельного живопису відома давно, хоча не була такою розповсюдженою та загальноприйнятою, як, наприклад, олійний живопис. Одними з причин є втрата кольору і тону після висихання фарби, а також залежність фарби від поверхні (варто зазначити, що разом з цим різні поверхні є і перевагою для акварелі, адже різні текстури по-різному відкривають пігменти, грануляцію, здатність кольору рівно покривати поверхню). Деякі джерела повідомляють, що акварель (чи фарба, що схожа на неї за складом) використовувалась ще на наскальних малюнках, але історія як самостійної самодостатньої техніки починається з епохи Відродження.

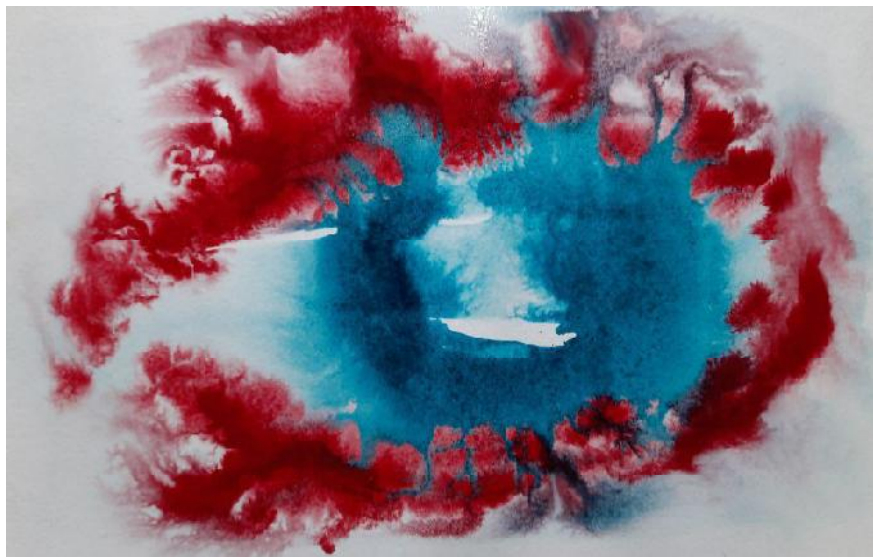
Варта уваги акварельна техніка «по-сирому». Назва каже сама за себе. Фарба накладається на вже змочений папір, завдяки чому можна отримати живі непередбачувані ефекти. Щоправда, така техніка вимагає від художника бути справжнім майстром своєї справи.

Наразі таку техніку можна використовувати в дизайні для фонів чи текстур. Але проблема в тому, що частіше всього лише з подальшою комп'ютерною обробкою. Як зазначалось раніше, акварель втрачає тон та чіткість зображення, що робить її менш яскравою та привабливою для ока.

Зі свого досвіду виконання завдань я зрозуміла, що проблеми зміни готового малюнку може вирішити фіксування ще мокрого результату на



*Рис. 1. Акварельний фон з комп'ютерною обробкою*



*Рис. 2. Фото*

камеру. У такий спосіб можна зловити найгарніший ефект матеріалу. Зловити період його життя.

Вода – ознака життя. Цей спосіб показує нам життєвий цикл роботи. Вона народжується з води, фарби, пензля та наших рухів і наче дитина надалі сама йде у світ. Ми не можемо контролювати її. Результат може бути зовсім неочікуваним, але втому і весь сенс – він самостійний, живий. Це шлях самого матеріалу. Тож ми за допомогою фотографії можемо допомогти зберегти кращі, найвизрашніші моменти. Моменти життя, моменти тріумфу фарби.

Роботи нижче ілюструють написане вище. На перший погляд два майже однакових за технікою виконання ока. Перше я зафіксувала на фото майже одразу ж після того, як зобразила. Й справді, Воно виглядає як живе.

Друга фотографія зроблена вже після повного «циклу життя» і повного висихання роботи. На ній уже важко впізнати роботу, яка була представлена вище. Це можна зробити лише по характерним білим місцям, які не були заповнені фарбою. Форма ока зовсім не впізнається, втрачена чіткість, яскравість. «Судини» вже не здаються живими, вони більше не рухаються.

На прикладах цієї роботи видно, що метод фотографування не лише має місце бути, а й повинен використовуватися сучасними дизайнерами, адже цей же спосіб робить результат більш передбачуваним та цікавішим, що допоможе значно знизити ризики.

*Використана література:*

1. Макарова А.Л. «Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник» / X.: Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)

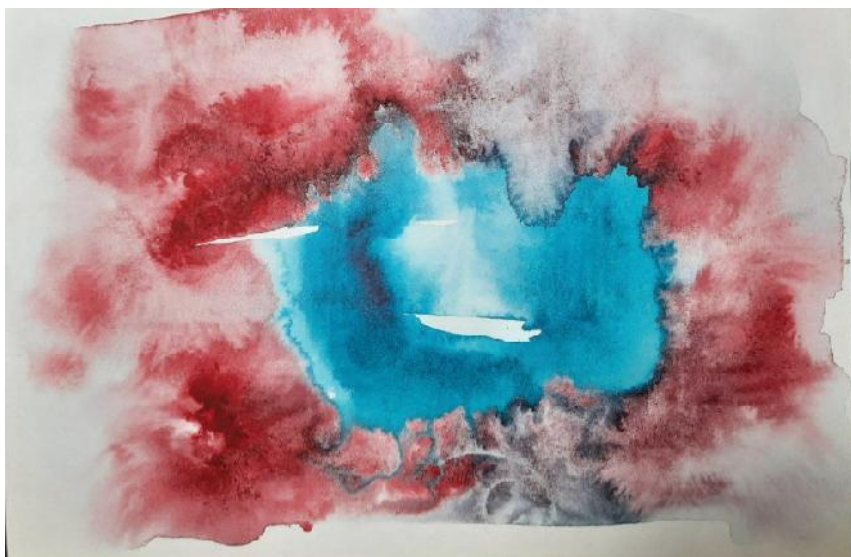


Рис. 3. Фото

2. Афанасьєв В. А. Акварель // Енциклопедія сучасної України
3. Ian Sidaway. The Watercolor Artists Paper Directory. NorthLight, 2000.
4. Розов Г.Д. Мистецтво фотографії
5. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

’ , 3 , . « , » ,  
: . , . . .

## ПЕЙЗАЖІ ЗАКАРПАТТЯ У ТВОРЧОСТІ ВАЛЕРІЯ ШМАТЬКА

Валерій Шматько (1956 р.н.) – український художник, майстер колористичного живопису, плерерист. Працює в жанрах тематичної картини, пейзажу, натюрморту. З 1993 по 1998 рр. навчався в Харківському художньо-промисловому інституті. Живописець належить до славетної харківської пейзажної школи, започаткованої наприкінці XIX ст. видатними мистцями С. Васильківським, П. Левченком, М. Беркосом, М. Ткаченком.

Валерій Шматько учасник багатьох Всеукраїнських та Міжнародних виставок, плерерів, відомий не лише в Україні, але й за кордоном. Роботи художника зберігаються у колекціях Харківського художнього музею, Київського музею сучасного мистецтва, у приватних колекціях в Україні, Росії, США, Франції, Кореї, Китаї, Польщі, Болгарії, Іспанії, Італії, Хорватії тощо. Зараз Валерій Шматько приймає участь у важливому проєкті «Обереги», метою якого є розкриття духовних особливостей України та її регіонів через мистецтво.

Пейзажі, в яких зображено Закарпаття, були створені протягом 2010-2019 років в мальовничих Карпатах та в стареньких селищах на заході України.

Це - «Вечір у Колочаво», «Церква у Західній Україні», «Маленькі хатки у Пилипці», «Ранок», «У горах Колочави», «В горах», «Осінь у Колочаві» та «Березень». Місцевість, яку писав художник, особливо вражає та надихає його своїм насиченим кольором, сонцем, дерев'яними побудовами, великою кількістю водоймів, а також горними ландшафтами.

Валерій Шматько надає перевагу пейзажам Карпат навесні та восени. Картини з пейзажної серії Закарпаття були створені не за один рік. Як пояснює художник, Карпати «розкриваються перед людиною не одразу, їх можна пізнавати для себе дуже довго». Шматько інтуїтивно підбирає близький йому стан природи та відображає його на полотні.

Пейзаж «Вечір у Колочаво» був створений в 2010 році. Сонячні краєвиди Колочави надихнули Валерія Шматька, тому він мальовничо відобразив їх на полотні. Для зображення вечора в селі Колочава художник використовує прямокутну форму полотна, розміром 70x80 см. Композиція поділена на три плани. На першому плані майстер зображує зелену галявину, на яку падає велика тінь від невідомого об'єкту. На другому плані, в центрі композиції розміщуються хатини, огорожені низьким тинном. Вони стоять близько одна до одної, виглядають скупчено, тому створюють враження одного цілого. За сільськими хатинами на третьому плані височіють гори. Композиція цієї роботи відкрита, дивлячись на неї глядач ніби переноситься в село Колочава і своїми очима споглядає його краєвиди. В картині відчувається тяжіння до землі, що підкреслюється обраним художником форматом та ритмічною будовою переважно прямих горизонтальних ліній в побудові домівок, огорожі та стовпів. Джерелом світла, яке відіграє важливу роль в пейзажі, є сонце, що поступово ховається за обрій. Художник закарбував мить; ми бачимо, як поступово на Колочаву насувається тінь, фарби тьмяніють, вечоріє, але ще є небагато часу, коли можна насолодитися сонячним світлом.

В картинах цієї серії - зображення гір, дерев'яних домівок, з різних селищ Закарпаття, а також дерев, кущів, трав, які буквально закутують ті місцеві будовлі. Мистець передає емоцію, внутрішній стан та власне ставлення до того, що він пише. В картинах виражається вся любов майстра до навколишнього світу. Йому цікаво подорожувати та писати природу з місцевими хатинами, щоб показати їх в особливому образі, що створюється за допомогою різних художніх прийомів.

Для написання своїх робіт В.Шматько використовує метод художників-імпресіоністів. Утім він не вважає себе «чистим» імпресіоністом. Художник віддаляється від реалістичного відображення природи, прагне передати враження від моменту, пише яскравими кольорами та експресивними мазками.

Хоча Валерій Шматько використовує імпресіоністичний метод передачі враження, емоцій, але для нього пейзаж більше ніж конкретний момент. Художник створює пейзаж-картину, яка виражає та відображає сутність природи, менталітет народу, що є характерним для українських пейзажистів.

В основі його творчості лежить глибоке та фахове знання технологій живопису. Художник вимогливий до себе, прагне високого рівня досконалості. має багату уяву та фантазію. В роботах автора важливу роль відіграє колір,



живопис картин збагачений тональними відтінками та колористичними плямами.

Закарпатські пейзажі є результатом вражень художника від природи того краю. Валерій Шматко прагне донести глядачу гармонію природних ландшафтів, любов до природи, до світу, до пам'яток. Він закарбовує мить, стан природи, який поєднується з настроєм митця.

, 2 , . « »

## СТИЛІСТИКА ДИТЯЧОГО МАЛЮНКУ. ЗМІСТОВІ АСОЦІАЦІЇ

У графічному дизайні все частіше використовуються прості ілюстрації. Відсутність деталізації дозволяє зосередитися не на самому мистецтві, а на повідомленні, яке воно несе у собі. Вони часто виглядатимуть схематичними, надто простими та дитячими [5]. І ніхто не малює так краще, ніж сама малеча. Для неї — це надзвичайно важливе джерело інформації, яке може виражати її внутрішній світ, емоції, проблеми та особливості. Це щира і відверта сповідь про найдрібніші порухи дитячої душі, про радощі й жалі, які переживає маленька людина [6]. Один і той же сюжет малюнка кожна дитина відтворить по-своєму. Малюк обирає лінії, фарби та форми, співзвучні його настрою, відчуттю, баченню світу. Спочатку будь-який малюнок зароджується в голові. А потім з'являється на папері, відображаючи почуття та думки свого автора [4].



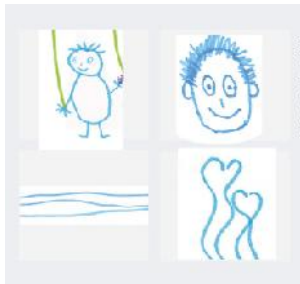
«Вічне дитя» — напевно усі чули такий вираз. Особливо часто таке кажуть про людей з синдромом Дауна. Це генетичний стан, зумовлений присутністю додаткової хромосоми у 21 парі, що впливає на особливості розвитку людини. За статистикою Всесвітньої організації охорони здоров'я, у світі з синдромом Дауна народжується один з 700 немовлят. Це співвідношення однакове в різних країнах, кліматичних зонах і соціальних прошарках. Генетичний збій відбувається незалежно від способу життя батьків, їхнього здоров'я, звичок та освіти [3].

Після спілкування з багатьма людьми стає очевидно, що більша кількість не розуміє, що таке синдром Дауна та як треба поводити себе поруч з ними. Саме тому розповсюдженою реакцією стають насмішки над такими людьми. Щоб цього запобігти, необхідно поширювати інформацію стосовно даного генетичного стану, що й стало метою проєкту, про який буде йти мова.

Проєкт представляє собою візуалізацію сторінки соціальної мережі Facebook. Мова цієї сторінки ведеться від першої особи, що імітує формат особистого щоденника однієї дитини з синдромом Дауна. Він малює та описує свій досвід, емоції та почуття. Є твердження, що художня творчість, яка є сукупністю емоцій, образів і м'язових рухів, розвивається як невід'ємна складова людського організму [1, с. 185-186]. Одночасно з розвитком малюка впродовж п'яти періодів (циклів) вона в малярстві послідовно розв'язує проблеми елементів, форми, руху, простору та світла (кольору). Дитина також послідовно розв'язувала ті самі проблеми, що й у своєму загальному розвитку [2, с. 73].

Шість публікацій, тобто шість історій та проблем з життя головного героя, допомагає нам подивитися на сприйняття світу з точки зору іншої особи. Оскільки кожна ситуація стосується безпосередньо його, тобто хлопчика, що уособлює в собі усіх людей з хромосомним порушенням, то він завжди присутній на зображенні. Як вже було зазначено вище, за концепцією проєкта автором ілюстрацій є нібито сам хлопець, тому було важливо враховувати це при створенні публікацій. Для цього була проведена робота з аналогами та по вивченню особливостей дитячого малюнку. Результати дослідження можна побачити на прикладі використання даного стилю у дизайні.

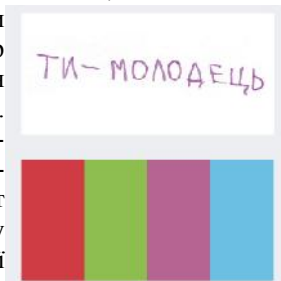
Наївність, чистоту та ширість важко повторити дорослій людині, бо вони все ускладнюють, приділяють увагу речам, що для малечі є неважливим. Насправді ж, все, що треба — малювати так, як каже тобі серце. Дітей не хвилює, що їх лінія тремтить, очі різного розміру, а голова непропорційно велика. Головне те, що саме зображено та які емоції вони відчували, коли створювали свій витвір мистецтва, бо їм подобається сам процес. Часто використовується один із найулюбленіших через простоту використання матеріалів, тобто фломастери. Вони різнокольорові, яскраві, не потребують довгого змішування красок, як при малюванні гуашшю. Малюки без проблем можуть провести як тонку лінію, так і зробити заливку об'єкта.





Обрані кольори асоціативно допомагають нам зрозуміти зображення, адже після пошуку аналогів було визначено, що діти використовують їх для підкреслення значення намальованого. Зелений — колір трави, блакитний — завжди асоціюється з небом. До того ж, блакитний — це стереотипно «чоловічий» колір, так само як і рожевий — стереотипно «жіночий». Останній навмисно зроблений якнайбільш холодним із можливих, майже фіолетовим, щоб не виділятися із колориту. Червоний колір обраний як контрастний до зеленого, щоб посилити його яскравість, адже його по кількості менш за всі інші на роботах.

Зображення людей на малюнках знакове, лінії криві, іноді здається, що вони нібито невпевнені. Шрифт розроблений таким чином, щоб викликати асоціації з дитячими літерами, з їх першими спробами самостійно писати. Анатомія літер навмисно порушена, вони відрізняються один від одного за розміром, пропорціями та нахилом. Можна помітити, що літера Я віддзеркалена. Композиції здебільшого схильні до симетрії та статички. Це найзрозуміліший та найпростіший варіант композиції, тому часто зустрічається в дитячому мистецтві. Малюкам іноді важко формулювати свої



думки, а тим більше відображати їх на папері, тому логічним композиційним рішенням буде зробити зображення головним, домінуючим над шрифтом. Воно є повністю плоским, без жодного натягу на світлотінь, адже створено лише лінією, без заливки.

Отже, дитячий малюнок на асоціативному рівні завжди викликає в людей теплі почуття та створює атмосферу довіри через те, що малеча все робить від чистого серця. Використавши дану стилістику у графічному дизайні, можна налаштувати цільову аудиторію на сприйняття інформації та отримати можливість поглибитися у проблему без якоїсь напруги, адже стилістика відрізняється простотою.

*Список використаних джерел*

1. Бутник-Сівєрський Б. Дитячий малюнок // Пролетарська правда. – 1930. — 30 квіт.
2. Ірина Ходак. Кабінет дослідження дитячої творчості всеукраїнської академії наук: проблемне поле діяльності [Електронний ресурс] // Інститут мистецтвознавства та етнології ім. М. Т. Рильського. Режим доступу: <http://sm.etnolog.org.ua/zmist/2015/2/67.pdf>
3. Квитка О. Л. Символ в графічному дизайні / О. Л. Квитка // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: зб. наук. пр. / за ред. проф. Даниленка В. Я. – Х. : ХДАДМ, 2012. – №2. – С. 11-14.
4. Пам'ятка щодо синдрому Дауна [Електронний ресурс] // 2016. Режим доступу: <https://www.medical.te.ua/ua/news-1-0-45-pam%2%80%99yotka-schodo-sindromu-dauna>
5. Про що говорить дитячий малюнок [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://ranok-school.com/2019/09/16/pro-shcho-hovoryt-dytiachyj-maliunok/>
6. Тенденції графічного дизайну [Електронний ресурс] // 2019. Режим доступу: <http://i.nure.ua/test0/957-tendentsiji-grafichnogo-dizajnu-u-2020-rotsi>
7. Чим цікавий дитячий малюнок [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://dnz56.rosvita.rv.ua/sample-page/%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B0%D1%87%D0%B8%D0%BC-%D1%86%D1%96%D0%BA%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%B9-%D0%B4%D0%B8%D1%82%D1%8F%D1%87%D0%B8%D0%B9-%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D0%BD%D0%BE%D0%BA/>

, 3 , . , ,  
:

## **САКРАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО І. МОРГУНОВА, О. ЄРОФЕЄВОЇ ТА О. МОРГУНОВОЇ (НА ПРИКЛАДІ ЕМАЛЬЄРНОГО ІКОНОПІСУ ДЛЯ ХРАМУ ІОАННА БОГОСЛОВА)**

Творчий й родинний союз Ігоря Моргунова та Ольги Єрофеевої відомий не тільки в Україні, але й за її межами. Вітчизняні мистецтвознавці в своїх публікаціях (О. Денисенко, Є. Котляр, В. Мизгіна, В. Немцова, Г. Складенко, Л. Соколюк та інші) неодноразово підтверджували реноме художників як блискучих представників сучасної монументальної школи Харкова. Маловивчені темі в творчості харківських майстрів – сакральному мистецтву – присвячене дане дослідження.

У 1974 році І. Моргунов, а в 1977 році О. Єрофеева закінчили монументальне відділення ХХПІ (нині – ХДАДМ). Техніки, якими вони

опанували з того часу, навіть, важко перелічити – левкас, сангіна, темпера, енкаустика, батик, мозаїка, вітраж, нарешті, емаль. Цій техніці харківські майстри навчалися у засновника сучасної школи українських емальєрів – О. Бородая. В живописній техніці емалі майстрами були виконані декоративні панно для харківського метрополітену станцій «Ботанічний сад» (2004), «Олексіївська» (2010), «Перемога» (2016). У цих проєктах як емальєр до батьків долучилась дочка – графік і дизайнер Олена Моргунова. Етапним твором на емалі І. Моргунова, О. Єрофеевої та О. Моргунової стали ікони для зовнішнього оздоблення храму Іоанна Богослова (2008, Харків).

Тонке відчуття гармонії навколишнього світу знайшло своє відображення у творах кожного з родини Моргунових–Єрофеевих. Пошуки сакральної образності у природньому бутті, в radoцях людського життя (розписи Дніпропетровського Дома природи, 1982; декоративні панно для станції «Ботанічний сад», 2004; станові роботи) привели майстрів до образів сакрального мистецтва.

Першою спільною монументальною роботою І. Моргунова та О. Єрофеевої в сфері сакрального мистецтва постали стінописи «Воскресіння дочки Іаіра» та «Нагірна проповідь» в Храмі Василя Великого, що на території Храму Петра і Павла (вул. Шевченка, 121, Харків). До цього автори писали станкові твори, інспіровані хрестоматійними біблійними сюжетами, наприклад, образами Адама та Єви в Едемському саду та Святого сімейства, що прямує до Єгипту. Левкас «Святе сімейство, що прямує до Єгипту» О. Єрофеевої, як і близько 30-ти інших робіт митців, були втрачені після виставок в Бельгії та Німеччині в 1990-х роках. Однак, існує робота О. Єрофеевої «Святе сімейство, що прямує до Єгипту» (1991) в техніці пастелі.

До канонічних образів звертались автори у створенні емальєрного іконопису для Храму Іоанна Богослова – храму, який в 1930-ті роки більшовицька влада намагалась зруйнувати і який шістдесят років простояв у запустінні й відновився улітку 1991 року. 24 композиції з зображеннями Христа, Богородиці, Св. Трійці, Апостолів, Євангелістів й Святих об'єднанні відчуттям спокою й рівноваги, урочистості, шляхетності, вишуканості. Завдяки тому, що майстри протягом свого творчого життя виконали велику кількість портретів та майстерно володіють передачею настрою та характерних рис особистостей, їх ліки святих в іконописних роботах поєднують в собі як людське, так і духовне начало, залишаючись в межах канонічності. Завдяки тонкому колористичному рішенню, тональним нюансам ліки святих випромінюють світло, що знаходиться поза межами чуттєвого сприйняття та світу людей. Високий рівень мистецької маестрії засвідчив майстерне опанування художньою технікою – кропіткої й складною у виконанні. Живописність виступає тут не тільки характеристикою обраної техніки. Кольори, що застосовані у відповідності до канону, гармонійно поєднані й формують скульптурність форми та передають об'єм. Характерним для художників є глибина емоційність образів, високий ступінь узагальнення та врівноваженість. В цих роботах, незважаючи на точне наслідування вимог канону, впізнаваним є аристократизм творчої манери митців, вишукана авторська мова, культура відчуття кольору та чіткості ліній.

Таким чином, митцями пройдений шлях набуття власного духовного досвіду – від побутового («профанного») простору станцій метрополітену до сакрального – дзвінниці храму та бань, увінчаних куполом.

*Література:*

1. Бородай Ю. О. Українська емаль. Київ, 2013. С.176-177.
2. Денисенко О. І. Моргунов І., Єрофєєва О., Живопис, графіка, монументальне мистецтво. Харків, 2004. 36 с.
3. Денисенко О. І. Образ «Саду божественних пісень». Образотворче мистецтво. 2006. № 2. Київ. С. 120-121.
4. Котляр Є. Горизонти Харківської монументальної школи. Образотворче мистецтво. Київ, 2006. № 3. С. 86-91.
5. Скляренко Г. Я. Матеріали для історії: Монументально-декоративне мистецтво України другої половини ХХ століття. Історія українського мистецтва / за ред. В. Г.Скрипник. Київ, 2007. Том 5. 27 с.
6. Мизгіна В.В. О виставке «Триптих». Праці пам'яткознавців. Вип. III. Частина 1. Харків : Курсор, 2014. С. 207-210.

, 2 , . « »

:

## **ФАКТУРИ ЯК ЗАСІБ ВИРАЗНОСТІ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ**

Одним з основних завдань графічного дизайну є вирішення соціальних проблем шляхом привертання уваги людей до конкретного питання, змінення їх відношення до нього та створення нових соціальних цінностей у суспільстві.

У сучасних умовах проблема пенсійного забезпечення в Україні набирає обертів і стає однією з найгостріших, адже пенсій, які сплачує держава, не вистачає для забезпечення мінімально допустимого рівня життя [3]. Ми вважаємо доцільним розглянути проблему з точки зору графічного дизайну і представити проект саме у соціальній мережі Instagram, адже сучасний світ – це світ високих технологій, і саме там можна охопити велику кількість зацікавлених людей.

Стрімкий розвиток нових інформаційних технологій виводить на перший рівень саме візуальну комунікацію, адже зорові образи допомагають нам швидше й легше сприймати інформацію. О. Гладун у статті «Візуальна мова графічного дизайну як комунікативна знакова система» висловлює думку, що «візуальна мова графічного дизайну є інструментом соціального управління і чим вона якісніше побудована, тим вищий ступінь корисної дії» [2]. Сучасний світ потребує швидкого поглинання інформації – і тому на зміну довгих текстів приходять інфографіка.

Показавши проблему пенсійного забезпечення з точки зору графічного дизайну, можна ефективно розширити цільову аудиторію, спонукнути людей до переосмислення цінностей, а також привернути увагу тих, хто здатен вплинути на ситуацію.

Головною метою було створити проект (рис. 1), який був би ефективний, але простий для сприйняття, захоплював би увагу глядача і вражав яскравими метафорами.

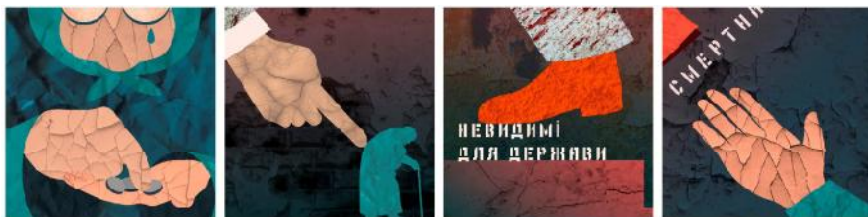


Рис. 1. Проект «Старі, бідні, невидимі»

Джерелом натхнення для обраної стилістики став один з яскравих художньо-естетичних напрямів ХХ ст. – конструктивізм. А. С. Шутова та Т. Ю. Бистрова у статті «Використання прийомів конструктивізму в сучасному графічному дизайні» висловлюють думку, що «яскравість, енергія, контраст, динаміка мають вплив на молоде покоління і людей середнього віку, а образи, що народжують асоціації з минулим можуть стати привабливими для старшого покоління, даючи можливість відчутти себе частиною історії» (*Переклад наш – К. Є. Єфремова*)[1]. Тому для проекту було доречним використати такі прийоми конструктивізму, як обмежена палітра кольорів, фактури, сміливе використання червоного кольору, гротескові шрифти, динамічність тощо. Серед усіх засобів виразності найбільшу увагу ми приділили саме фактурам.

Прийом накладання фактур на векторне зображення дозволяє зробити висновок щодо характеру об'єкту на основі асоціацій, які закономірно виникають у свідомості глядача і закріплені у його пам'яті з дитинства. Тобто як і колір, форма чи розмір, фактури несуть цінну інформацію і створюють яскраві образи. «Якщо порівняти графічну мову з мовою і мовленням, то, наприклад, «пляма» – це іменник, а роль прикметника належить слову «фактура». Подібно до того, як збідніла би наша мова без прикметників, такими ж «сухими» і «холодними» (що, втім, цілком припустимо у графічному дизайні) залишилися б композиції, позбавлені фактурного багатства», – таку характеристику дає А. Л. Макарова [4].

Різноманітність і неповторність фактур розкривають широкі можливості для дизайнера, але слід пам'ятати, що не можна нерозважливо використовувати



*Рис. 2. Застосування фактур, фрагменти публікацій проекту*



*Рис. 3. Використані фактури*

фактури, адже кожна має індивідуальний характер. Ми шукали саме ті, які створили б асоціації зі старістю, занедбаністю, хрупкістю та бідністю — щось максимально крихке і пошкоджене (рис. 2). Серед обраних фактур (рис. 3) не знайдеться жодної м'якої та однорідної, бо зображення повинні викликати у глядача певний неспокій.

Для фону публікації підібрані пошарпані стіни – досить звичайні умови проживання бідних літніх людей. Образ пенсіонера створений шляхом поєднання фактур зім'ятого паперу (для одягу) та тріщин (для тіла). Для одягу можновладця підібрана фактура з плямами крові – образ, що без зайвих питань викликає почуття небезпеки.

Кольорова гама створена на основі 4 пар контрастних кольорів. Обмежена палітра дозволяє структурувати композицію, зробити її зрозумілою, а контрастність допомагає швидше сприймати інформацію. Градієнтний фон поєднує у собі протилежні кольори (червоний та синьо-зелений), таким чином ніби поділяючи композицію на дві частини: з одного боку – бідні пенсіонери, з іншого – можновладці.

Ще одним не менш важливим завданням, як для графічного дизайнера, було підібрати доречний шрифт для окреслення головної думки. Тема проекту вимагала суворого прямого квадратного шрифту. Тож був обраний трафаретний шрифт Depot Grapharet 2D, який вдало підкреслив важливість теми і налаштував глядача на її серйозне сприйняття.

Для додаткового тексту використаний більш простий і «м'який» шрифт Bubblebody Neue Regular, який за своїм характером може нагадати образ пенсіонера.

Проаналізувавши пройдений шлях створення проекту «Старі, бідні, невидимі», можна сказати, що робота з сучасною соціальною проблемою потребує її ефективного, простого і зрозумілого вирішення у графічному дизайні. Саме візуальна комунікація є невід'ємним механізмом соціальної взаємодії, який допомагає максимально виразно інтерпретувати інформацію.



За допомогою такого унікального засобу виразності, як накладання фактур, можна не лише збагатити роботу яскравими і неповторними образами, а й викликати у глядача потрібний емоційний відгук. Різноманітність і неповторність фактур дають широкі можливості для створення ефектного проекту.

*Література:*

1. Шутова А. С. Использование приемов конструктивизма в современном графическом дизайне [Електронний ресурс] // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. 2014. № 4. С. 346–349. – Режим доступу до ресурсу: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/37976/1/uibch\\_2014\\_2\\_71.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/37976/1/uibch_2014_2_71.pdf).
2. Гладун О. Візуальна мова графічного дизайну як комунікативна знакова система. [Електронний ресурс] // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2012. №15. С. 11–14. – Режим доступу до ресурсу: <https://visnik.org/pdf/v2012-15-03-gladun.pdf>.
3. Квитка О. Л., Турчин В. В. Роль мировоззрения в практике графического дизайна / О. Л. Квитка, В. В. Турчин // Традиції та новачі у вищій архітектурно-художній освіті: зб. наук. пр. / за ред. проф. Даниленка В. Я. – Х. : ХДАДМ, 2011. – №1. – С. 210-214.
4. Кир'язова Т. О. Проблеми формування ефективної пенсійної системи в Україні. [Електронний ресурс] // Вісник соціально-економічних досліджень. зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2010. – Вип. 39. – С. 251–256. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2591/1/Проблеми%20формування%20ефективної%20пенсійної%20системи%20в%20Україні.pdf>
5. Макарова А. Л. Графічна фактура як формальний елемент візуальної мови (засоби візуалізації інформації та образу у графічному дизайні) [Електронний ресурс] // Мистецтвознавчі записки. 2012. № 21. С. 135–141. – Режим доступу до ресурсу: <https://docplayer.net/54396879-Mistectvoznavchi-zapiski.html>.

. 1 , . “ ”

## **ПЕНЗЕЛЬ — КЛАСИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ У СУЧАСНІЙ МОВІ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ**

Використання пензля в якості графічного інструменту має багатовікову історію, проте воно не втратило актуальності і до цього дня. Графіка за допомогою пензля відображає характерну фактуру пензля і паперу при досить чіткою модульності — лінії або плями, залишені на поверхні, за розміром пропорційні розміру інструменту. Матеріал дозволяє відобразити будь-які пластичні форми. Інструмент, набуває можливості проявляти як тонкі душевні переживання, так і екстремальні емоційні стани. Пензель продовжує активно використовуватися в графічному дизайні для досягнення різних цілей. Наприклад, важливою складовою будь-якого графічного дизайну є шрифт. Незважаючи на те, що вже давно існує автоматизована можливість створити шрифтову роботу, особливу популярність зараз мають шрифти, створені за допомогою пензля.

Люди використовували пензлі для наскальних малюнків ще в кам'яному столітті. Картини в печері Альтам Іра в Іспанії — один з найвідоміших прикладів. Вони були створені між 16 500 і 13 000 до нашої ери. Найстаріші



*Мал. 1 Малюнки художого ведмедя або гієни (вгорі) та пантери (внизу) в Шове-Пон д'Арк, Ардеш, Франція.*

з знайдених пензлів були зроблені з пір'я і волосся тварин, прив'язаних до гілок або вставлених в порожнисті кістки. Тому «Печерне мистецтво» можна розглянути як яскравий приклад графічного дизайну, створеного за допомогою пензля, ще в дуже давні часи. На малюнках в печерах зображували людей, різних тварин. Численними були і графічні знаки, хоча їх конкретні типи розрізняються залежно від періоду часу, в який печера була намальована, і місця розташування печери. Вважається, що наскальні мистецтво має символічну або релігійну функцію, іноді і те, і інше.

Фактично ми можемо називати це графічному дизайном, адже метою цих зображень було не просто прикрасити якусь стіну, а виконати одні з головних функцій функцій графічного дизайну — інформаційну та комунікативну. У кожного такого наскального малюнка була мета — передати якусь інформацію тим, хто його побачить. І саме за допомогою пензлів виходило наносити подібні зображення, так як форма повинна була бути простою і ясною, такою, щоб той, хто її побачив точно міг визначити зміст цього малюнка. А, якщо це якийсь символ — його було легко повторити.

У давнину пензлі використовувалися майже у всьому світі. Є письмові записи греків і римлян, в яких точно описується, як робити пензлі. Подальший розвиток виробництво пензлів отримало в середні століття. У Китаї пензлі були розроблені на ранньому етапі для написання складних ієрогліфів. Історія цього пензля налічує не менше 6000 років. Китайська каліграфія також може послужити прикладом використання пензля в графічному дизайні. Хороша каліграфія демонструє вишуканий контроль пензля і увагу до композиції, але фактична манера письма також була важлива, ідеальним варіантом були швидкі, спонтанні мазки. Зрозуміло, що навіть, якщо потім шрифт використовувався для друку, створювали його виключно пензлями, які в поєднанні з особливостями китайських ієрогліфів, створювали не тільки зручне для друку зображення, але й мали свій візуальний емоційний ряд (наприклад, імператори династій Тан і Сун часто вибирали своїх міністрів на основі якості їх каліграфії, бо каліграфія могла передати спонтанні почуття істинно проникливої людини через вилив духу в певний момент). Серед яскравих прикладів китайської каліграфії, яка не втратила популярності і через роки — роботи Ці Байши — митця відомого причудливим та грайливим стилем своїх робіт.

Не менш цікавим прикладом з історії, є Польська школа плакату, яка відноситься до періоду 1940-х - 1980-х років. Польські митці використовували живописні жести, яскраві кольори, силу дотепності і метафори для створення творів мистецтва, які суперечили нав'язаній догмі соціального раціоналізму. Таким чином, серед багатьох витворів того часу є багато різних прикладів графічних технік, серед яких велику частину займав пензель.

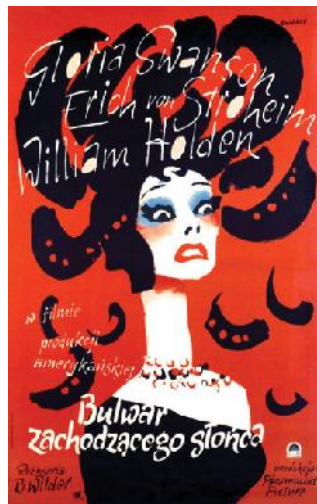
Познайомиться ближче з можливістю пензля, я змогла під час виконання нестандартного для себе завдання. За допомогою пензля мені потрібно було за невелику кількість часу, створити зображення зайця, яке буде відображати певну емоцію, зокрема лють. Важливо відзначити, що емоція повинна була легко читатися в роботі, і бути створена за допомогою тільки одного кольору — чорного. Було зроблено безліч спроб, перш, ніж я отримала жаданий результат.

Так як злість асоціюється з чимось хаотичним, для такої роботи пензлем я вирішила робити різкі, розмашисті мазки, намагаючись, щоб обриси зайця вгадувались, но він не був акуратно виведений, як це буває, коли людина спокійна. Це дозволило передати той самий хаос, який відбувається в голові, коли хтось розлючений, і чітко прописати емоцію, хоча у зайця не було промальовано вираженні морди, як це зазвичай робиться, коли ми хочемо точно показати емоцію персонажа. Головним відображенням такого методу є те, що сам по собі заєць не асоціюється з агресією, навпаки — емоції, які зазвичай відображають зображення зайчиків: розчулення, радість, кумедність. Завдяки пензлю, вийшло подолати такий асоціативний ряд і створити візуальний образ зайця, протилежний його милому сприйняттю, передати саме ту емоцію, яку хотів дизайнер.

Так як зазвичай мета будь-якого дизайну — швидко і ясно відобразити необхідну інформацію, при цьому зробивши зображення якомога простішим і зрозумілим, ми можемо сказати, що пензель допомагає відмінно впоратися з цим завданням. Якщо подивитися



Мал. 2 Ці Баййун  
(Kumai, 1864–1957)



Мал. 3 Вальдемар Свержи,  
1957 - «Булвар заходу сонця»



Мал. 4 “Після побаченої несправедливості”



Мал. 5 Хан шрифтовий плакат

на кінцевий результат роботи, можна побачити, що вийшов заєць, який вже ніяк не асоціюється з білими пухнастиком, які змушують розчлюватися. За кілька хвилин, які потрібні були, щоб зробити всі мазки, ми отримали зображення, з візуальним рядом, який точно сприймається, тобто, глянувши на нього у людини не виникне питань, яку емоцію відображає заєць, незважаючи на первинний асоціативний ряд.

**Висновок.** Графічних техніки з використанням пензлів залишаються актуальними і через століття свого існування. Якщо у вас є досвід з цією технікою, навіть в цифровій роботі це зіграє роль, адже ви будете використовувати імітації ефектів пензлів більш усвідомлено. Пензель дозволяє швидко створити візуальний образ, який емоційно сприйматиметься саме так, як задумав дизайнер. Надалі його можна використовувати для актуальної зараз агресивної графіки, особливо в плакатному терені, де важливий стоп-ефект, тобто створити такий плакат, щоб людина помітила його навіть в гущі інших і захотіла зупинитися, щоб ознайомитися з інформацією на ньому. Ефектних логотипів (особливою популярністю зараз користуються техніки леттерингу та імітація графіті) та багатьох інших продуктах графічного дизайну.

*Використані джерела:*

1. Макарова А.Л. «Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник» / X.: Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)
2. URL:<https://www.lineo-pinsel.eu/en/2020/08/13/the-history-of-making-paint-brushes/>
3. URL:[https://www.worldhistory.org/Chinese\\_Calligraphy/#:~:text=Calligraphy%20established%20itself%20as%20the,remained%20well%20into%20modern%20times.](https://www.worldhistory.org/Chinese_Calligraphy/#:~:text=Calligraphy%20established%20itself%20as%20the,remained%20well%20into%20modern%20times.)
4. URL:<https://www.sleek-mag.com/article/polish-poster-design/>
5. “Cave art” Jean Clottes
6. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

, 2 , . « »

## ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ТА ЕМОЦІЇ

Одна з функцій графічного дизайну – це розв’язування соціальних проблем, привернення уваги соціуму до цих проблем. Ми бачимо багато гарних дизайнів скрізь, але пам’ятаємо лише деякі з них, а саме ті, що створюють миттєвий емоційний вплив (*Переклад наш – О.О. Жихарєва*) [1]. Емоції є невід’ємною частиною нашого життя, це те, що робить нас людьми. Їх присутність у графічному дизайні може бути як корисною, так і шкідливою.

Емоції у дизайні – це прийом маніпуляції. Емоційна забарвленість підсвідомо приваблює глядача, викликає довіру, бо створює ілюзію чогось живого. Емоції роблять роботу виразною, більш запам’ятовуючою, змушують задуматися. А це є важливим моментом для соціального проєкту.

Проєкт «What is love?» (рис. 1) розроблено для мережи Instagram. Він розрахований на молодь від 14 до 25 років, бо саме у юному віці людина знаходиться у складному емоційному стані, котрий потребує підтримки. Ціль роботи – допомогти молоді розрізнити здорові чи нездорові стосунки. Образи проєкту не мають певної статі. Можливі як гетеросексуальні так і гомосексуальні пари.

Візуальним натхненням для створення даного проєкту послуговували роботи відомого митця Анрі Матісса. Художник часто казав, що колір і лінія – це сила, а у грі цих сил, у їхній рівновазі приховано таямницю створення всього суцього[2]. Яскравість кольору, пластика форми, динамічна лінія несе



Рис. 1. Проєкт «Старі, бідні, невидимі»



Рис.2. Застосування образу, лінії, шрифту, кольору та фактури

у собі складне емоційне зображення, що й приваблює увагу глядача. Подібні прийоми характерні і для проекту

Публікації поділено на дві частини. У першій частині глядачу розповідається про те що, таке любов, у другій - що любов'ю не є. Це зроблено для підвищення контрасту між здоровими та нездоровими стосунками.

Головним образом у роботі виступають руки. Саме руки обрані для передачі інформації, бо через них часто можна донести більше, ніж через обличчя. Емоції на обличчі людина звикла контролювати. Це зробити легше, ніж слідкувати за руками. Їх тремтіння, рух, жести видають емоцію. Форма рук мінімалізована для легшого та скорішого сприйняття інформації. Силует рук чіткий, емоції передаються через жести, дотики (рис. 2).

Доповнює ілюстрацію лінія. Так як силует рук простий та чіткий, лінія додає потрібної тремтливості. Також тремтіння додає її неспівпадання із силуетом рук (рис. 2). Лінія гармонійно поєднується із головним шрифтом, повторює вигини літер. Також вони поєднуються кольором та відсутністю фактури.

Головний шрифт створено у Adobe Photoshop спеціально для цього проекту (рис. 2). Оскільки він візуально поєднується з лінією на ілюстрації, шрифт передає ту ж саму емоцію. Другорядний шрифт Myriad Variable Concept, Semibold (рис. 2). Шрифт легко читається та сприймається оком, поєднується з проектом через спільний колір лінії та головного шрифту.

Фактура створена гуашню. Слабкі напливи фарби та її плавне просвітлення створює певну легкість у першій, позитивній частині, а протертий папір та бруд ілюструє важкість у другій, негативній частині. Ця фактура додає потрібне емоційне забарвлення роботі та підкреслює позитивний або негативний стан стосунків (рис. 2).

У проєкті використовуються теплі відтінки помаранчевого кольору та холодні відтінки блакитного кольору (рис. 2). У першому випадку прохолодний блакитний символізує спокій, приємні емоції та небесний простір, а теплі відтінки помаранчевого – тепло рук, та зображує різний колір шкіри ( підкреслює, що любов не залежить від раси). У другому випадку брудні відтінки блакитного передають важкий емоційний стан партнерів, а пекучий помаранчевий символізує тривогу, загострює увагу на проблемі. Також у проєкті використані білі та чорні кольори для ліній та шрифтів. Білий для позитивної частини, чорний – для негативної. Такі контрасти викликають підсвідому асоціацію з раєм та пеклом, а ще наштовхує глядача на певні емоції, чітко дає розуміння де добро, а де зло.

Таким чином, можна сказати, що емоції є важливою частиною проєктування у графічному дизайні. Їх вдале та доречне вживання приводить проєкт до гарного результату. Людина підсвідомо звертає увагу на речі що виражають емоції. Вони мають потужний маніпулятивний вплив на глядача. У проєкті «What is love?» емоції грають велику роль, бо сама по собі любов – це велика та складна емоція, а такі прийоми дизайну як лінія, фактура, образ та шрифт допомагають розкрити цю тему.

*Використані джерела:*

1. Emotional Design [Електронний ресурс] // Design Contes. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.designcontest.com/blog/emotional-design/>.
2. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? [Текст] / К, Ньюарк — М.: АСТ, Астрель, 2005. — 256 с.
3. Квітка О. Л. Вплив інформаційних технологій на розвиток графічного дизайну / О. Л. Квітка // Мистецтвознавчі записки: зб. наук. пр. / За ред. проф. Шульгіна В. Д. – К. : НАККіМ 2012. – №21. – С. 154-159.
4. Квитка О. Л. Символ в графическом дизайне / О. Л. Квитка // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: зб. наук. пр. / за ред. проф. Даниленка В. Я. – Х. : ХДАДМ, 2012. – №2. – С. 11-14.
5. Геренко С. С. Розвиток графічного дизайну і реклами в Україні 2009–2015 рр [Електронний ресурс] //Веб-сайт «Молодий вчений» — 2016. — № 5 (32) — [Електронні текстові дані з pdf]. — Режим доступу : <http://molodyvchenu.in.ua/files/journal/2016/5/147.pdf> (дата звернення : 21.03.2018). — Назва з екрана.
6. Шевченко В.Я. Композиція плаката: навч. посібник. 2-ге вид., доп. / В.Я. Шевченко. – Х.: Колорит, 2007. – 133 с.
7. Анрі Матісс кольорова революція європейського мистецтва. [Електронний ресурс] // Виктор и Елена Труш. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.trush.com.ua/blog/anri-matiss-kolorova-revoluciya-ievro/>.

.., 4 , « »

## СТИЛЬ АР-НУВО У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Розуміння того, як змінюються та розвиваються стилі, допомагає графічному дизайнеру створювати більш якісні, цікаві й конкурентоспроможні роботи. Популярність вінтажних стилів у сучасному графічному дизайні сьогодні зростає, що можна пояснити відомою фразою: «усе нове — це до-

бре забуте старе». Саме тому все більше брендів і компаній звертаються до історичних стилів, адаптуючи їх під сучасні вимоги.

Один із найпопулярніших стилів на сьогодні — це ар-нуво (з фр. art nouveau — нове мистецтво) або модерн (з фр. moderne — новітній, сучасний), який подорожує крізь століття. Незважаючи на сучасні тенденції і вподобання у дизайні, ар-нуво зберігає свої основні характеристики, такі як: елегантність, асоціативність, витончений символізм форм і значень, підкреслену декоративність і двомірність зображень, біг звивистих гнучких ліній, площинні візерунки. Н. Сбігнева так характеризує цей стиль: «Головне завдання модерну — привнесення прекрасного до повсякденного життя широким мас споживачів через утилітарні речі — представниками всіх галузей дизайну, зокрема, й дизайнерами-графіками, було втілено блискуче» [1, с. 22].

Аналізуючи прояви стилю, У. Харді зазначає: «Характерною особливістю ар-нуво є відмова від прямих ліній і кутів на користь більш природнього, плавного руху вигнутих ліній, які можна побачити у будь-якому прояві цього стилю... Витончена невагомість ліній найяскравіше проявлялася при роботі з м'якими податливими матеріалами або з тими, які могли такими здаватися. По суті, це був декоративний стиль, що служив для надання вельми міцним предметам видимості повітряної легкості» [2, с. 42].

Одним з найвидатніших представників цього стилю був чеський художник Альфонс Муха. Всесвітнє визнання йому принесла співпраця з акторкою Сарою Бернар, що почалася у 1983 році й була несподіваним різдвямним подарунком для майстра, який на той час опинився на мілінії й хапався за будь-яку роботу. Незабаром після цього Муха, як це прийнято говорити, «прокинувся знаменитим». С. Бернар була в такому захваті від його роботи, що уклала з А. Мухою шестирічний контракт. Муха мав створити образ Бернар у ролі головної героїні вистави, що стало для нього величезною відповідальністю та водночас відкрило майже безмежні можливості. Це подіяло на художника вельми незвичайним чином: він примудрився повністю поміняти підхід до виготовлення афіш.

У 1898 році почалася блискуча співпраця Альфонса з Жоржем Фуке, сином підприємливого паризького ювеліра. Результатом спільної роботи стала неординарна колекція ювелірних виробів; далі — співпраця з «German Theatre» у Нью-Йорку (1906), потім — створення «Слов'янської епопеї» (1928), яка стала одночасно як вершиною творчості, так і завершенням творчого шляху майстра, залишаючись одною із найвідоміших серій картин, що були виконані А. Мухою. Творчість художника живе й досі: зараз особливо актуальні модні малюнки для одягу й аксесуарів, різноманітна поліграфічна продукція і навіть татуювання «у стилі Альфонса Мухи».

Ар-нуво свого часу вийшов із моди і був відкритий заново тільки п'ятдесят років по тому. Сучасні дизайнери дуже любляють звертатись до ретро-стилів, тому що це надає продукту статусності й може підвищити його ціновий рівень. Зараз відгомони модерну зберігаються у таких елементах графічного дизайну як знаки, кольорова палітра, спосіб накреслення шриф-



тів, стилізація упаковки. Багато сучасних дизайнерів у пошуках надання продукту духу елітарності й автентичності звертаються до копіювання окремих елементів стилю ар-нуво. «Сучасний модерн», увібравши в себе характерні особливості ХХІ століття, сприймається як цілком актуальний. Головне в стилі ар-нуво нашого часу — це створення гармонійного, витонченого й оригінального продукту, образ якого сподобається споживачу. Одним з найсильніших почуттів, на які спираються подібні розробки, є почуття ностальгії або романтизація «старих, добрих часів». Ймовірно, саме тому вінтажний дизайн є нескінченним джерелом натхнення.

Дуже часто дизайнери звертаються до минулих епох, до історії стилю і дизайну, розробляючи ідеї упаковок. Оскільки ар-нуво в першу чергу був спрямований на привнесення краси у повсякденне життя людей, то багато упаковок мила, обгорток цукерок, баночок для крему й флаконів для парфумів і досі виконуються саме на основі цього стилю. Для упаковки «у дусі ар-нуво» характерний плавний і звивистий дизайн і відмова від прямих ліній. Це дуже пасує для пакування косметики, парфумерії, солодощів, напоїв — для всього, що приносить задоволення. Така упаковка підкреслює престижність товару, його елітарність. Як пише у своїй статті М. Борисова: «Дизайн — це про першу та останню цінності передусім. Він може робити продукт дорожчим, надавати більше опцій до його використання...» [3].

**Висновки.** Художники модерну перетворювали просте повідомлення про новий товар або будь-який захід на справжній витвір мистецтва. Вони не боялися братися за створення такої недовговічної речі, як плакат, що рекламував не лише художню виставку чи театральний спектакль, а й новий товар. Торгові фірми-замовники прагнули, щоб плакат був зрозумілим і міг зацікавити покупця. Яскраві й декоративні рекламні плакати прикрашали сірі вулиці, привносили красу до повсякденного життя людей.

Сучасна цінність стилю ар-нуво полягає в комерційному успіху брендів, які звертаються до цього стилю, адже він допомагає показати високий статус продукції, надає товару елітарності та привабливості. Об'єкти графічного дизайну, створені у стилі ар-нуво, виглядають трошки ностальгічно, але водночас цілком сучасно й оригінально.

*Література:*

1. Сбітнева Н.Ф. Історія графічного дизайну: навчальний посібник. Харків: ХДАДМ, 2014. 224 с.: іл.
2. Харді У. Путівник по стилю Ар Нуво М.: АСТ-Прес, 1999. 128 с.
3. Борисова М. Дизайн і маркетинг: зв'язок, про який ми забуваємо <https://telegraf.design/dyzajn-i-marketyng-zv-yazok-pro-yakuj-my-zabuvayemo/> (дата звернення: 11.03.2021).

## **М'ЯКІ МАТЕРІАЛИ ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ. ШЛЯХ ВІД ПЕЧЕРНИХ МАЛЮНКІВ ДО АКТУАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ**

М'які матеріали – це графічні засоби малювання, які приваблюють швидкою технікою виконання роботи, що дозволяє створювати замальовки в будь-яких обставинах. До них відносяться пастель, сангіна, сепія, вугілля, крейда і соус. Усі м'які матеріали дуже добре поєднуються між собою. Наприклад, можна використовувати сангіну як основний матеріал, вугілля для тіней, і крейда для світлових ділянок. Головне – один матеріал повинен переважати, тоді вийде гармонійна робота.

М'які матеріали мають неповторний вигляд і фактуру при нанесенні на папір, що ідеально підходить для початківця художника, щоб удосконалити техніку і практикувати своє ремесло. Саме тому вони не втратили своєї актуальності ще з часів наскальних малюнків Палеолітичної доби.

М'які матеріали спрямовані на те, щоб створити швидке зображення, малюючи форму в цілому, а не зосереджуючись на дрібних деталях. Це є фактором, який показує, чому така техніка малювання є важливою і актуальною в сучасній культурі. Якщо звертатися до мови графічного дизайну, основною задачею якого є надання можливості просто і швидко зчитувати інформацію, то м'які матеріали чудово під ці умови підлаштовуються, оскільки мають той самий сенс – створення такої картинки, яка легко сприймається. Тому для дизайнера навички малювання такими видами матеріалу допоможуть у подальшій праці зі створенням простих форм на базі складних.

Сучасна візуальна мова все більше нагадує ті самі печерні малюнки, які були створені не одну тисячу років тому. Чи говорить це про регрес сучасних майстрів, або навпаки, про геніальність первісного суспільства? Думаю, що ні. Справа у тому, що раніше люди не володіли високими навичками малювання, а спирались лише на свої відчуття, що і допомагали створювати зрозумілі всім асоціації з невеликими вміннями малювання.

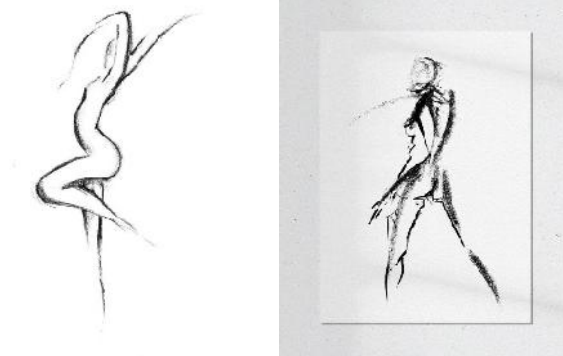
Сучасний дизайн має такий самий сенс – зуміти викликати почуття, привернути увагу та заручити потенційного споживача. Невідомо, коли



*Мал. 1. Ілюстрація Устрома, печера Шове, Франція. 30 000 до н. е.*



*Мал. 2. Неолітичні печерні картини в Тассілін – Аджер*



*Мал. 3;4 Сучасні графічні скетчі*

люди вперше використали для малювання м'які матеріали. Але вугілля стало одним з перших в мистецтві. Техніка має багатовікові історії, але не втрачає актуальності у сучасних художників. Вже після перших спроб і зрозумієте техніку тонування, загальні принципи малювання і ескізів. При роботі з цими матеріалами учень вчиться не відволікатися на другорядні деталі, а сприймати малюнок в цілому. Перші згадки про техніку з'явилися в 15 столітті. При цьому вони навчилися фіксувати матеріал на аркуші. У той час художники використовували деревне вугілля. Пресований вид був винайдений в 19 столітті. Вже тоді вони помітили, що він більш чорний і жирніший. Це означає, що він більш щільно лягає на папері. У період з 1400-х по 1880-ті роки арсенал художника був доповнений іншими інструментами: крейдою, пастельними та восковими олівцями, деревним вугіллям і навіть білим деревним вугіллям. Зараз художники звертаються як і до традиційного методу малювання м'якими матеріалами, так і до цифрових



*Мал. 5;6;7. Графічні плакати з використанням технік малювання м'якими матеріалами*



Мал. 8. Використання графічної техніки у дизайні друкованої продукції



Мал. 9. Використання графічної техніки у плакаті

аналогів. У векторних та растрових програмах є велика палітра інструментів та пензлів, які імітують всі традиційні техніки. У випадку, коли потрібного пензля ти не знайшов, завжди можна створити його власноруч традиційними матеріалами та завантажити у програму. Це дозволяє додати роботі шарму класичного малюнку.

Перевагою м'яких матеріалів є те, що вони дають багато можливостей створення візуальних ефектів.

1. Малювання бічною поверхнею. Це дає можливість контролювати силу нажиму та товщину лінії.

2. Розтирання. Його можна виконувати як з використанням спеціального приладдя (паличок з пресованого паперу), так і підручними засобами (ватяними паличками, паперовими серветками або пальцями).

3. Комбінування одночасно декількох матеріалів. Нерідко до них додається ще й крейда.

4. Мікс сухого і мокрого способу малювання. Так, спочатку виконується малюнок мокрим способом, а для виділення деталей і текстури використовується сухий спосіб.

5. Для стирання і коригування малюнка краще використовувати клячку. Її можна м'яти і відщипувати від неї шматочки потрібної форми. Клячка відрізняється від гумки тим, що не пошкоджує папір і малюнок.

6. Різний результат від різного паперу. Якщо ви прагнете до простоти малюнка, то краще візьміть максимально гладкий аркуш. А якщо хочете домогтися більш складної структури, використовуйте зернистий папір (наприклад, акварельний).



Мал. 11;12. Дизайн простору з графічними зображеннями

Всі ці переваги додають великого простору для польоту фантазії. Можна міксувати як матеріали, так і техніки її використання, від чого буде залежати настрій і результат самої роботи.

Вугілля – ідеально підходить для швидких начерків, коли потрібно точно передати характер форми. Це дуже м'який матеріал. Його використовують для малювання на самих різних поверхнях таких як папір, картон, дерево, шовк, шкіра, штукатурка. Сангіна – руда крейда, що володіє хорошим рівнем стійкості до сонячного випромінювання. При нанесенні на папір, надає малюнку «ефект оксамиту», не обсыпается. Дуже красивий теплий м'який тон, легко розтушовують. Найкраще малювати на тонованому шорсткою пастельній папері. Сепія – м'який матеріал більш темного коричневого відтінку. Сепія значно темніше і холодніше за відтінком ніж сангіна, в малюнку її часто використовують спільно з нею для передачі більш глибоких темних тонів. Соус – це пігмент, пресований з клеєм, який буває різних відтінків, в основному земляних тонів. Соус найм'якший з усіх матеріалів, їм неможливо робити чіткі контури. Так само малюнок соусом виконують заливаннями, розбавляючи його водою, а потім роблять штриховку сухим. У сухій техніці соус наносять подібно пастелі, при цьому він дає більш глибокий чорний тон в порівнянні з вугіллям. Можна поєднувати з вугіллям, сангіною, сепією – виходить самодостатня натуральна гама. Крейда – м'яка і розсипчаста. Природний білий пігмент. Може бути різних відтінків, але всі вони м'які, приглушені, ніжні. Біла крейда незамінна річ для графічних робіт, легко змішується з іншими матеріалами і доповнює їх, допомагає створювати різноманітні відтінки і посилити тональність роботи.

Роботи м'якими матеріалами можна виконувати абсолютно різними методами та техніками, створюючи абсолютно різний настрій зображення. Простота та чіткість ліній поєднується з розтертими плямами, що дає ефект

різних текстур. У сучасному дизайні такі техніки є актуальними, оскільки вони виконують вимоги саме дизайну, створюють графічні візуальні знаки, які легко зчитуються та сприймаються.

*Використані джерела:*

1. Макарова А.Л. «Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник» / X.: Традиції та новачі у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)
2. <https://blog.udemy.com/>
3. How to Use Soft Drawing Materials - Life Drawing Academy
4. <https://mymodernmet.com>
5. <https://blik-art.livejournal.com>
6. <https://magnitico.com>
7. <https://worldartdalia.blogspot.com>
8. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

„ 1 „ , ,  
: . . , . . . .

## **ІНКЛЮЗИВНІСТЬ У ДИЗАЙНІ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Актуальність використання доступного дизайну тільки зростає. Це пов'язано зі зміною сьогодення, переходом все більшої кількості людей на роботу онлайн, з'явилося більше професій, які передбачають роботу за комп'ютером. Все це впливає на зростання відсотку людей які мають набуті вади зору. Також можна прослідкувати, що наше покоління користується веб контентом частіше за попередні, тим самим прискорює зростання відсотку людей з певними порушеннями зору у недалекому майбутньому. По мірі дорослішання наш зір погіршується. У мільйонів людей по всьому світу спостерігаються певні порушення зору, включаючи дегенерацію макули, глаукому та катаракту. Згідно з даними Всесвітньої Організації Охорони Здоров'я (ВООЗ), у світі налічується близько 246 мільйонів людей с вадами зору та близько 39 мільйонів людей сліпих. В Україні зареєстровано близько 1,5 млн випадків захворювань очей, зокрема, понад 300 000 випадків серед дітей. [1].

Інклюзивний дизайн, за версією Microsoft – це методологія, породжена цифровим середовищем, яка дає можливість та спирається на весь спектр людського різноманіття. Найголовніше, це означає включення та навчання людей з різними перспективами. Інклюзивний дизайн також називають «дизайном для всіх» тому, що інклюзивність стосується не специфічної категорії, а всіх нас. Такий дизайн передбачає включення всіх, незалежно від того чи це постійна вада чи тимчасова.[2]

Сфера дизайну візуальних комунікацій також торкається теми інклюзивності. Спочатку потрібно виявити певні показники ефективності продукту, тобто речі, які слід враховувати, коли потрібно визначити наскільки ефективними є продукт чи послуга. Також необхідно врахувати як потреби користувачів вписуються до цього набору. Досягнення прогресу у всьому

наборі показників. Інклюзивний дизайн фокусується на різноманітності людей та їх впливі на дизайнерські рішення.

Британський інститут стандартів (2005) визначає інклюзивний дизайн як: «Дизайн основних продуктів та / або послуг, які доступні та використовуються якомога більшою кількістю людей ... без потреби в спеціальній адаптації чи спеціалізованому дизайні» [3].

Окрім поняття інклюзивності в дизайні, існують ще поняття «дизайн для всіх» та «універсальний дизайн», які мають однакове буквально значення. У контексті дизайну товарів як підхід «дизайн для всіх», так й «універсальний дизайн» прагматично визнають, що не завжди можливо у дизайні певного товару задовольнити потреби всього населення. Тим не менше, ці підходи стверджують, що всі основні товари повинні бути доступними якомога більшої кількості людей, наскільки це можливо з технічного боку. Незважаючи на те, що інклюзивний дизайн має на меті розширити охоплення основних видів продукції, він визнає комерційні обмеження, пов'язані із задоволенням потреб цільового ринку. Для веб-сайтів та побудованого середовища цільовою сукупністю, як правило, є ціла сукупність, і в цьому випадку всі три підходи мають рівнозначне значення.

Застосування принципів універсального дизайну має на увазі те, що продукти і середовище відповідають користувачам з максимально широким діапазоном характеристик: вік, стать, інвалідність, тимчасове порушення здоров'я тощо. Посилення універсальності в межах інклюзивного дизайну сприяє створенню повнофункціональних просторових систем, незалежно від їх призначення і масштабу. Наша сучасність з отримання інформації знаходиться в інтернеті. Дизайнери, в тому числі графічні, впроваджують онлайн виставки та акції, беруть участь у створенні сайтів, сьогодні розміщення афіш та плакатів до певних подій найчастіше відбувається в інтернет просторі.

Останнім часом відбулися значні події у галузі стандартизації доступності. Виникають основи, як зробити інтернет доступним для людей з обмеженим сприйняттям. Стандарти доступності виникли невдовзі після появи інтернету. У 1999 було вперше опубліковано «Керівництво із доступності веб-контенту». Створив його з командою Тім Бернерс Лі – засновник консорціуму Всесвітнього павутиння. У 2018 році відбулося оновлення стандарту, що отримав назву WCAG 2.1 [4]. Вимоги у стандарті поділяються на різні рівні відповідності. Існує думка, що при дотриманні правил, які диктують стандарти, не можливо створити сучасний, цікавий, привабливий для споживачів дизайн. Але ця думка є хибною, бо стандарти лише рекомендують, як зробити дизайн доступним для більш широкої аудиторії. Графічні дизайнери можуть звернути увагу на такий пункт, як колірний контраст. Контраст вимірюється таким чином, що колір не є ключовим фактором. Так, що люди, які мають дефіцит кольорового зору, також матимуть контраст між текстом та фоном. [5]

Якщо ми маємо плакати-афіши, в яких використовується художній елемент, на якому текст не призначений для читання. В такому випадку ми можемо додати альтернативний текст для зображення або поряд з публікацією

розмістити читабельний розклад подій. А якщо плакат розміщується не в інтернеті, то додати QR код за посиланням якого можливо знайти більш розширену інформацію.

Завдяки використанню правил доступності дизайну вдається підвищити ефективність використання продукту. Пам'ятаючи про прості правила кожен дизайнер може долучитися до створення доступного контенту, що в подальшому допоможе мільйонам людей споживати інформацію на рівних правах.

*Література:*

1. Сліпота [Електронний ресурс]// Вікіпедія. - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BB%D1%96%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B0>, вільний – Загл. з екрану. Сліпота
2. Inclusive Design [Електронний ресурс]// Microsoft. - Режим доступу: <https://www.microsoft.com/design/inclusive/>, вільний – Загл. з екрану. Inclusive Design
3. Inclusive Design Toolkit [Електронний ресурс]// - Режим доступу: <http://www.inclusivedesigntoolkit.com/whatis/whatis.html>, вільний – Загл. з екрану
4. W3C Standards [Електронний ресурс]// w3. - Режим доступу: <https://www.w3.org/>, вільний. – Загл. з екрану.
5. Stop Designing For Only 85% Of Users: Nailing Accessibility In Design [Електронний ресурс]// Smashingmagazine. - Режим доступу: <https://www.smashingmagazine.com/2017/10/nailing-accessibility-design/>, вільний – Загл. з екрану. Stop Designing For Only 85% Of Users: Nailing Accessibility In Design

. . , 4 , . , . . .  
: . . . . , . . . . .

## ОСНОВНІ СТИЛІ ТА СУБКУЛЬТУРИ ЯПОНСЬКОЇ ВУЛИЧНОЇ МОДИ

Японська вулична мода (“Japanese Street Fashion”) – це стиль в одязі, який є симбіозом японських культур і новомодних європейських стилів. Найчастіше японський стиль асоціюється з кімоно і етнічними елементами в одязі, проте, сучасна молодь Японії віддає перевагу саме вуличному стилю, який відрізняється своїм епатажем і яскравістю.

Японський стрітстайл весь час змінюється, доповнюється та з’єднується між собою і виникають нові субкультури, це все формує стиль японських вулиць. Якщо старше покоління японців дуже консервативно у виборі свого одягу, то молодь вважає інакше. Вони бунтують проти традиційних стандартів краси і виходять на вулиці в абсолютно божевільних вбраннях. Знайти в Токіо “модників” можна в районах Акихабара, Сібуя і Харадзюку. Між субкультурами виділяють декілька основних напрямків, на яких варта зацентувати увагу: “Лоліта”, “гангуро”, “Visual Kei”, “босодзоку” та косплеї.

“Лоліта” - субкультура, заснована на стилістиці часів вікторіанської епохи, а також на костюмах епохи рококо і частково на елементах готичної моди (рис. 1). Це одна з наймасовіших субкультур Японії, що залишили слід в моді, музиці та образотворчому мистецтві. Костюм «Лоліти», як правило, складається зі спідниці або сукні довжиною до коліна, блузи, головного убору і високого взуття на підборах. Найвідоміші і авторитетні бренди, які постачають одяг для всіх видів «Лоліт» не тільки жителям Японії, але і шанувальникам





Рис. 1-2



Рис. 3-5

цього стилю у всьому світі -Pink House, Milk, Angelic Pretty Baby, The Stars Shine Bright, Metamorphose temps de fille.

“Гангуро” – субкультура, яка стала популярною серед японських дівчат на початку XXI століття (рис.2). Типова дівчина, одягнена в стилі гангуро, носить яскраві аксесуари, міні-спідниці і саронги, пофарбовані вузликовим батиком. Для стилю “гангуро” характерні знебарвлене волосся, темна за-смага, накладні вії, чорно-біла підводка для очей, браслети, сережки, кільця, намиста і черевички на платформі. Chantilly, PUTUMAYO і ALGONQUINS є найвідомішими і активними брендами, що представляють всьому світу «гламурну» моду токійського кварталу.

“Visual Kei” – субкультура, суміш готики та панку (рис.3). Дивні зачіски з різнокольоровими волоссям. Хлопців складно відрізнити від дівчат і навіпаки. Спочатку стиль з’явився через вплив японської рок-музики, але зараз прихильники цього стилю хочуть, перш за все, виділитися і шокувати своїм фріковатим видом. Бренди SEXPOT revenge, ALGONQUINS, BANANA FISH, DEORART, Listen Flavor є найбільш визнаними виробниками одягу цього напрямку як в Японії, так і за її межами.

“Босодзоку” – напівкримінальна субкультура байкерів, одна з найвідоміших субкультур Японії (рис.4). Вони з’явилися як субкультура, що складається з кримінальних угруповань лихачів-мотоциклістів, а незабаром частина босодзоку перейшла на автомобілі. The-sirius, Name., Hyke, Angel Chen – це бренди одягу, які створюють стиль мотоциклістів в токійському районі та за її межами по всьому світу.

Косплеї – це перевтілення в різні ролі, що полягає в переодяганні в костюми і передачі характеру, пластики тіла і міміки персонажів комп’ютерних ігор, кінематографа, літератури, коміксів, аніме і манги (рис.5). Як правило, це захоплення включає в себе виготовлення костюма і елементів атрибутики обраного персонажа. Barakamon Seishuu Handa, Cute Unicorn, Naikyuu, HSIU- представляють одяг для косплеєрів, але найчастіше костюм виготовляється самостійно з підручних засобів або спеціалізованих для бутафорії матеріалів.

В Україні все більш стає популярний японський вуличний стиль. Молодь в одязі відображає свою індивідуальність, смаки та бунтують проти системи. Люди захоплюються японською культурою та аніме, і хочуть перенести свої смаки в повсякденність через образ. Самурайські мотиви в образі найбільш популярні, це додає загадковості та неординарності, та такий образ розбавляє консерватизм та лаконічність своїм образом. Отже, бажання виділитися властиво представникам будь-якого віку. Однак відмінності в умовах життя і образі думок можуть призводити до появи чогось дивного і навіть шокуючого. Японські дизайнери успішно конкурують з іншими на тижнях високої моди в Нью-Йорку і Парижі, а альтернативна японська мода з її дивовижними, яскравими і абсолютно вільними поєднаннями приверне увагу в будь-якому місті. Так і в Україні, молоді хочеться виділитися через образ, передати свої захоплення а вподобання. Для багатьох українських брендів японські субкультури також є невичерпним джерелом натхнення. І ця тема може бути досить цікавою для подальшого і більш глибокого дослідження.

, 2

## **РОБОТИ УЧНІВ ЛЕОНІДА ЧЕРНОВА У МЕТОДФОНДІ ХДАДМ**

У методфонді ХДАДМ [1] зберігаються роботи учнів Леоніда Івановича Чернова – викладача та доцента ХДХІ та ХХПІ (нині ХДАДМ). Метою статті є дослідити, як через художнє бачення вчителя відбилися традиції харківської школи живопису в роботах його учнів та проаналізувати вплив творчості

безпосередньо Л. Чернова на мистецьку діяльність його вихованців на прикладі наявних робіт (з тринадцяти робіт, що зберігаються у методфонді, розглядатимуться 10).

Митець народився 1915 року у м. Старобільськ на Донбасі. Його творчий доробок складається як із живописних, так і з графічних робіт [4]. Леонід Чернов є заслуженим діячем мистецтв УРСР (1966), членом ХСУ (з 1942), викладачем ХДХІ та ХХПІ, директором ХХУ, звання професора отримав 1977 року. Учасник виставок різних рівнів. Спершу митець вчився у художньому технікумі (1931-1938), а згодом – у Харківському художньому інституті (1938-1942), де вчителями митця були видатні майстри О. О. Кокель, М. Я. Козик та М. С. Самокиш [2; 6], носії та продовжувачі традицій реалістичної школи, які перейняв і Чернов. У батальній майстерні М. Самокиша і почав розвиватись мистецький погляд Чернова.

Варто зауважити, що розглянуті студентські роботи є навчальними академічними постановками, тож вони не є прямим вільним наслідуванням мистецької манери Чернова. За роки своєї мистецької практики Л. Чернов постійно трансформував свою художню мову [5] і інколи дещо відходив від канонів соцреалізму, реалізму, та академізму. Однак це не завадило йому привити своїм учням традиції академічного мистецтва, а самим учням перейняти з його мистецького досвіду також сміливі колористичні та технологічні рішення.

Одна з ранніх робіт Чернова – «Мати», 1947 [Лл.1] – є відправною точкою для порівняння творчої спадщини митця із роботами його учнів. Як відомо, Леонід Чернов приділяв значну увагу виразному відображенню емоцій та внутрішнього світу портретованого [2:9]. У цій роботі Чернов ще не досяг у портреті внутрішнього динамізму, як це відбулося у подальшій творчості, коли його портрети стали менш явними для прочитання, емоції і характер демонструвався не ззовні, а зсередини. «Мати» ще сповнена зовнішніх переживань та неприхованої емоційності. Такий хід можна простежити і в постановці «Жіноча фігура у національному костюмі» [Лл.2], авторові якої вдалося домогтися дуже промовистої передачі настрою зображуваної (тим паче для академічної постановки), що видно з виразу її обличчя, динамічності пози, яку можна навіть назвати рухом, настільки вона жива. Жінка на полотні «Мати», яка тримає в руках немовля, теж не здається завмерлою, вона ніби рухається, і такий ефект досягається за допомогою широкого і впевненого мазка, динамічної ритміки світла та тіні, руху кольору площиною полотна, цікавої композиції, яка надає твору сюжетності. Все це вдалось відтворити і авторові вищезгаданої учбової постановки: як «Мати» схиляється до немовля, так і натурниця тягнеться у той бік, звідки надходить світло ніби там знаходиться щось, чого не бачить глядач, пози обох героїнь здаються водночас і напруженими, і рухливими і це не послабляє глядацьку увагу, сповнене кольорово-тональних вібрацій середовище обох творів теж ніби перебуває у русі.

Леоніда Чернова відзначають за вміння передавати біле [2:8]: на його роботах воно ніколи не є однорідним та простим. Біла за цілісним сприйняттям пляма насправді створюється ювелірними коливаннями



Лл. 1. Л. Чернов. Мати, 1947 р.,  
полотно, олія, 105x85



Лл. 2. Жіноча фігура у національному  
вбранні, полотно, олія, 103x78,  
кер. Чернов Л. І., метод фонд ХДАДМ,  
інвентарний № 341. Публікується вперше



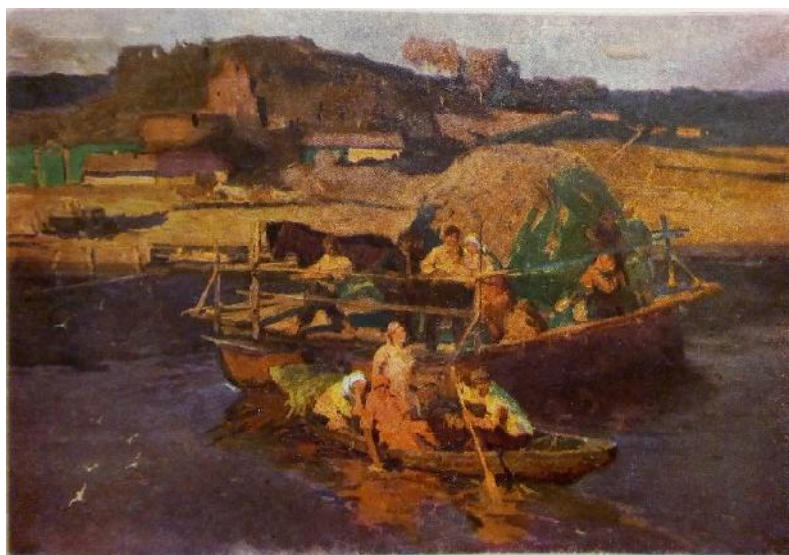
Лл. 3. Натюрморт з гіпсовою головою, 4 курс,  
полотно, олія, 74x110, кер. Чернов Л. І.,  
метод фонд ХДАДМ інвентарний № 339.  
Публікується вперше



Лл. 4. Н. (?) Воронін. 4к. Портрет  
дівчини. 1958 р., полотно, олія,  
100x70, кер. Чернов Л. І., метод  
фонд ХДАДМ інвентарний  
№718. Публікується вперше



*Лл. 5. Івахненко. Рибалки. Полотно, олія, 122х70, кер. Чернов Л. І., метод фонд ХДАДМ інвентарний № 249. Публікується вперше*



*Лл. 6. Л. Чернов. Вечірна пісня. 1957 р. Полотно, олія, 116х80*



Гл. 7. М. Огурной. Жіноча постаць у синьому. 1963 р. Полотно, олія, 118x88, кер. Чернов Л. І., метод фонд ХДАДМ інвентарний № 337. Публікується вперше



Гл. 8. Поленов. Жіноча фігура в інтер'єрі. 1962 р. Полотно, олія, 115x77, кер. Чернов Л. І., метод фонд ХДАДМ інвентарний № 392. Публікується вперше



Гл. 9. Лежников(?). Жіноча постаць у рожевому. Полотно, олія, 120x90, кер. Чернов Л. І., метод фонд ХДАДМ інвентарний № 333. Публікується вперше



Гл. 10. Козлов. 2к. Напівоголена чоловіча постаць. 1976-1977 рр. Полотно, олія, 111x101, кер. Чернов Л. І., метод фонд ХДАДМ інвентарний № 727. Публікується вперше



Лл. 11. Тронза. 5к. Жіноча постать у чорному. 1966 р. Полотно, олія, 121x74, кер. Чернов Л. І., метод фонд ХДАДМ інвентарний № 247. Публікується вперше



Лл. 12. Чоловіча фігура в національному вбранні. Полотно, олія, 117x88, кер. Чернов Л. І., метод фонд ХДАДМ інвентарний № 393. Публікується вперше

кольору, які запобігають тому, щоб пляма здавалась монотонною та мертвою. Ця навичка передалась і його учням [Лл. 3, 4, 5].

Якщо зупинитись на роботі Лежанова(?) «Рибалки» [Лл.5], то можна простежити вплив Чернова-шанувальника пленерного живопису [2:15; 5] та натурних етюдів, а також Чернова-вихованця багальної майстерні Миколи Самокиша [6], що дало йому змогу період творчості створювати багатофігурні сюжетні твори з досконалою композицією «Вечірня пісня» [Лл.6] і поширити ці вміння серед учнів.

Окремої уваги варта робота з кольором. Сам майстер пройшов шлях від перламутрових, нюансних, прозорих за рахунок розведених фарб колористичних рішень на початку творчості до яскравих, насичених та сміливих за кольором композицій другої половини 50-х та 60-х років. Це відбилось і в студентських постановках цього періоду, де використовувались чисті, контрастні кольори [Лл. 7, 8, 9].

Вже на початку свого творчого шляху він, як-от імпресіоністи, використовує колір, як провідний засіб виразності і формоутворення, поступово відмовляючись від моделювання форми тоном [2;5]. Таке ставлення до кольору простежується і в роботах учнів його майстерні [Лл.10]. Варто

сказати і про наслідування живописної техніки майстра його учнями. Зустрічаються роботи з дуже живим, пастозним мазком, який нагадує про інтерес вчителя до творчості імпресіоністів [Лл.11] [5].

З погляду на учнівські роботи стає зрозумілим, що до своєї викладацької практики Леонід Чернов підходив не як до вирішення суто академічних задач, а як до приводу дати студентам можливість створити самостійний мистецький твір, що має задум, сюжет, життєвість образів. Такий підхід обумовлений і школою, яку пройшов сам майстер і його подальшим творчим досвідом. Його власні полотна часто визначають, як «портрет - картина» [2:7], маючи на думці наявність сюжетності, глибини та виразності образу. Такому баченню Чернову, безсумнівно, вдалось навчити і учнів. Подекуди портрети прямо та відверто відображають емоційний стан портретованого [Лл. 2,12], подекуди – тяжіють до психологічних, більш стриманих, емоційність яких криється не у зовнішній виразності [Лл.4, 9], що характерно для пізніх портретних робіт Чернова.

Дослідження робіт майстерні Л. Чернова, наявних у метод.фонді ХДАДМ та їх аналіз на предмет зв'язку з творчою манерою керівника дають змогу помітити вплив мистецького та педагогічного таланту Чернова на роботи учнів, а саме: Вороніна, Івахненка, Огурнова, Поленова, Лежникова, Тронзи, Козлова, Муравйова та ін. Велика увага, як у загальному рішенні робіт, так і у моделюванні форми, приділена світлу та кольору [2:13], зустрічаються і насичені, впевнені, і перламутрові, легкі колористичні підходи, широкий, подекуди експресивний мазок [2], глибокий психологізм та індивідуальність портретів, внутрішній динамізм і ритміка композиції і кольору. При цьому видно, що за своєї педагогічної практики Чернов ніколи не відступався від традицій місцевої реалістичної та академічної школи, передаючи своїм учням досвід, отриманий ним від своїх викладачів: виважена композиція постановки, прискіпливий малюнок. Помітно, що учні Чернова перейняли його широку і експресивну манеру письма, без надмірної присутності деталей та ліплення дрібного модуля [2:8, 5]. Через свою творчість Чернов доносив до учнів і мистецький вишкіл, набутий ним у стінах Училища та Художнього інституту, так і імпресіоністичні традиції, які, пройшовши через впевнену руку педагога гармонійно вбудовувалась в академічні роботи його учнів.

*Джерела:*

1. Методфонд ХДАДМ. Майстерня Л. І. Чернова. 13 робіт.
2. Леонід Чернов : альбом / авт.-упоряд. М. М. Безхутрий. – Київ: Мистецтво, 1979. – 21 с. іл., [32] арк. іл. : іл
3. М Чернов, Л. Вечірня пісня : [репрод. кольор.] / Л. Чернов // Мистецтво. – 1958. – № 4. – С. 15.
4. Б Любимова, І. Харківські етюди / І. Любимова // Мистецтво. – 1966. – № 3. – С. 36-37.
5. Немцова В. Леонід Іванович Чернов. Кафедра живопису ХДАДМ. Традиції та сучасність.
6. Жердзіцький Є. Школа та кафедра живопису. 75 років вищої художньої школи Харкова/ за заг. ред. Л. Бикової. 1996. 44 с.



## КАНЦЕЛЯРСЬКІ ПРИЛАДИ ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ ВИРАЗНОСТІ У СУЧАСНІЙ ВІЗУАЛЬНІЙ МОВІ

Актуальними у теперішній час є техніки малювання з допомогою будь яких підручних приладів. Творці експериментують з найпростішими та найдоступнішими матеріалами, які можна знайти вдома. Сьогодні канцелярські магазини містять величезне різноманіття приладдя, що надихнуло багатьох дизайнерів та художників використовувати його в нетрадиційний спосіб. На перший погляд, використання маркерів та кулькової ручки здається банальною та, навіть, дитячою ідеєю, але саме це надає індивідуальність роботі.

Канцелярські товари — це вироби та приладдя, що використовуються для письма та оформлення паперової документації, навчання, творчості. Якщо раніше люди обмежувалися пером та пергаментом, зараз існує вагомий вибір ручок, стікерів для записів, клейких стрічок і багато що іншого різноманітних кольорів, форм і текстур. Зараз оформленням записів, конспектів, щоденників із задоволенням займаються навіть ті, хто ніяк не залучені у творчу сферу. Таким чином, художники та дизайнери пробують використовувати у своїх роботах канцтовари, щоб урізноманітнити світ комп'ютерних технологій у сучасному мистецтві. Тому розглянемо деякі приклади такого застосування приладдя.

Лінер, ще відомий, як рапідграф або капілярна ручка — інструмент для виконання точних креслярських робіт. Складається з трубки, клапана з голкою і балончика для туші. Широко використовується архітекторами, художниками-графіками, та дизайнерами. Лінером легко створювати контур для об'єкту, рукописні шрифти, опрацьовувати маленькі деталі. Рапідграфи існують різних кольорів та товщин стрижня, що надає можливість створити лінії різного характеру та пластики. Колір та товщина одного лінера не може варіюватися з натисканням, як, наприклад, можна працювати з пензлем. Лінія завжди буде статичною, але досягти різної тональності можна завдяки штриху, густота і довжина якого може змінюватися. Така техніка надає особливого настрою та виразності роботі.



Мал. 1. Робота лінером  
Автор: Michael King, 2021р.



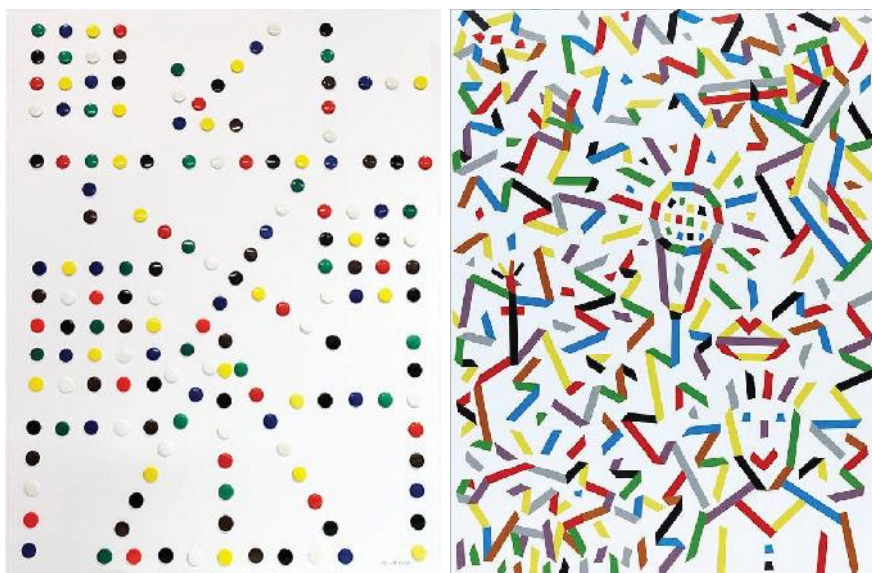
Мал. 2. Приклад постеру, намальованого маркером.  
Автор: Copy&Cats, 2021р.

Маркер — інструмент для письма та малювання за допомогою фарби, що стікає з резервуару до наконечника з пористого матеріалу. За своїми характеристиками дуже схожий на раніше згадану капілярну ручку. Зазвичай маркери використовують для виділення потрібних уривків тексту або для написів, створених для привернення уваги. Про це навіть каже інша назва маркера — хайлайтер (від англ. *highlighter, to highlight* — «підкреслювати», «виділяти»). Саме тому найчастіше в канцелярських магазинах можна знайти маркери флуоресцентних, яскравих кольорів. Як і лінери, маркери застосовують у лінійних малюнках, їх стрижень не змінює тональність при різній силі натискання, але товщина ліній може трохи варіюватися, хоча, зазвичай, ця властивість не використовується для відображення характеру матеріалу. На відміну від лінеру, стрижні маркеру різняться не тільки товщиною, але і формою — існують круглі, плоскі, скошені наконечники. Виразність і простота у використанні поступово сприяла появленню професійних маркерів для дизайнерів та художників - з величезною палітрою кольорів та різноманітними властивостями. Ними зручно малювати скетчи для продуктового дизайну, швидкі замальовки та навіть повноцінні зображення. Існують маркери, які імітують різноманітні художні фарби, мають форму пензля чи можуть зміщуватися між собою. Малюнки, які виконані в таких техніках пригортають до себе увагу — вони яскраві та динамічні, та дуже добре уособлюють сучасний стиль у мистецтві.

Інші, менш очевидні канцелярські товари, також грають свою роль серед сучасних творців. Звичайними кульковими ручками створюють картини або імітують простий “шкільний” стиль написання; клейку стрічку часто використовують для розмежування об’єктів і створення дуже чітких форм, які імітують друк; завдяки різноманітним стікерів для записів та декоративного скотчу народжуються колажі і т.д. Яскравим прикладом таких експериментів є роботи швейцарського дизайнера Никлауса Трокслера. Його постери зроблені за допомогою канцелярських кнопок або клейкої стрічки насправді привертають увагу.



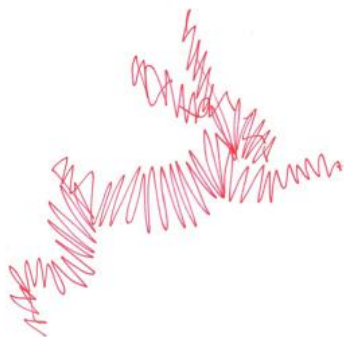
Мал. 3. Скетч маркерами



Мал. 4-5. Постеры Никлауса Троклера, 2020г.



Мал. 6. Проби шрифту з скріпок



Мал. 7. “Сказ”

Я мала можливість ознайомитися та випробувати властивості різноманітних канцтоварів на своєму досвіді. Одне з моїх завдань передбачало створення унікального шрифту завдяки будь-яких підручних матеріалах, мета іншого завдання — дослідження емоційної асоціації з графічною технікою. На малюнку №4 можна побачити одну з моїх спроб створити шрифт завдяки канцелярії

— я використала звичайні скріпки та у вигляді відбитку сформувала літери. Для другого завдання я скористалася звичайним червоним маркером для відображення роздратування. На мою думку, така емоція притаманна матеріалу саме через різкість ліній, “отруйних” кольорів та неможливість виправити помилку. Я передела емоційний стан завдяки хаотичної фактури у формі зигзага, що відразу асоціюється з нетерпінням та занепокоєнням. Через це, форма звичайного зайця, яка не викликає сама по собі ніяких негативних емоцій, набуває зовсім новий стан і атмосферу.

Отже, канцелярські прилади дуже прості та зручні у використанні, їх можна знайти в будь-якому домі, саме тому вони так часто зустрічаються в дизайнерських проектах. Вони надають волю для великої кількості експериментів завдяки своїй доступності та дешевизні. Для сучасного дизайнера дуже важлива швидкість виконання роботи і маркери стають “мастхевом” для тих, хто все ще надає перевагу фізичним матеріалам, ніж цифровим технологіям.

*Використані джерела:*

1. Макарова А.Л. Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник // X.: Традиції та новачі у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. 238-241.
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Рапидограф>
3. <http://www.troxlerart.ch/>
4. [https://www.artyfactory.com/graphic\\_design/graphic\\_designers/niklaus\\_troxler.htm](https://www.artyfactory.com/graphic_design/graphic_designers/niklaus_troxler.htm)

5. <http://artlab.club/school/tekhnika-risovaniya-markerami.html>
6. <https://markerman.com.ua/a271010-rapidograf-cto-eto.html>
7. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

. . . 4 , « »  
: . , . . .

## ШВЕЙЦАРСЬКИЙ СТИЛЬ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ ТА ЙОГО ТИПОГРАФІЧНА МОВА

«Чим менше — тим краще», — так описує Міс ван дер Роє швейцарський стиль [1]. Якщо описати Швейцарський стиль однією фразою, то я б сказав, що це — союз практичності та витонченої естетики, який породжує гучний мінімалізм.

Швейцарський (міжнародний, інтернаціональний) стиль по праву вважається королем точності та простоти серед всіх інших графічних напрямків. Своєю назвою цей стиль зобов'язаний не тому, що він використовується виключно на території Швейцарії, а фактом, що саме тут проводилася найактивніша агітація за його використання. На перше місце він ставив функціональність та мету, якої служить дизайн, а ось декоративність відсуває на задній план. Цей стиль увібрав в себе риси російського конструктивізму, фотографії, руху Мистецтв та ремесел, школи Баухауз і групи Де Стейл [2]. Активний розвиток швейцарської графіки по всьому світу почався в післявоєнний період (в 1960-х роках), коли після відновлення європейської промисловості її продукцію стали пропонувати на міжнародних ринках, тому часто можна зустріти словосполучення «Швейцарський інтернаціональний стиль».

Одним із засновників швейцарської школи графічного дизайну вважається німецький друкар і дизайнер Ян Чихольд. Віяння модернізму в мистецтві зробило сильний вплив на молодого Чихольда, — вже в 1925 році вийшла його стаття «Елементарна типографіка», в якій описані основні концепції нового стилю — простота, лаконічність і легкість сприйняття [3]. Весь арсенал графіки виявився спрямований на взаємодію з глядачем, для цього використовувалися контрастні та насичені рубані шрифти.

У швейцарському дизайні шрифт є одним з головних інструментів. Відповідно до філософії Швейцарського стилю, не варто додавати нові елементи в дизайн, якщо ресурс основних інструментів ще не повністю вичерпаний. Так як в основному в дизайні головне — це повідомлення, яке він доносить, цим самим основним елементом стає текст, будучи головною складовою композиції, а не підписом до зображення.

Щоб розставити словесні акценти і виділити важливе, дизайнери міняли розмір шрифту та його накреслення. За допомогою шрифтів вони стали говорити з глядачем голосом потрібного тембру і гучності. Гарнітури вважаються голосом, тобто кегль демонструє, як гучно або ж негучно ми розмовляємо, в той час як накреслення задає тон спілкування. Акцент робиться на підкреслення комунікативної ролі дизайну, переважаючою над

роллю дизайну як прояв мистецтва, тобто використання гарнітур — це основний елемент візуальної комунікації. Властиво застосування одного шрифту й одного накреслення для комплексу всього набору тексту. Чим менше шрифтів використовується, тим швидше читач сприймає слово, тим більше він довіряє. Формується почуття, що інформацію подає одна людина. Важко, що додаткові прикраси вносять непотрібний візуальний шум.

Найпопулярніший шрифт для цього стилю, «Акціденція–гротеск», був випущений ливарним цехом Бертольда в 1896 році й, можливо, був першим у своєму роді. Незабаром він став одним з найбільш широко використовуваних шрифтів і навіть був проданий в США під назвою «Стандарт» або «Основний комерційний» [4]. Жорсткий порядок, виразно простежується конструкція, геометрія та абстракції, відсутність нагромаджень декоративних складових — головні властиві риси Швейцарського стилю. Радикально відмовитися від зайвих елементів заради акценту на дійсно важливих деталях — стильний та сильний художній прийом.

**Висновок.** Зрозуміти швейцарський стиль — значить зрозуміти особливості шрифтів, з яких все почалося. Засновники швейцарського стилю стверджували, що дизайн повинен фокусуватися на змісті, а не на декоративних доповненнях. Приділяючи меншу увагу декору, Швейцарський стиль усуває відволікаючі фактори для глядача і дозволяє сприймати і вивчати складний інформаційний дизайн, а не просто дивитися і захоплюватися ним. Цей стиль існує поза часом. Якщо подивитися на роботи, зроблені в 1950–1960-х роках, стає зрозуміло, що вони будуть актуальні й настільки ж ефективні, як сьогодні, так і в майбутньому. Таким чином, Швейцарський стиль відкидає надмірну ексцентричність, базуючись на науковому підході до дизайну, прагнучи до впорядкованості та візуальної чистоти.

*Література:*

1. Олейниченко К. Что такое швейцарский стиль в графическом дизайне? URL: <https://awdee.ru/chto-takoe-shveitsarskij-stil-v-graficheskom-dizajne/> (дата звернення: 13.04.2021).
2. Ващук О.А Швейцарская школа графического дизайна. Становление и развитие международного стиля / підручник. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна, 2013. 304 с.
3. Александров В. Швейцарский стиль в графическом дизайне. URL: <https://pillsl.com/blog/11> (дата звернення: 13.04.2021).
4. Александров В. Швейцарский стиль: принципы, шрифты и дизайнеры. URL: <https://pillsl.com/blog/66> (дата звернення: 13.04.2021).

., 2 , .  
: . .

## КИСТЬ – ЭМОЦИЯ ХУДОЖНИКА

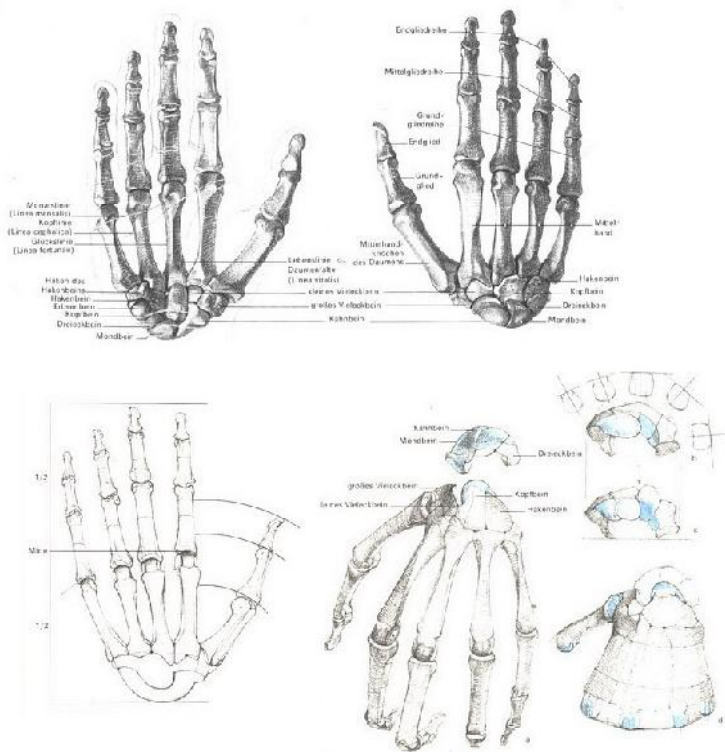
В современном мире информация как неисчерпаемый оазис, а если научиться ей грамотно пользоваться, то можно достигнуть глубокого знания. Познание своего тела и души- первостепенная задача человека, зная пластику и изменчивость тела-первая задача художника. В этой статье я уделила

внимание кисти руки, для того чтобы студентам или изучающим пластику было немного проще разобраться как ее изобразить, понять структуру и как эта сложная конструкция может влиять на восприятие изображенной фигуры на картине.

Кисть человека – это центр активности верхней конечности. Она является не просто средством для манипулирования объектами, а чрезвычайно сложным инструментом межчеловеческого общения и получения информации об окружающем мире. Этот уникальный и высокоспециализированный орган может помочь нам идентифицировать человека, его быт и характер. Руки чрезвычайно выразительны. С помощью бесконечного количества жестов мы можем передавать страх, злость, грусть и счастье – неудивительно, что рисовать руки бывает весьма нелегко.

### Изменчивость как форма эстетики

Изучение особенностей индивидуального развития человека связано с выраженной и нарастающей социальной потребностью в индивидуализации подходов к решению практических проблем оздоровления, повышения жизнеспособности каждого человека и общества в целом, совершенствования физических качеств спортсменов, развитие интеллектуальных способностей студентов, обучения и физического воспитания детей. Изучение изменчивости как общебиологического явления не теряет своей актуальности

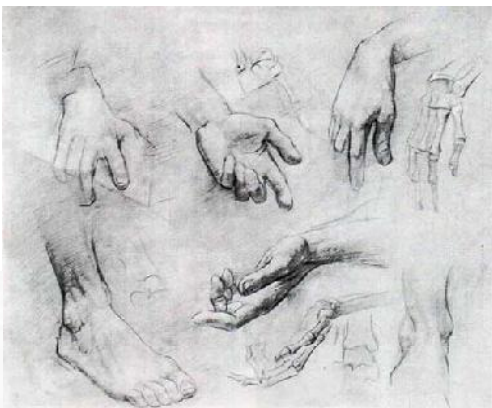


и у художников. В наше время очень сильное значение имеют символы и эмоции. Жестикаляция кистью помогает художнику передать состояние: напряженности, радости, испуга, агрессии и закрытости. Руки являются одной из частей тела, которая становится первым индикатором признаков старения и больше всего подвержена износу. С течением времени под слоем кожи на руках, подверженных действию химикатов, различным погодным условиям и солнечным лучам, возникает уменьшение мягкой ткани, на поверхности кожи появляются пятна, веснушки, кожа

### Скелет кисти

В скелете кисти выделяют три отдела: запястье (carpus), пястье (metacarpus) и кости пальцев – фаланги (ossa digitorum – phalanges). Кисть — пять костей и фаланги. На тыльной стороне кисти отсутствует жировая прослойка, поэтому мышцы и кости находятся непосредственно под слоем кожи.

Кости кисти расположены близко к поверхности кожи, их легко прощупать. Сгибая и разгибая каждый палец, легко обнаружить, что скелет большого пальца состоит из двух косточек, а скелет каждого из остальных



— из трех, эти косточки называются фалангами пальцев. По тылу кисти от основания пальцев (где при сжатии кисти в кулак образуются выпуклости) вверх, к предплечью, легко обнаружить пять продолговатых костей, расположенных веером, каждая из которых соответствует пальцу. Первая кость, соответствующая большому пальцу, легко отводится вместе с ним в сторону, остальные четыре кости вверх и вниз связаны вместе. Все пять



костей совместно образуют пясть. При разгибании верхние концы пястных костей очень сильно приблизятся к концам предплечья, а при сгибании далеко отойдут, причем при сгибании в промежутке между ними появится выпуклая поверхность, в глубине которой прощупываются мелкие косточки; производя снова разгибание, можно увидеть и ощутить, как эта поверхность сильно сокращается, почти исчезает, а кости пясти и предплечья почти соприкасаются.

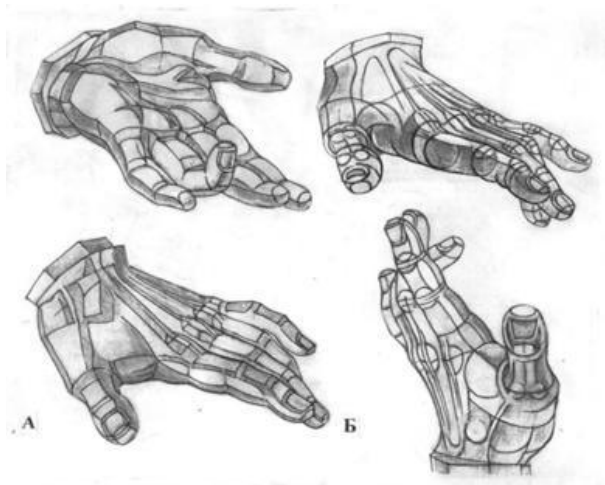
Размер кистей рук приблизительно равен лицу (не голове). Если измерять от запястья до кончика среднего пальца, то этот отрезок будет равен расстоянию от подбородка до верхней границы лба. Это размер кисти взрослого человека. Чем человек более юный, тем кисть руки будет меньше относительно его лица. У маленьких детей ладонки равны расстоянию от подбородка до бровей. Форма пальцев и всей кисти руки зависит от формы костей и мышц. Вы можете в этом убедиться, глядя на приведенные анатомические рисунки рук. В процессе рисования важно сравнивать расстояния и сверять пропорции. Хорошей отправной точкой в этом будет линия, соответствующая середине кисти. Наметив ее, в дальнейшем будет значительно проще избежать ошибок. Поэтому в самом начале рисунка не следует сразу рисовать пальцы и подробности. Лучше наметить общий контур кисти, похожий на варежку. Затем определить середину. А дальше можно приступить к деталям.

Чтобы пальцы в рисунке не получились кривыми, нужно правильно определить длину каждой фаланги, из которых состоят пальцы: проксимальной, средней и дистальной. В этом поможет следующий схематичный рисунок, в котором легко видна середина пальцев. Определив середину каждого пальца, дальнейшее сопоставление пропорций будет даваться значительно легче. Кисть руки легко вписывается в окружность. Поэтому рисовать руки можно, используя круг, как вспомогательную линию. С внутренней, ладонной стороны кисть руки имеет вогнутую форму, повторяющую форму шара.

Кисть руки не плоская. Пальцы рук имеют едва различимый изгиб. Они изогнуты в сторону середины кисти. Пальцы — не абсолютно прямые. Фаланговые суставы пальцев образуют складки кожи. Эти складки на ладонной и внешней сторонах кисти расположены на разных уровнях. Чтобы научиться рисовать руки, нужно уметь видеть основную форму среди множества мелочей. Уметь видеть характер формы. Для этого можно представить кисть руки в виде объемных геометрических фигур. Как в рисунке головы художники используют модель с названием «обрубовка», так и в рисунке кисти руки можно использовать приведенную схему. Такое условно-схематичное изображение соответствует основным анатомическим особенностям. Оно поможет начинающим художникам понять суть, и, следовательно, рисовать кисти рук более уверенно.

### **Изменчивость формы**

Эволюция кисти тесно связана с процессом становления человека и изучение встречающихся вариантов развития и аномалий в строении этого органа представляет несомненный интерес.



*Конструктивно-графические стили в рисунке «Кисти рук»*

Скелет кисти – это часть костной системы человека, поддающаяся наиболее точным измерений. Костная система достаточно хорошо отражает половую и возрастную дифференцировку организма, что позволяет наиболее достоверно представить его морфологический облик. В связи с чем, все исследования и изучения должны вестись с обязательным учетом возрастно-половых особенностей. Для формирования целостного представления о строении органа необходимо знать не только его среднюю анатомическую норму, но и весь спектр изменчивости. Вопросы детального изучения индивидуальной, возрастной и половой изменчивости параметров фаланг пальцев кисти взрослых людей достаточно широко представлены в литературе. Установлен ряд общих закономерностей старения, проявления и механизм инволютивных изменений, выяснены многие условия, изменяющие темп и характер эволюции костной системы.

### **Математическая изменчивость**

В ряду перспективных направлений современной морфологии важное место занимает математический анализ структуры морфологических объектов, а также изучение корреляционной структуры признаков, описывающих особенности размеров и формы тела в прикладной антропологии, для разработки антропометрических стандартов, учитывающих как индивидуальные,



так и групповые особенности человека. В литературе описаны исследования, посвященные изучению корреляций: длин проксимальных фаланг 2–5 пальцев между собой и с параметрами средних и дистальных фаланг; параметров оснований проксимальных фаланг 2–5 пальцев кисти с линейными размерами фаланг одноименных пальцев;

морфометрических показателей фаланг кисти с типом кожных узоров дистальных фаланг; пальцевых указателей с длиной тела и возрастом индивида; параметров фаланг пальцев кисти с возрастом и полом; признаков старения кисти и пропорциями тела, развитием жировой ткани и мышечной системы у мужчин и женщин; длины пальцев и уровнем агрессии, жизнестойкостью студентов в возрасте 17–18 лет; морфофункциональных показателей кисти и роста. Лежащие в основе морфогенеза всех структур пальцев закономерности обеспечивают единые принципы их морфологической изменчивости и воплощаются в становлении определенных морфогенетических и функциональных корреляций, имеющих вполне конкретное количественное выражение.

### **Внешние факторы**

Важным для наблюдения есть влияние длительного воздействия ряда внешних факторов, таких как труд и спорт, а также условий жизни (географические зоны: арктические или жаркие области, на разных высотах) на организм человека. Проводились исследования о влиянии различных видов спорта на строение кисти спортсменов. Кисть человека является наиболее доступным для рентгенографического исследования объектом. Продолжающееся после рождения человека развитие его скелета рентгенологически характеризуется нарастанием размеров изображения костей, появлением на снимках еще представленных хрящевой тканью, первичных и вторичных точек окостенения, и наступающим формированием в единое целое, тех костей, которые до определенного времени представляются состоящими из отдельных частей, в связи с этим материалом исследования большинства работ послужили рентенограммы кистей детей.

Занятия спортом требует большой напряженности со стороны всех систем организма и особенно опорно-двигательного аппарата у юных спортсменов, что должно обеспечить гармоничное развитие организма в период роста и длительное сохранение работоспособности в пожилом возрасте. Описаны морфологические особенности костей нагружаемых отделов скелета верхних конечностей юных спортсменов, занимающихся лыжными гонками, волейболом, а также скелета кисти пловцов, гимнастов, каратистов и боксеров, а для контроля – футболистов, чьи верхние конечности не испытывают ударных воздействий.

В течение жизни организм человека находится в постоянном процессе перестройки всех тканей, органов, систем. В них происходят сложные изменения, которые определяются полом, возрастом, наследственностью, а также находятся под влиянием и других многочисленных факторов внешней среды. Важную роль в функциональной перестройке скелета играет не только спорт, но и труд, профессия человека накладывают индивидуальный отпечаток как на строение скелета в целом, так и на структуру отдельных костей. Влияние профессии на изменения скелета кисти людей различных профессий (грузчиков, изолировщиц, слесарей-монтажников, скрипачей и пианистов)

Кисть человека чаще других частей тела подвергается повреждениям. Нарушение ее функции затрагивает все сферы жизни человека: работу,



спорт, отдых и творческую деятельность и зачастую приводит к серьезным социальным и эмоциональным последствиям.

**Выводы.** Таким образом, исследования морфологии кисти несут прикладную направленность. Детальные сведения как о кисти в целом, так и обо всем спектре изменчивости и взаимосвязей структур составляющих ее отдельных анатомических элементов, являются необходимыми для нового отношения к изображению, формоизучению.

Форма кисти подвержена многим факторам для изменения, и как следствие визуального изучения. Знание костной основы в норме дает нам уверенность в эскизах, а наблюдение легких изменений даст возможность создать символизм, приблизить изображение к реальности и создать красоту в движении и диалоге.

Чтобы правильно нарисовать руку следует уделять этому занятию большое количество времени. Главное в этом процессе — постоянная практика. Пользуйтесь прекрасной возможностью и наблюдайте за своей кистью и рисуйте с натуры — это самый лучший учебник. При этом можно столкнуться с рядом трудностей — несмотря на большое количество костей в структуре кисти, она очень подвижная и гибкая. Когда человек смотрит на кисть руки, то он видит просто какие-то бугорки и впадины. Но художник, изучающий пластическую анатомию, за каждым таким «бугорком» видит суставы, связки, кости, мышцы...

#### **Список литературы и изображений**

##### *Изображения:*

1. <https://www.sportsdaily.ru/news/rossiya-vpervye-mozhet-prinyat-zhenskij-kubok-mira-po-basketbolu>
2. [https://ru.freepik.com/premium-photo/female-hand-holding-male-hand-on-background\\_3875414.htm](https://ru.freepik.com/premium-photo/female-hand-holding-male-hand-on-background_3875414.htm)
3. <https://www.pinterest.ru/pin/352758583297590079/>
4. <https://julymammy.livejournal.com/32002.html>
5. <https://sci-book.com/izobrazitelnoe-iskusstvo/466-tvorcheskoe-postroenie-risunka-golovyi-33256.html>

### Литература:

1. Бикбаева Т.С., Алешкина О.Ю., Николенко В.Н. Кисть человека как объект морфологических исследований // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 2.
2. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=24404>
3. [https://studme.org/74661/meditsina/skelet\\_kisti](https://studme.org/74661/meditsina/skelet_kisti)
4. Рабинович, М. Ц. Пластическая анатомия человека, четвероногих животных и птиц : учебник для вузов / М. Ц. Рабинович. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 267 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-07020-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433235> (дата обращения: 19.03.2021).
5. [http://zaholstom.ru/?page\\_id=4093](http://zaholstom.ru/?page_id=4093)

. . . 1 . . . “ . . . ”  
:

## ТРАФАРЕТ — ВІД ДИТЯЧОЇ ЗАБАВКИ ДО ВИТВОРУ МИСТЕЦТВА

Техніка трафарету відома людству дуже давно, тож його не сприймали як справжній вид мистецтва, але наразі трафарет – один з засобів виразити себе в зображенні. Трафарет дає можливість робити чіткі зображення без зайвих деталей, тож їх часто використовують для нанесення простих малюнків на будь які поверхні, наприклад, роблять малюнки на стінах, на підлозі, на асфальті, на машинах, навіть на тортах і напоях, і в дитячій творчості.

Спочатку зображення на стіни печер наносилися саме трафаретним способом. Такі приклади були знайдені на територіях, де зараз знаходиться Іспанія і Франція. Одна з досліджуваних печер була повністю обмалювана сценами полювання первісних людей. У Стародавньому Єгипті люди теж частенько користувалися трафаретами. Найбільш популярна область їх застосування включала в себе процес декорування стін гробниць фараонів або відомих, знатних осіб і саркофагів, що виготовлялися для мумій. У тринадцятому столітті до н.е. помітно відчувався брак майстрів, які могли б виконувати розпису храмів або будівель. Працівник, який повинен був пофарбувати стіну, ретельно і акуратно копіював зображення, виконане художником саме за допомогою трафарету. Він обережно і неспішно наколював цей трафарет по контуру, а потім прикладав його до стіни і втирав в отвори порошок, попередньо зроблений з вугілля. На стіні залишався дуже чіткий контур того малюнка, який потрібно скопіювати.

В історії розвитку трафаретів важливу роль відіграє і країна Висхідного Сонця. Китайці повсюдно тиражували «листівки», на яких було нанесено зображення Будди. Його обрамляли священні тексти, які подавалися як пропаганди. Після появи паперу, що сталося на початку сьомого століття до н.е. трафарети почали виготовлятися переважно з неї. Технологія перекочувала спочатку в Японію, де були внесені зміни і адаптована відповідно до культурними особливостями Японії, а потім і в країни Європи.

Трафарети також часто використовують в промислових цілях для маркування предметів, також трафарети з числами та літерами використовують в кресленні. Іноді трафарет використовують в поліграфії, наприклад в ротаторі.



Рис. 1, 2, 3, 4, 5. Приклади різних видів трафаретів  
(інтернет магазин «Арт.Лавка»)

Ротатор (від лат. Rotator - вращатель), або мімеограф, або автокопіст, або циклостіл - машина трафаретного друку, призначена для оперативного розмноження книг малими і середніми тиражами. Трафарети виготовляють від руки або машинописним способом на воскової папері або плівці, а також фотомеханічним, фотоелектричним або гальванічним способами.

Сучасні дизайнери часто використовують «трафаретний» шрифт для створення плакатів, логотипів, проектування упаковок. Шрифт містить «пропуски» між частинами букви, з метою передати оригінальний перший трафарет. На прикладах можна побачити приклади шрифтів.

*Рис. 6. Приклад ротатора*



*Рис. 7. Поліцейські цілуються, Бенксі, 2004*



*Рис. 8. Дівчинка з повітряною кулькою, Бенксі.*

**STENCIL**  
**ABCDEFGHIJ**  
**KLMNOPQRS**  
**TUVWXYZ**  
**0123456789**

*Рис. 9. Шрифт Modernia*

**MODERNIA**

*Рис. 10. Шрифт Stencil*

Сьогодні трафарет став частиною сучасного мистецтва. Відомий вуличний художник Бенксі малює на стінах за допомогою трафаретів картини, які приваблюють своїм незвичайним сюжетом. Ось приклади його робіт.

З дитинства, трафарет для мене знайома річ, я часто переводила літери, цифри, також використовувала професійні трафарети, які брат використовував для креслення. Тож це було не проблемою зробити трафарет вдома.



*Рис. 11. Наскельні малюнки Середземноморського узбережжя Іспанії*



*Рис. 12. Зображення полювання на оленів. Грот Кабаллос (Іспанія)*

Я вирізала його з файла, це виявилось досить зручним методом переведення зображення на папір. Моє завдання полягало у тому, щоб за допомогою власноруч зробленого зображення ока, краски та губки треба було передати мою впевненість. Це було не легко, було багато спроб, багато з них мені не подобались. Через деякий час, мені все ж таки вдалось зробити щось, що мені б подобалось.

Складність була в тому, що це потрібно було зробити за кілька хвилин, але я вважаю що я впоралась з завданням і на малюнку читається моя впевненість. Також, я вважаю, що має значення не тільки якими кольорами ті це робиш, з якою силою тиснеш губкою на

папір, а ще й як ті зробиш задалегідь це зображення. Для мене впевненість це щось чітке, зрівноважене, що маж перед собою ціль, тож я зробила більш геометричне око, з різкими кутами, майже без плавких переходів.

Висновок. Трафарет буде залишатися актуальним ще дуже довго, адже це дуже простий і доступний кожному метод переведення зображення на будь-які поверхні. На перший погляд може здатися що це дитяча забавка чи просто не цікавий промисловий інструмент. Бенксі доказав що це не так, він вивів трафаретну техніку на рівень високого мистецтва. За допомогою страхі трафаретів, з'явився шрифт, який так і називають «Трафаретний», адже він виник за допомогою них. Сьогодні дизайнери модернізували його і він виглядає більш привабливо, тож його використовують у плакатах, логотипах, вивісках.

*Використані джерела:*

1. Макарова А.Л. «Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник» / X.: Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)
2. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Трафарет>
3. URL: <https://zpos.ru/statyi/istoriya-vozniknoveniya-i-modifikatsii-trafaretoy/>
4. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/230357>



5. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Ротатор\\_\(полиграфия\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Ротатор_(полиграфия))
6. «Использование трафарета в изобразительной деятельности» Крутенкова А.Д.
7. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

. . . 1 , . « »

## ВИРАЗНІ МОЖЛИВОСТІ МАЛЮНКУ ПАСТЕЛЛЮ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Пастель — досить відомий матеріал з групи художніх товарів, який активно застосовується як у живописі, так і в графіці, при чому, і професійними художниками, дизайнерами, архітекторами, і аматорами в області мистецтва, і навіть дітьми з раннього віку. Пастель — це той матеріал, в якому присутні необмежені можливості, а все завдяки безлічі позитивних властивостей пастелі.

Майстри епохи Відродження, такі як Леонардо да Вінчі (1452-1510) та Мікеланджело (1475-1564), використовували природні крейди для малювання, і саме з цього і розвинулася пастель. В Північній Італії в 16 столітті, вона вироблялася з чистих порошкоподібних пігментів, змішаних з достатньою кількістю гуміарабіку, риб'ячого або тваринного клею, щоб пов'язати їх. Спочатку пастель була доступна лише в червоному, чорному та білому кольорах. Зараз доступно понад 1600 різних відтінків і відтінків, які, як стверджують, мають майже безмежний термін зберігання.

Зупинимося коротко на характеристиці сухої пастелі. Така пастель лягає на папір легко і м'яко. Дає штрих розміром від 2 до 5 мм. Її можна розтушувати пальцем, перетворюючи штрихи в рівний тон. Накладаючись один на одного, кольори легко змішуються і дозволяють при цьому отримати нові відтінки. Таким чином, навіть невеликий набір крейди дозволить вам створити багату за кольором картинку. Залежно від співвідношення пігменту і сполучного речовини, суха пастель ділиться на: тверду *hard*, м'яку *soft*, супер-м'яку



Рис.1. Види пастелі



*Рис.2. Пастелі  
Едгарда Дега*



extra soft. Чим більше в пастелі зміст сполучного речовини, тим вона твердіше. При цьому деякі види пастелі, найм'якші, можуть складатися тільки з пігменту. Часто їх просто відрізняти за формою — м'яку пастель найчастіше роблять круглими, а тверду — прямокутними брусочками. Тверда пастель дає точніші і тонші штрихи, ніж

м'яка. Нею зручно малювати деталі малюнка. Вона менше обсіпається з поверхні паперу. М'яка пастель для малювання містить більше пігменту. Вона дозволяє заповнювати кольором великі поверхні, легко розтушовується. Малювання м'якою пастеллю вимагає особливої акуратності. Тому в роботі має сенс починати картинку м'якою пастеллю, щоб забити пори паперу, а завершувати — більш твердою. Пан пастель («Ультрам'яка» пастель) випускається в спеціальних баночках, які дуже схожі на палетки з тіннями. Кожна така баночка містить на 35% більше пастелі, ніж звичайна паличка пастелі. Пан пастель добре змішується і дає максимально точну передачу кольору. Тому зазвичай нею працюють художники в техніці реалізму. Малюють пан пастеллю за допомогою спеціальних поролонових спонжиків, змішуючи кольори прямо на папері.

Вперше виготовлена у 16 столітті, пастель швидко знайшла схвалення у багатьох знакових майстрів того часу, в тому числі Ганса Гольбайна Молодшого (1497 / 8-1543). Однак саме з середини 18 століття у Британії пастель справді вступила у свої права. На той час члени заможного суспільства вважали солідним мати зображення, зафіксовані у «живописі

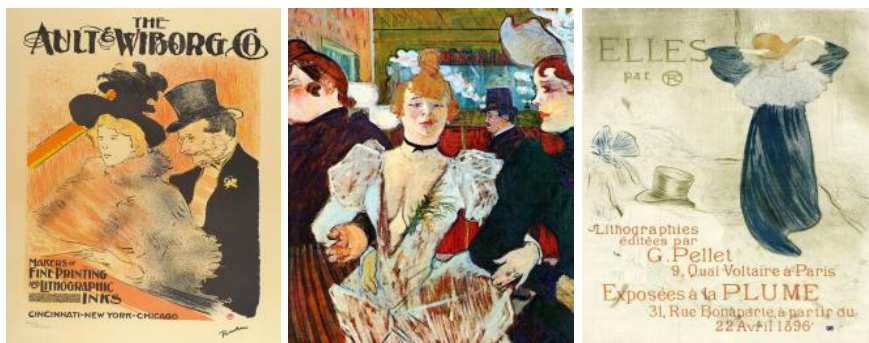


Рис. 3. Пастельні плакати Тулуза-Лотрека

олівцями». Мода прийшла і пішла, і приблизно до 1820 року пастель відпала від прихильності. Сер Річард Кольт Хоар (1758-1838), один із великих антикварів свого часу, вважав пастель «зовсім немодною». Небагато професійних художників використовували її, і це стало справді сферою самодіяльності. У чомусь іронічно, що пастель так давно використовується любителями, оскільки технічно дуже важко освоїти.

Наприкінці 1860-х років Едгар Дега (1834-1917) почав використовувати її. Він перетворив пастель із інструменту для ескізування на основний художній засіб. Незабаром інші великі люди, такі як Гоген, Матісс, Моне, Ренуар та Тулуза-Лотрек з величезним успіхом стали використовувати пастель. У руках кваліфікованого представника це найбільш поетичний та чуйний засіб масової інформації. Сучасним рекламистам є чому позаздрити — в кінці позаминулого століття реклама не просто подобалася людям, а публіка в чергу за нею вибудовувалася, щоб купити. Мало того — вона міцно увійшла в історію сучасного мистецтва, породивши його модернові різновиди. До імпресіонізму плакат вважався простою ілюстрацією до тексту, яка графічно підкреслює потрібні аспекти друкованого видання. Геніальний, але потворний художник Тулуза-Лотрек перетворив просту картинку в самодостатнє творіння і по суті створив те, що ми зараз називаємо «зовнішньою рекламою» — вуличні зображення привабливих об'єктів. У своїх роботах він також використовував пастель. Причому, вважав, що афіша повинна «вражати» свого спостерігача не так красою і досконалістю, скільки екстравагантністю, часто — потворністю форм і різкістю кольорних контрастів.

Плакати перетворилися в головний предмет арт-колекцій і публічних виставок тодішнього Парижа. На вулицях міста могли запросто і побити за афішу, наприклад, з профілем Сари Бернар, що поїдає сардини. Такі плакати крали, ризикуючи свободою і станом, а потім друкували в підпільних друкарнях «піратські» тиражі.

Ознайомитися з виразними можливостями пастелі я змогла на занятті з проектною графіки. Нашим завданням було намалювати однакові елементи різними художніми матеріалами, передаючи різні емоції притаманні їм. Мені

дуже цікаво було створювати малюнки за допомогою м'яких пастельних тонів. Малювати нею треба невимушено і спонтанно. Прямокутна форма пастельних паличок дозволяє накреслити лінії, а також можна розтушувати колір на ділянках. Це стирає межу між рисунком та живописом. Нанесення пастелі — дуже мимовільний процес і нанесений колір можна легко змішувати. Нею можна створити плавні і м'які градієнти. Я дізналася, що використовуючи пастель у поєднанні з кольоровим папером можна створити ефект блиску феєрверку. Можна створити великий контраст, малюючи на папері темного кольору, проте якщо робити це на яскравих кольорових паперах, виходять ніжні поєднання кольорів, які значно впливають на характер малюнка. Чинячи більший чи менший тиск, можна збільшити або зменшити насиченість колірив. Якщо скористатися кінчиком пастелі, створюючи точні та виразні штрихування, то накладання штрихувань один на одного призводить до спонтанних кольорових сумішей, які дарують натхнення для нової візуальної композиції. Зазвичай малюють предмет кольором на аркуші паперу за допомогою пастелі. Проте можна і навпаки: повністю залити фон кольором і залишити предмет у кольорі паперу. Це є дивно, як відрізняються настрої, що передають малюнки цими двома способами. Важко повірити, але можна використовувати воду і пензлик, щоб сильно вплинути на те, як пастельна картина виглядає.

Пастель інтимна і ніжна — не випадково в наш побут увійшло словосполучення «пастельні тони» ... Якщо художник працює в пастелі недбало, всі її переваги вмирають ... Олійні фарби дозволяють багаторазово переписувати, зчищати, накладати безліч шарів — що, власне, може зробити будь-яка людина; пастель ж вимагає точності, інтуїтивного «чуття» по відношенню до обираного кольору, тому що після змінити його вже найчастіше



Рис. 4. Зміна характеру ілюстрації

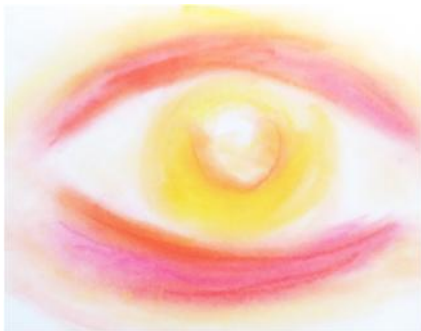


Рис.5 «Блаженство»



Рис.6 «Запах мрії»

неможливо: чистий, той самий знаменитий «мерехтливий» пастельний тон такий лише при первозданному нанесенні. У той же час пастель дозволяє дивним чином змішувати і накладати кольори. Вони ніколи не зливаються повністю; завжди залишаються у вигляді найдрібніших частинок — адже в пастелі немає розчинника. Але і не заглушають один одного остаточно. Кращі пастелі, які доводилося бачити - це безліч барвистих шарів; чистих, що просвічуються «крізь» ... Звідси — бархатистість і глибина, яка незмінно притягує. І це — в поєднанні з дивовижним її світінням, примарністю, казковістю ... Це враження тихого світанку, коли ми ще не бачимо сонячного диска, але все навколо вже все наповнене магічним сяйвом.

На мою думку, пастель — дуже «м'який» засіб, ним важко було б передати агресію або страх. Не сприяє цьому легка колірна і тональна насиченість, приємна м'яка текстура, особливо при використанні прийому «розтушовування», який створює ефект сяючих м'яких переходів і ніжності перлинних відтінків кольору. Цей «жіночий» матеріал надихає на створення вишукано прекрасних, майже інфантильних образів і теплих почуттів. Пастельні чари таємні і для багатьох незвичні; досягаються більше не розумом, а душею.



Рис.7 Використання пастелі у графічному дизайні

Отже, як висновок, можна сказати, що пастель є унікальним графічним матеріалом, що має особисті ознаки та можливості. Стало популярним створювати цією технікою різні упаковки, плакати та ілюстрації. Графічний спосіб зображення пастеллю, будучи частиною художнього проектування, теж постійно змінюється разом зі зміною самого дизайну. Дизайнер повинен постійно оволодівати художніми засобами зображення, щоб вміло користуватися ними для вираження своїх ідей.

*Використані джерела:*

1. Макарова А.Л. «Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник» / Х.: Традиції та новачі у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)
2. <https://www.mallgalleries.org.uk/learning/resources/history-pastels#:~:text=Originating%20in%20Northern%20Italy%20in,a%20far%20cry%20from%20today.>
3. <https://reclamin.ru/2019/02/27/как-реклама-произошла-от-живописи/>
4. <https://izo-life.ru/pastel-dlya-risovaniya/>
5. [https://www.faber-castell.com.sg/cfind/source/files/20160615\\_onlinebroschuere\\_softpastels%20-eng.pdf](https://www.faber-castell.com.sg/cfind/source/files/20160615_onlinebroschuere_softpastels%20-eng.pdf)
6. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

.. 1 , . “ ”  
:

## ВІДБИТОК ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПОЗИЦІЇ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

В сучасному світі дизайну все більше простору займають виконані за допомогою сучасних технологій роботи, і все рідше можна зустріти традиційно виконані. Відбиток — одна із небагатьох технік, яка не втратила своєї актуальності. Його властивості дозволяють створювати нестандартні графічні рішення, які вирашно контрастують із роботами в інших техніках.

Відбиток один із найстаріших способів створення зображень. Одним із найвідоміших прикладів є зображення долонній в печері Куєва-де-лас-Манос, Аргентина. Відбитки рук на стінах печери датовані 13-10 тисячоліттям до н.е. У Древньому Китаї відбитками прикрашали тканини. В Японії ж існує мистецтво гетаку — відбиток риби. Його започаткували



*Мал 1,2 Наскальний живопис. Печера Куєва-де-лас-Манос, Аргентина.*

рибалки які хотіли зафіксувати розміри виловленої риби.

### **Відбиток в техніці гетаку.**

Зараз відбиток вийшов за рамки простого створення зображень. Поява дактилоскопії змінила уявлення про криміналістику. Але це не означає, що відбитки втратили свою популярність серед художників.

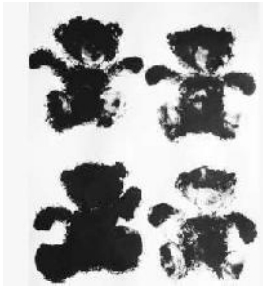
Серед найвідоміших галерейних відбитків є робота Харіса Літоса «Плюшевий ведмедик». Також слід відмітити роботи Майми Пушкаревої і її серію відбитків жіночого тіла. З роками не забули і про мистецтво гетаку.

Найвідомішим майстром є японець Ямамото Рюка який приніс зміни в гетаку — зробив їх кольоровими, але і досі виконує свої роботи за багатомісячною технологією.

Використовувати відбиток як елемент декору домашнього простору (панно, картини, плакати), створення поліграфічної продукції, декор одягу і т.д стало достатньо популярним. Створення відбитків на різних поверхнях дає більший спектр для роботи з матеріалами — відбитки квітів на печиві, декор тканин локальних виробництв, прості принти



*Мал 3 Приклад дактилоскопії*

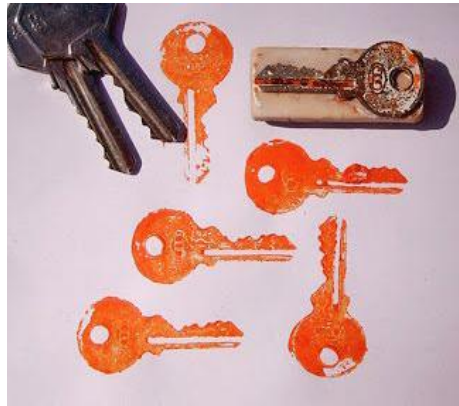


*Мал 4,5,6  
Харіс Літос  
«Плюшевий  
ведмедик».  
Майма  
Пушкарева  
«Відбитки  
жіночого тіла».  
Ямамото Рюка  
« Кальмар»*





Мал 7. Панно з відбитком  
як елемент декору



Мал 8. Відбиток ключа

на папері. Відбиток може бути органічним доповненням до інших методів дизайну, наприклад шрифту чи фотографії.

Для створення відбитків можна використовувати майже всі види художніх матеріалів від олійних фарб до пастелі. Наносити ж відбиток можна на різні поверхні. Інструментом може стати будь-що – руки, пальці, плоскі предмети, рослини (листя, сухі квіти), фактурні елементи (решітки і дощечки для відбитків).

Відбитки або ж сліди можуть бути виконані на різних поверхнях — глина, пісок, папір. Від обраної поверхні буде залежати текстура самого відбитку

Відбиток, як композиційний елемент в роботі може стати продовженням сюжету або ж його центральною частиною. Завдяки унікальності форм робота з відбитком дозволяє змінювати його призначення як елементу композиції: використовувати як основний і як другорядний елемент.

Відбиток використовують як окремий графічний елемент. Так як кожен елемент має свою неповторну фактуру, що дозволяє створювати різноманітні принти. Використовувати відбиток долоні як центр композиції є звичним

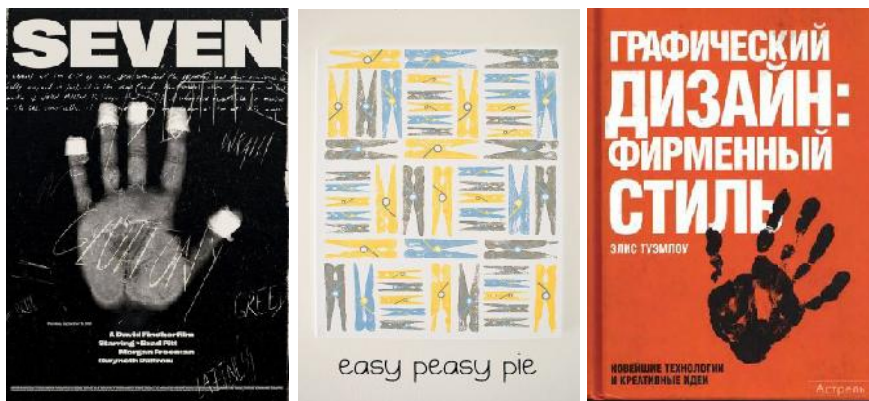


Мал 9. Приклади відбитків на папері





Мал 11,12. Приклади різного композиційного акценту на відбитках.

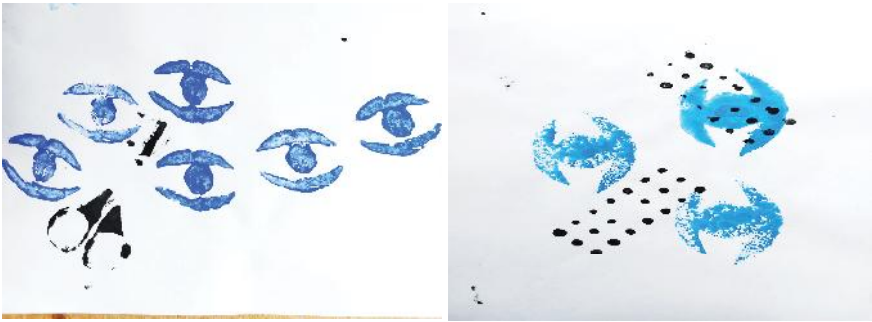


Мал 13,14,15,16. Постери

прийомом для створення робіт на містичну тематику. Цього вдається досягнути використовуючи чорно-білу гамму, яка підкреслює текстуру відбитку. Відбитком можна підкреслити загальну композицію, особливо вдалим буде результат при використанні контрастних кольорів. Важливим є те, якою технікою було створено відбиток, які матеріали було використано. Для досягнення результату слід визначитися з матеріалом: відбитки крейдою мають легшу текстуру і передають в собі легку таємничість, відбитки густою фарбою більш рішучі і мають менше дрібних деталей (текстур), що дозволяє зробити їх центром композиції.

Так як текстура відбитку є його візитною карткою тож проводячи низку спроб можна стверджувати, що унікальність кожного відбитку і його варіативність дозволяють створити неповторне зображення.





Мал 17,18. Власні нарботки «Мис», «Морська хвороба»

Відбиток є достатньо простим у виконанні методом створення зображень. Маючи певний досвід у роботі з цією технікою можна стверджувати, що це простий і наочний спосіб створити новий елемент в роботі. Завдяки тому, що вибір предмету для відбитку залежить тільки від нас, ми самі можемо збагачувати зображення новими компонентами. На мал.17 «Морська хвороба» виконано відбиток одного блистера для ліків, але кожен відбиток особливий, що добре ілюструє основну властивість відбитку — його унікальність.

Відбиток пройшов довгий шлях від наскального живопису до сучасного дизайну, що свідчить про його актуальність. Він еволюціонував від простого зображення до складного графічного елементу. Вміння поєднувати відбиток з іншими техніками дає широкий спектр роботи з різними матеріалами. Особливістю роботи з відбитком залишається її традиційна форма створення — жодних комп'ютерів, тільки класичні матеріали. Відбиток є достатньо брутальною технікою, що дає змогу створювати контрастні поєднання із сучасними шрифтами та іншими зображеннями. Особливість створення дає змогу підібрати особливий відбиток до кожного конкретного випадку. Важливим є те, що всі відбитки унікальні, тож це додає певного шарму роботі дизайнера, а в сучасному світі, це дуже цінна якість.

*Джерела:*

1. Макарова А.Л. «Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник» / X.: Традиції та новачі у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)
2. <https://www.nippon.com/ru/behind/fnn20180820001/>
3. <https://nat-geo.ru/planet/shest-shedevrov-naskalnoy-zhivopisi/>
4. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

.. 1 , . “ ”

## ТЕХНІКА ТРАДИЦІЙНОЇ АПЛІКАЦІЇ У СУЧАСНІЙ ВІЗУАЛЬНІЙ МОВІ

Аплікація — метод створення зображення (за своєю суттю і технікою близький до інкрустації), який використовується як засіб вираження

різноманітних матеріалів і структур — тканин, газет, фанери або жерсті. Малюнки наносяться на фон і закріплюються, вони можуть бути пришиті, приклеєні, прибиті цвяхами і т.д. Зображення, виконані в техніці аплікації, виглядають безкомпромісно і категорично, і привертають до себе увагу. У практиці графічного дизайну аплікація затребувана як найбільш «плакатна» техніка, через властивості її лаконічності і ширості. Використання матеріалів, різних не тільки за фактурою, але і за кольором, дозволяє іноді досягти таких виразних і поліхромних рішень, яким міг би позаздрити справжній живопис.

Різноманіття робіт, виконаних таким способом, дивує. В цій техніці використовуються: рвані, рівно відрізані кусочки, складні форми чи складені з більш простих. Фактурний, текстурний папір з прорізами може доповнювати чи навіть зовсім стати основою композиції. Працюючи у цій техніці, дизайнери часто використовують можливість нашарування. І тут також можна експериментувати з кількістю шарів та проміжків між ними. Ефекту об'єму ще можна досягти шляхом завертання деяких елементів, або ж навпаки — одного шматочку з цікавим прорізом може бути достатньо.

Аплікації за змістом можна поділити на: предметні, сюжетні, орнаментальні та шрифтові.

Деяко з історії аплікації. З давніх часів люди намагалися прикрасити своє житло, одяг, посуд. Джерелом фантазії майстрів був дивовижний світ навколишньої природи. У свої химерні візерунки та орнаменти вони вводили птахів і тварин, багатство форм, різних рослин. Найбільш ранні зі збережених аплікацій — це знахідки Пазирикських курганів, датовані V-III ст. до н. е. Вже ці стародавні племена кочівників вміло працювали зі шкіряною аплікацією для прикраси сидл, шатерів, хутряних фляг.

Протягом багатьох століть аплікація застосовувалася у народів Азії та Європи. За часів лицарства в Італії, Іспанії, Німеччині, Франції в техніці аплікації виконувалися родові герби лицарів. У XVI ст. в Італії та Іспанії аплікація застосовувалася для прикраси церковного одягу. Майстри вико-



Мал. 1 Обкладинка альбому німецького дизайнера Джулії Гутер 2008



Мал.2 "Полінезія, море" Анрі Матісс, 1946

ристовували контрастні поєднання тканин червоного, жовтого, зеленого кольорів.

У язичницьких слов'янських народів аплікація виконувала естетичну функцію, а також функцію оберега житла та одягу людини від злих духів.

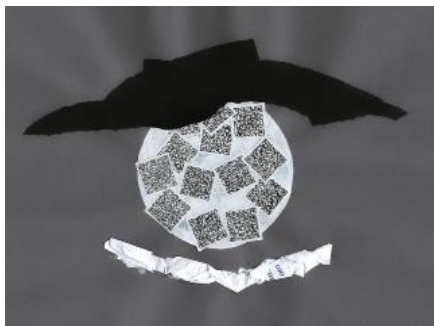
Аплікація стала популярною в епоху модерну. Яскраві представники: Анрі Матісс, Пікассо, Жорж Брак. «Папір, з якої вирізаю, допомагає мені малювати в кольорі. Для мене завдання полягає в спрощенні. Замість того щоб малювати контур і заповнювати його кольором, я малюю безпосередньо в кольорі ... мені вдалося досягти форми, оголеною до самої суті, — говорив про аплікацію Анрі Матісс.»



Мал.3 "Доброта світу" Серес Лау

У 50-60-ті роки у світі дизайну заявляє про себе польська школа плаката, яка і зараз викликає професійний інтерес. Майстри цієї школи активно використовують аплікативний метод, який підкреслює основну ціль цього стилю — застосування спрощених графічних форм, стислість і виразність.

Аплікація застосовується у нашій сфері як у класичному виді (рукотворна аплікація),



*Мал. 4,5 Власний погляд на тему ненависті*

так і імітування у графічних редакторах. Така ефект не важко зробити. Він користується популярністю, і навіть являється трендом серед сучасних дизайнерів.

Аплікація нагадує нам ті дитячі роботи, які кожен з нас робив ще у садочку. І цим також можна вдало користуватись для створення враження незграбної дитячої картинки.

Але аплікація може проявити себе і в зовсім іншому, серйозному вигляді. Виконуючи навчальну вправу, де я мала показати певну емоцію зображенням, я спробувала поєднати аплікацію з колажем. Результат виявився достатньо цікавим. Здебільшого я не спостерігаю тенденцію поєднання аплікації з іншими техніками чи матеріалами. Тому це і викликає інтерес до роботи з цим у подальшому.

Тож, як висновок, слід зазначити, що тема використання паперової аплікації є недостатньо вивченою, але вона часто використовується у графічному дизайні. Тому тема є дуже актуальною. Аплікація має багато виразних засобів: це і створення об'єму, і стиль елементів. Це дуже цікавий спосіб для створення виразної візуальної мови. Специфіка цієї техніки дозволяє показати безліч стилів, а вдале поєднання з іншими техніками, чи матеріалами, буде виглядати по-новому та цікаво.

*Використані джерела:*

1. Макарова А.Л. «Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник» / Х.: Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)
2. Польская школа плаката. Кшиштоф Дидо, Сергей Сиров, Михайло Анікст, Alma Mater, 2007
3. <http://iessay.ru/ru/other/trud/stati/oformlenie-izdelij-applikaciej/istoriya-vozniknoveniya-applikacii>
4. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

. . 1 , . “ ”

## ДИТЯЧІ МАЛЮНКИ І КОЛЬОРОВІ ОЛІВЦІ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Існує багато різних видів мистецьких засобів для створення малюнків, які використовуються у графічному дизайні. Останнім часом популярним графічним матеріалом стали кольорові олівці тому, що від комп'ютерних технологій всі дуже втомлюються, тому люди часто повертаються до старих, але добре вивчених графічних матеріалів — кольорових олівців. Вони не виглядають старим методом, а навпаки несуть за собою історію і дизайнери навіть створюють нові прийоми використання.

Кольоровий олівець — це інструмент для малювання, який відноситься як до живописної, так і до графічної техніки. Він являє собою вузьке пігментоване ядро, укладене в циліндричну, переважно дерев'яну оболонку. На відміну від графітного або вугільного олівця, ядро кольорового олівця має олійну або воскову основу і містить іншу пропорцію пігментів і добавок.

Легкий, дешевий і завжди готовий до роботи: і вдень, і вночі, і в спеку, і в люті морози. Запросто розміщується в кишені або навіть за вухом. Без ускладнень стирається гумкою. За його допомогою діти виводять свої перші карлочки, а видатні майстри створюють безсмертні шедеври. Мова йде саме про олівець.

**Історія.** У 1565 році в англійському графстві Камберленд пройшов сильний ураган, який вивергав дерева з корінням. Після того пастухи виявили під вивернутим корінням якусь темну масу.

Спершу її прийняли за вугілля, однак підпалити так і не змогли. Тоді було вирішено, що це метал, який є похідним від свинцю. Але вилити з нього кулі не вийшло. Після цього пастухи помітили, що знайдена маса залишає гарні сліди, на різних поверхнях, і почали нею мігити вівець.



*Рис. 1. Перший графітовий олівець*

Так був знайдений графіт, який згодом став основним матеріалом для виробництва олівців. Але люди не збиралися просто так залишити свою дивовижну знахідку, і стали виготовляти з графіту стрижні для малювання, а з ним і перші олівці.

Згодом технології обробки графіту удосконалювалися і людина винайшла саме кольорові олівці, якими ми користуємося і сьогодні.

### **Переваги кольорових олівців як графічних матеріалів.**

Кожна людина хоча б раз користувалася кольоровими олівцями. Якщо спитати: «Чому саме вони, а не акварель чи пастель?». У відповідь можна почути багато плюсів, які надають олівцям перевагу серед інших матеріалів:

1. Не займають багато простору. Їх легко можна взяти з собою, адже вони майже не займають простору у сумці чи портфелі, чого і не скажеш про гуаш.



Рис. 2-3. Малюнки кольоровими олівцями



Рис. 4-5. Дитячі малюнки

2. Не забруднюють одяг та руки. Кольорові олівці мають переважно дерев'яну оболонку, яка не дасть графіту потрапити на тіло чи одяг людини.

3. Можна легко керувати насиченістю кольору.

4. Вони точні. Ми точно знаємо, куди приземлиться кінчик олівця, і далі знаємо, що він буде робити, коли потрапить у інше місце. Не так багато сюрпризів можемо отримати так, як від акварельної картини.

5. Легко знайти та купити. Кольорові олівці є у кожному канцелярському магазині, їх можна зустріти навіть у продуктових супермаркетах. Крім цього, вони коштують дешевше, відносно інших графічних матеріалів.

У графічному дизайні ці матеріали дозволяють використовувати такі живописні можливості, як, наприклад, суміщення різнокольорових інструментів для моделювання «складного» кольору та його різних відтінків, а також «грати» на теплих та холодних тонах та моделювати тонкі повітряно-просторові відносини. Кольорові олівці, як «молодші брати» пастелі, дозволяють створювати дуже реалістичні образи, але слабка тонова ноша насиченості додає їм відтінок «інфантильності».

Кожна дитина вже народжується художником. Першим кроком на шляху до творчості стане вибір графічного матеріалу. Маленькі діти найчастіше починають знайомство з творчістю не з фарб або фломастерів, а саме з кольорових олівців, через їх практичність і яскравість.



Рис. 6. Приклади використання малюнку кольоровими олівцями



Дитячі малюнки кольоровими олівцями наповнені старанням, змістом і любов'ю. Кожний із них несе до нас частинку тепла, яке передається через образи, створені дитиною. У таких малюнках немає ні зла, ні ненависті, вони чисті та щирі.

Ближче з можливостями кольорових олівців я познайомилася під час однієї вправи: за невелику кількість часу мені було потрібно намалювати зірочку, яка б передавала певну емоцію — любов. Саме з нею асоціюються роботи, виконані цим графічним матеріалом. Любов — це краса, баланс, плавні рухи, які доповнює чіткість. **Любов** — почуття глибокої прихильності до особи, прив'язаності або сильного інтересу до когось чи чогось. У цьому завданні можна було використовувати будь-які кольори та прийоми, варто тільки передати унікальність кольорових олівців. Я зобразила зірочку у голубих, рожевих і фіолетових тонах. На мій погляд, ці кольори приємні оку, вони нібито «закохані» та доповнюють один одного. Від кохання не знаєш, чого можна очікувати: відмови та грубості чи взаємності та ніжності. Так і характер ліній на цьому малюнку поєднується різкими та плавними.

Кольорові олівці створили образ, який не зробиш іншими матеріалами. Він несе за собою певний сенс та настрій, який кожний може створити



Рис. 7. «Свято»



по-різному. Виконуючи малюнок олівцями, у нас немає меж, ми можемо малювати все, що захочеться, те, що підказує нам перенести на папір серце, свідомість і тіло.

**Висновок.** Отже, можна з упевненістю сказати, що кольоровий олівець - унікальний графічний матеріал, який має особисті ознаки та можливості. Його неможливо сплутати з іншим, так як він – своєрідний. Можна додати, що дитячі малюнки, виконані саме кольоровими олівцями, відіграють велику роль у нашому житті і житті графічного дизайну. По ним створюють мультфільми, казки, плакати, навіть прикрашають сумки та гаманці.

Людська психіка здатна до співпереживання, тому через певні візуальні образи і колір, графічний дизайн впливає на наші емоції і поведінку. Слід не забувати про головну задачу – передати сенс і емоцію, а не тільки зображення.

Використані джерела:

1. Макарова А.Л. «Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник» / Х.: Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)
2. <https://mors.in.ua/technology/1847-hto-i-koly-vynayshov-olivec.html>
3. [https://en.wikipedia.org/wiki/Colored\\_pencil](https://en.wikipedia.org/wiki/Colored_pencil)
4. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

, 2 , . « »

:

.

## ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, ЩО МОТИВУЄ

Графічний дизайн виконує багато функцій: естетичні, візуальні, декоративні, пояснювальні. Усі вони є дуже важливими, постійно розвиваються, розширюються. Та окрім цього, графічний дизайн також може мотивувати та примушувати до дії.

Професіонали своєї справи, своїми роботами мотивують людину знайти справу всього життя, почати вивчати щось нове, відмовитися від шкідливих звичок і т.д. Але для кожної цільової аудиторії потрібно натискати на відповідні важелі.

У більшості випадків, графічний дизайн виконує комерційні завдання, але також є і соціальні задачі. У світі збільшується кількість літніх людей, погіршується економічний статус, понижується загальний рівень задоволення життям. Враховуючи актуальність цієї проблеми, була зроблена серія плакатів на цю тематику (рис. 1).

Для того, щоб підсилити мотивуючий ефект, були використані такі речі як колір, шрифт, та допоміжні ілюстрації. Ілюстрації створені на основі фотографій, які були відредаговані кольоровими фільтрами. Для кожної ілюстрації були спеціально підібрані фотографії людей, які найкраще підходять під окремий різновид занять.

Колір має великий вплив на людину, як у повсякденному житті, так і у цих плакатах. Відносно кожного кольору можна знайти для себе багато асоціацій, які є як і особистими, так і вже загальними та архаїчними. Щоб



Рис. 1. Проект «Графічний дизайн, що мотивує».

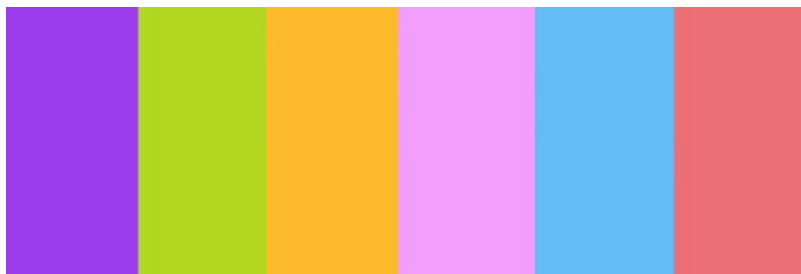


Рис. 2. Основні кольори проекту.

плакати мотивували людей, була використана фіксована палітра із дуже яскравими кольорами (рис. 2).

У кожного кольору є своє значення, яке тим чи іншим образом спонукає людину до дії. Наприклад, жовтий колір заряджає енергією і випромінює позитив. Це грає на наших емоціях і підвищує рівень впевненості. Жовтий — найсильніший психологічний колір для стимулювання своїх творчих здібностей.

Зелений колір створює відчуття спокою і впевненості. Синій\блакитний — заспокійливий колір, сприяє концентрації.

Отже, для того, щоб створити мотивуючий дизайн, варто використовувати яскраві, насичені кольори, які будуть викликати відповідні емоції, великі літери, сучасні деформовані шрифти, які привертають увагу, які є великими, емоційними, вільними. Додаткові малюнки додають руху композиції, налаштовують на окрему точку зору, граються з глядачем.

#### *Література*

1. Квитка О. Л., Турчин В. В. Роль мировоззрения в практике графического дизайна / О. Л. Квитка, В. В. Турчин // Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті: зб. наук. пр. / за ред. проф. Даниленка В. Я. – Х.: ХДАДМ, 2011. – №1. – С. 210-214.
2. Шевченко В.Я. Композиція плаката: навч. посібник. 2-ге вид., доп. / В.Я. Шевченко. – Х.: Колорит, 2007. – 133 с.
3. 37. Феличе Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн [Текст] / Дж. Феличе. — СПб.: БХВ-Петербург, 2004. — 496 с.:ил.
4. <https://www.advancementform.com/> [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.advancementform.com/resources/color-motivates-constituent-action/>. – Дата доступу: 2021.
5. <https://www.indexmundi.com/> [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.indexmundi.com/map/?v=30&t=as&l=en>. – Дата доступу: 2021.
6. <https://redbooth.com/> [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://redbooth.com/hub/colors-unexpected-productivity-boost/> – Дата доступу: 2021.

## **ВИРАЗНІ МОЖЛИВОСТІ РІЗНОМАНІТНИХ ГРАФІЧНИХ ТЕХНІК У СТВОРЕННІ ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ**

Слово «графіка» походить від грецького слова «графо» — «пишу». Написання здійснюються за допомогою пера або пензля, які дають на папері одноколірну лінію, тому графіку розглядають у першу чергу, як лінійне зображення однією фарбою. Це і відрізняє графіку від живопису, в якому використовуються багатобарвна палітра і кольоровий мазок.

Поступово тлумачення поняття графіки розширювалося за рахунок введення різних видів гравюр, а саме: одноколірні та багатокольорові, малюнки чорними та кольоровими олівцями. Образотворчі можливості графіки удосконалювалися. Вона стала відтворювати багато з того, що колись відтворював тільки живопис: світло і тінь; властивий предметам колір; повітряне середовище і повітряну перспективу навколишньої природи, які з лінійного зображення були виключені.

Графіка є одним із найстаріших видів образотворчого мистецтва – пригадайте наскальні малюнки первісної людини.

Графіка розвивалась паралельно зі скульптурою, декоративно-прикладним мистецтвом. Як самостійний вид мистецтва вона сформувалася на межі 15-16 ст. Спочатку термін «графіка» використовувався тільки щодо письма та каліграфії. Нове значення він одержав у кінці 19 – на початку 20 ст. у зв'язку з бурхливим розвитком промислової поліграфії, яка дала можливість

створювати малюнки у великій кількості за допомогою друкарських машин. Згодом, у процесі історичного розвитку, в графіку почав проникати колір, і ми вже до неї відносимо рисунок, виконаний кольоровою крейдою, пастеллю, кольорову графіку, кольорову гравюру.

Як стверджував Іоханс Ітен, графічні техніки почали вивчати ще у Баухаусі. Вони працювали з багатьма текстурами, дивилися, як змінюється сенс зображення, коли викорисовуєш той чи інший матеріал. Саме це і є зараз актуальним.

Надаючи особливе значення різноманітності художніх технік і матеріалів, їх можна порівняти з музичними інструментами. Про заворожливі властивості художніх матеріалів, про їхню притягальну силу можна говорити багато.

Особливо місце на заняттях образотворчим мистецтвом у художніх школах, художніх відділеннях початкових спеціалізованих мистецьких навчальних закладів займає графіка. Багато різних матеріалів і прийомів роботи з ними існує в графіці, їхня розмаїтість приносить насолоду самою зміною способів виконання роботи, новизною технік і фактурної якості матеріалів. Пошук художниками нових матеріалів і технік — явище закономірне, і майстри мистецтв збагачують і відточують свою майстерність, особливо останнім часом, завдяки використанню нових матеріалів.

Для свого проекту я обрала образ зайця, на мою думку саме він може приймати будь-які образи, і характерно змінюватися. Роздивимось кожний образ детальніше, першим на моїй сторінці є сухий пензлик. Проста техніка. Проте складність була не в самій техніці, а в тому, як швидко та ефектно поставити декілька мазків так, щоб це склалося у повноцінну тваринку.

*Креслення.* Зараз зазвичай креслення проходить не вручну, а робиться на комп'ютері, використовуючи спеціальні програми. Силует, поставлений у профіль найбільш зрозумілий. І є характерним для креслення.

*Високий друк.* Найбільш вдалим у цій техніці є використання саме лінолеуму. Ця техніка повинна бути чимось витонченим та офіційним. Бо високий друк часто використовують для документів та оформлення візиток.

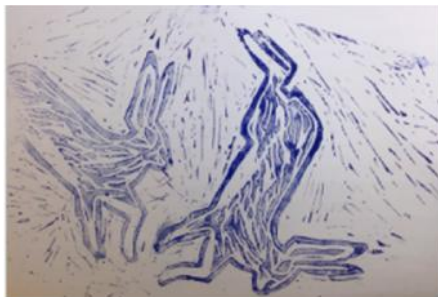
*Акварель.* Дуже важко зробити це з першого разу. Тільки після правок, можна зрозуміти, що до цього був занадто академічний, а акварель потребує зовсім іншого, тому треба робити тільки сміливі рішення в остаточній роботі. В ній видно, як все тече, змінюється - ось це і є акварель.

*Аплікація.* У ній не потрібно додавати дуже багато деталей, текстур. Треба робити щось просте. Ідея зайченя з зубами здається незвичайною. Агресивна аплікація дуже допомогла з цим.

Відбиток акварелі, дуже непередбачувана техніка. А як відомо люди бояться того чого не можуть передбачити. Тому страх є емоцією властивою відбитку.



Мал.1 «Зуби»



Мал.2 «ДТП»



Мал.3 «Дим»

**М'які матеріали.** Ця техніка є дуже індивідуальною і не схожою на інші. В ній особливу увагу потрібно приділяти текстурі, тому вдалим буде використання ребра крейди.

**Відбиток.** Доволі проста техніка, тож щоб зробити її унікальною потрібно експериментувати або з силуетом, або із тим як він доторкається до паперу. Звісно можна просто положити трафарет на папір, а можна спочатку легонько провести їм а вже потім відбити зображення.

**Колаж.** Він завжди асоціюється із чимось кумедним, з колажу люди повинні сміятися. Проте треба не забувати, що багато деталей можуть збити глядача з пантелику. Тому вибір декількох зображень є правильним рішенням.

**Пастель.** Пастель асоціюється тільки з однією емоцією - ніжність. У цій техніці не потрібно прикладати багато зусиль, крейда повинна плавно ковзати по паперу, і залишати ніжні лінії.

**Маркери.** Цікаво знати історію, як вчений винайшов маркери для своїх дітей, які нудьгували вдома. Коли дитина малює вона використовує яркі плями і не замислюється над непотрібними деталями, тож працюючи з маркерами теж треба робити щось швидке, щоб не було нагоди подумати.

**Штамп,** для нього є характерним вирізати силует на будь-якій поверхні, навіть на овочах, це надає виразну фактуру. Проте для штампу найхарактернішим є не фактура, а саме силует, тому окрім стандартного зображення треба додати силуету виразності ( щось, що буде зрозуміле кожній людині).

**Дитячі малюнки олівцем.** Вони асоціюються з чимось приємним, теплим. У цій техніці потрібно забути усе, що було вивчено раніше і малювати, не спираючись на закони. Краще спробувати малювати із закритими очима, так лінії будуть не такими органічними та правильними.

**Висновки.** Емоції як один з давніших, найглибших, і тому важких у вивченні пластів психіки, так чи інакше, лежать в основі всіх досягнень мистецтва і виступають одним з основних формуючих факторів усієї людської культури. Графічний дизайн включає у апарат своїх найбільш ефективних засобів впливу, збуджуючи через візуальні образи певні установи сприйняття і поведінки.

На мою думку, графічні техніки є актуальними в наш час, хоч комусь вони можуть здатись занадто складними, а повторити схожий малюнок

можна і на комп'ютері, проте я впевнена, що саме відчуття як поводить себе кожний матеріал повинно бути у кожного дизайнера. Працюючи з ними можна зрозуміти як сама техніка може змінити сенс зображення.

*Використані джерела:*

1. [https://en.wikipedia.org/wiki/Colored\\_pencil](https://en.wikipedia.org/wiki/Colored_pencil)
2. Макарова А.Л. Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник / Х.: Традиції та новачі у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)
3. Макарова А.Л. Эмоциональное содержание проектного образа в графическом дизайне / Симф.: Культура народов Причерноморья, № 236, 2012, С. (141-144).
4. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

.., 4 , « »

## **ПОЛ РЕНД: ФІРМОВИЙ СТИЛЬ — ДИЗАЙН-ФІЛОСОФІЯ ПРОДУКТУ**

Пол Ренд є одним із найвидатніших американських графічних дизайнерів. Протягом своєї 60-річної кар'єри він змінив підхід американських дизайнерів щодо візуального спілкування. Своїми роботами Ренд приніс авангардні європейські ідеї до Сполучених Штатів, поєднуючи візуальне мистецтво та комерційний дизайн. Його барвисті роботи, підхід до типографіки й використання засобів масової інформації показують його мету — познайомити наново із вже знайомим. Навіть сьогодні усі дизайнери намагаються знайти нове бачення, нові стилі. Але не знаючи бази, елементарних прийомів навряд чи хтось у змозі впоратись з такою задачею. Відкидати історію і не знати того, що вже було зроблено до тебе, — значить знову і знову винаходити велосипед.

П. Ренд залишив нам образ графічного дизайнера в тому вигляді, в якому його сприймають зараз. Ренд найбільш відомий завдяки внеску в корпоративну айдентіку компаній IBM, Ford, NeXT, ABC, UPS. Завдяки йому дизайнери перестали сприйматися як звичайні оформлювачі. Він був одним із перших комерційних дизайнерів у США, хто прийняв, практикував і поширював швейцарський стиль. Є думка, що поняття фірмового стилю вигадав саме він. Пол не просто створював логотипи, але й продукував додаткові символи, і називав це «дизайн-філософією».

Пол народився 15.08.1914 р. у Брукліні в єврейській родині під ім'ям Перетц Розенбаум. Становлення його як дизайнера починалося складно: зневіра батька, безкоштовна праця й постійне навчання. В молодості на Пола Ренда вплинули роботи європейських дизайнерів з німецького журналу про рекламу і графічний дизайн «Gebrauchsgrafik». У 1929 р. він уперше дізнався про школу Баухауз. Особливо вплинули на Ренда Ласло Мохой-Надь, Ле Корбюзьє, німецький стиль плакатного мистецтва Sachplakat, художники-модерністи: Тео ван Дусбург, Фернан Леже і Пабло Пікассо. За словами Ренда, картини цих художників вплинули на дизайн деяких рекламних постерів, над якими він працював [2].

Перша популярність Ренда як дизайнера прийшла наприкінці 1930-х років, коли він почав створювати обкладинки для журналів. Він створював рекламу, натхненну школою Баухауз, групою Де Стейл або російським конструктивізмом. Ренд був прихильником простих, мінімалістичних рішень. Він вважав, що оригінально має бути саме ідея, а не процес її реалізації у матеріалі. Ренд писав, що термін «символ» у логотипі зазвичай трактують помилково, не досить коректно розуміють слова на кшталт: спрощений, стилізований, геометричний, абстрактний, двомірний, плоский, самотній. Той факт, що деякі з кращих символів — це елементарні зображення, лише вказує на ефективність простоти, але не на значення слова як такого. По суті, не важливо, як виглядає символ, важливо як він працює, — ось що його визначає. Символ може бути зображений у вигляді «абстрактної» форми, геометричної фігури, фотографії, ілюстрації, літери алфавіту або цифри [6, с. 13]. Один і той же символ — потенційно універсальний засіб, який може ілюструвати безліч різних ідей. Зіставляючи асоціації і проводячи аналогії, дизайнер здатний керувати символом, змінювати його значення і задіювати візуальні можливості, які він дає.

Найвідоміший свій логотип Ренд створив для компанії Стіва Джобса NeXT Computer. Незадовго до смерті Ренда в 1996 році Джобс він назвав його «найвизначнішим графічним дизайнером». Джобс хотів отримати кілька варіантів логотипу, але Пол відповів йому: «Ні. Варіант буде один. Ви мені платите, а я вирішую ваше завдання. Якщо вам потрібно багато варіантів — це не до мене» [4]. Хороший логотип має визначатися не побажаннями, а реальними потребами, не шрифтом, а перш за все ідеєю. Зробити логотип свіжим і не надокучливим, таким, щоб при погляді на нього в свідомості виникало щось більше, ніж звичні прикметники або прислівники, — ось основне завдання, — писав Ренд [3, с. 20].

Один із критиків порівняв логотип NeXT, розроблений Рендом, з дитячим кубиком. Але ж дизайнер був іншої думки: «В ідеалі логотип повинен співвідноситися із специфікою бізнесу чи хоча б натякати на неї, однак частіше за все це або не реалізуємо, або не потрібно... Логотип набуває значимість тільки тоді, коли на протязі деякого періоду міцно асоціюється з якоюсь організацією, послугою чи продуктом» [3, с. 80]. До речі, корпус комп'ютера NeXT представляє собою чорний куб, тож логотип все ж таки дає чіткі асоціації і точно не був випадковістю.

Розмірковуючи про дизайн, П. Ренд писав: «Візуальна комунікація будь-якого виду, аргументативна або інформаційна <...> має розглядатися як втілення форми і функціональності (синтез краси й користі). У рекламі текст, візуальний образ і друк розуміються як якась жива сутність, де кожен елемент пов'язаний з іншим, перебуває в гармонії з цілим і необхідний для втілення ідеї. Подібно жонглерові, дизайнер демонструє свої навички, вправляючись з цими інгредієнтами у відведеному просторі. Щодо простору у рекламі, періодичних виданнях, книгах, фірмових бланках, упаковці, дизайнні промислових товарів, вівісок або ТВ-анонсів — критерії однакові. Постійно простежується, що відділення форми від функції, ідеї від виконання, найімовірніше, не дозволить сформувати об'єкт, який має естетичну цінність. Система, яка сприймає есте-

тику як щось несуттєве, ізолює художника від його твору, роз'єднує роботу й особистість, губить творчий процес, у довгостроковій перспективі знецінить не тільки сам продукт, а й його творця [6, с. 36].

Як правило, дизайнер приступає до роботи не з якоюсь заздалегідь обдуманною ідеєю. Навпаки, ідея стає (або має ставати) результатом ретельного вивчення і спостереження, а дизайн — продуктом цієї ідеї. Тому, щоб знайти ефективне вирішення проблеми, дизайнер має реалізувати якийсь розумовий процес. Він уніфікує, спрощує й усуває надмірності. Він символічно представляє — абстрагується від матеріалу за допомогою асоціації та аналогії. Він активізує і підсилює символ відповідними деталями, щоб досягти ясності і викликати інтерес. Він малює, керуючись інстинктами й інтуїцією. Він думає про свого глядача, його почуття і пристрасті. Оскільки наданого дизайнеру матеріалу часто недостатньо, завдання дизайнера полягає в переформулюванні проблеми. Аналізуючи (розбиваючи складний матеріал на найпростіші компоненти за категоріями «як», «навіщо», «коли» і «де»), дизайнер знаходить інший шлях вирішення завдання [7, с. 36].

Одна зі значущих подій у житті Ренда сталася, коли він познайомився зі своїм кумиром, угорським художником Баухаузу Ласло Мохой-Надем. На їх зустрічі Мохой-Надь запитав, чи вивчає Ренд мистецтвознавство. Коли той сказав «ні», Мохой-Надь відповів «шкода». З цього моменту Ренд почав читати провідних філософів з мистецтва, в тому числі Роджера Фрая, Альфреда Норта Уайтхеда і Джона Дьюї. Після того, як він вивчив теорію мистецтва, Ренд почав філософувати про свою власну роботу — що таке логотипи, навіщо вони потрібні і на що здатні. Ось чотири основні принципи, що їх вивів дизайнер [1]:

- Логотип бере своє значення з якості товару, який він символізує, а не навпаки.
- Єдиний обов'язок дизайну логотипів полягає в тому, щоб вони були відмінними, щоб запам'ятовувалися та були чіткими.
- Презентація є ключовим фактором.
- Простота — це не мета. Це побічний продукт хорошої ідеї і скромних очікувань.

**Висновки.** Саме Ренд переконав бізнес в тому, що дизайн — це інструмент для розвитку бізнесу, а не просто чергове гарне оформлення. Завдяки його роботі професія дизайнера стала значущою і цінною для бізнесу, а дизайнери перестали сприйматися як звичайні оформлювачі. Ренд був піонером функціоналізму, який покладався на сильні візуальні ідеї і динамічну типографіку. Пол Ренд був першопрохідцем, як за стилем, так і за баченням дизайну, він перевернув всю історію графічного дизайну. Але ніхто не повинен сподіватися досягти його рівня, черпаючи натхнення безпосередньо з його робіт, тому що, за словами його друга і колеги Луїси Данцігер: «Якщо ви хочете досягти всього, що досяг Ренд, не дивіться на те, що він робить, дивіться на те, як він бачить» [5].

*Література:*

1. Alex Bigman. 4 principles by Paul Rand that may surprise you. URL: <https://99designs.com> (дата звернення : 9.11.2020).



2. Grapheine. Paul Rand, everything is design. URL: <https://www.grapheine.com> (дата звернення : 9.11.2020).
3. Paul Rand. A Designer's Art. London : Princeton Architectural Press, 2016. 250 с.
4. Rogix. Автор «фирменного стиля» Пол Рэнд. URL: <https://rogix.livejournal.com> (дата звернення : 9.11.2020).
5. The Guardian. Everything is Design : The Work of Paul Rand review – short survey of a master. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/feb/27/everything-is-design-the-work-of-paul-rand-review-short-survey-of-a-master> (дата звернення : 9.11.2020).
6. Пол Рэнд. Дизайн, форма и хаос. Москва : Издательство студии А. Лебедева, 2013. 249 с.
7. Пол Рэнд. Мысли про дизайн. Москва : Питер, 2016. 96 с.

. . . 1 , . “ ”

### НЮАНСИ ТА КОНТРАСТНІ ВІДНОСИНИ В ХАРАКТЕРІ ФАКТУР У ГРАФІЧНИХ КОМПОЗИЦІЯХ

У графічному дизайні часто необхідно створити яскраві та незабутні образи мінімальними засобами. Коли потрібно сконцентрувати погляд глядача, допомагає прийом вираження контрастних відносин. Нюансні відношення в зображеннях виражають ідею згоди, миру та привносять почуття гармонії, тобто формують «позитивні» образи, що також є актуальним в графічному дизайні та взагалі в нашому світі. Фактури є тим засобом, за допомогою якого можна виявити ці відношення. По перше, їх неймовірно багато, а по-друге, вони з різноманітних сторін описують об'єкт та його відносини з іншими, подібно до прикметника стосовно іменника. Тому фактури не мають залишатися без уваги, і саме відносини у характері структур розглядатимуться далі.

Текстури та візерунки можуть допомогти створити привабливий дизайн, коли їх характеристики суттєво відрізняються одна від одної. Наприклад, поєднання легкої шорсткої та активної природної текстури додасть контрасту дизайну (мал. 1). Саме завдяки такому зіставленню й виникає драматичний ефект, що неминуче притягає погляд.

Для вираження візуальної схожості форм слід визначити



Мал. 1. Брошура Wardian London від Ballymore Group, 2015

принаймні один критерій, щодо якого вони будуть відрізнятися. Це може бути густина, масштаб, кількість компонентів чи особливості їх ритмічної організації. За іншими критеріями фактури повинні залишатися тотожні одна одній. Одна з робіт Вінсент Ван Гога демонструє, як працюють нюансні фактури (мал. 2).

Елементи протиставлення майже неминуче присутні в ситуаціях нюансу. Так і створити бездоганий контраст — непросте завдання. Таким чином, відносини будуються на поєднанні, балансі та взаємодії обох принципів.

Контраст та нюанс можуть бути в таких характеристиках фактури:

- Тон
- Масштаб
- Густина
- Форма
- Матеріал
- Пластика
- Подобиці
- Порядок.

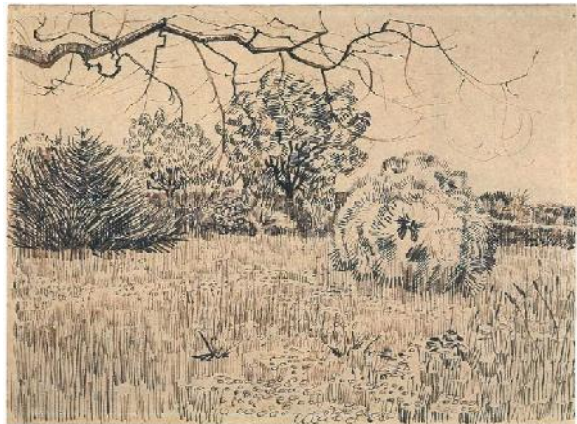
Мені була надана можливість спробувати виявити ці відношення у характері фактур, працюючи з об'єктами, які я мала «зблизити» та «віддалити».

У першому випадку я виявила нюанс фактур, зробивши їх максимально схожими за усіма критеріями, окрім одного — пластичності. Структура правого об'єкта пластичніша, ніж у лівого.

Далі я виявляла контраст, намагаючись зробити фактури по всім критеріям різними. Структура лівішої фігури щільніша, ніж у правої, вона зовсім іншої форми, відрізняється за масштабом і так далі.

Отже, знаючи характеристики фактури та принципи формування нюансу та контрасту можна створювати дизайн, що буде чіпляти та викликати емоцію. Фактура є незамінним помічником дизайнера, яка може додати живості в роботу та допоможе передати ідею, взаємодіючи з іншими структурами чи об'єктами.

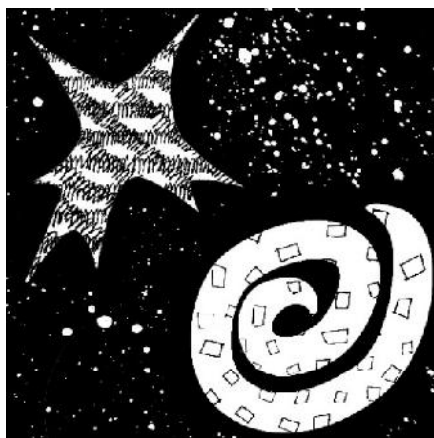
Для вдосконалення своїх навичок у цій сфері слід вивчати, як працюють відношення у кольорі, плямах та в поєднанні їх з фактурами.



*Мал. 2. Поле трави  
з круглим обрізаним  
чагарником,  
Вінсент Ван Гог,  
Амстердам, 1888*



Мал. 3. Нюанс у фактурі



Мал. 4. Контраст у фактурі

Використані джерела:

1. Макарова А.Л. Графічна фактура як формальний елемент візуальної мови //Засоби візуалізації інформації та образу в графічному дизайні. К.: Мистецтвознавчі записки 2012. - № 21. - С. (135-141).
2. URL: <https://sites.google.com/site/jaadv2class2015/creating-texture>
3. URL: <https://blog.depositphotos.com/6-ways-to-use-textures-in-graphic-design-resources-tips-and-examples.html>
4. Кузнецов Е. Д. «Фактура як елемент книжкового мистецтва». – М. : Книга, 1988.
5. URL: <https://www.secretstache.com/blog/6-ways-to-improve-contrast-in-your-designs/>
6. Макарова А.Л. Композиційні відношення контрасту нюансу як критерії опису та аналізу наративу візуального тексту в графічному зображенні.
7. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014.

., 4 , « »  
: . , . . .

## ФРАНЦУЗЬКИЙ АР-ДЕКО: ІДЕОЛОГІЯ ЕЛЕГАНТНОГО СТИЛЮ ЖИТТЯ

Для багатьох стиль Ар-деко асоціюється з романтичним трактуванням світу в період між Першою та Другою світовими війнами. Для декого цей стиль висвітлюється в контексті етики, естетики, інколи навіть легковажності. Якщо звернутись до сучасників, то вони характеризували предмети й архітектурні пам'ятки Ар-деко такими словами як: «модернізм», «джаз-модерн», «зигзаг» [3]. У 1920-і роки Ар-деко сприймався як щось нове й самодостатнє. Це був стиль вишуканості, розкоші, золота, екзотики й сучасних технологій. За думкою Т. Малиніної, «Майстри Ар-деко були залежні від інтелектуального контексту епохи, від культурної, соціальної, творчої складової стилю, розділюючи спільну думку про сучасність і новизну. Новим завданням стало, за словами французів, «знайти мистецтво життя» та сформувати новий стиль поведінки за часів технологій і промисловості» [2].

Новий стиль повною мірою проявився у 1925 році, коли відбулася важлива подія — відкриття у Парижі Міжнародної виставки декоративного та промислового мистецтва. За офіційними даними, експозиція була влаштована французькою владою та займала площу майже 1 гектар. На виставці було представлено 15 000 експонатів з 20 країн світу; за сім місяців експонування виставку відвідали майже шістнадцять мільйонів глядачів. Головною умовою для учасників було: всі експонати мають бути виконані «на сучасний лад». Метою цього заходу було заохочення людей до французьких виробників меблів, фарфору, скла, металевих та інших декоративних виробів. Другорядну функцію в експозиції виставки відігравало просування товарів із французьких колоній в Африці й Азії.

Виставка продемонструвала перемогу конструктивізму, що стало поштовхом для розвитку стилю Ар-деко, який поєднав лінійну стилізацію у сполученні з витонченим орнаментом. Стиль Ар-деко охоплював широкий спектр носіїв, інтегруючись у будь-які прояви дизайну, починаючи з інтер'єру й меблів та закінчуючи машинобудуванням, але, безперечно, однією з перших за значущістю галузей для Ар-деко був графічний дизайн. Ар-деко у графічному дизайні можна ідентифікувати за наступними параметрами: характерна геометрична форма з використанням зигзагів, хвиль, силуету трапеції, чітких прямих ліній. Основною тенденцією колірних рішень було використання ефектів золота й срібла, що сполучалися з іншими відкритими яскравими кольорами. Якщо більш детально приділити увагу сюжетно-образним характеристикам плакатів стилю Ар-деко, можна побачити домінування тематики сучасності: технічного прогресу й подорожей; ця тематика ставала все більш популярною, поступово витіснивши модернові зображення кабарі й театральних актрис.

Ар-деко був унікальним стилем, що поєднав настільки контрастні й різнохарактерні елементи, — від давнини до сучасності, — утворюючи тим самим рішення, що епатували глядача. Справжнім реформатором у галузі плакату був французький дизайнер з українським корінням А.-М. Кассандр, який популяризував ідеологію використання короткого, емкого слогану на протиставлення великим масивам тексту, які не сприймалися споживачем. Акцентним уособленням стилю Ар-деко була типографіка, що характеризувалась декоративними шрифтами з доволі масивними основними штрихами в комбінації із тонкими сполучними лініями.

Важливо зазначити, що напрям Ар-деко існував і до відкриття виставки 1925 року, — це було помітно в європейському мистецтві 1920-х років, але виставка збрала разом експонати цієї спрямованості з різних країн, що сприяло проголошенню Ар-деко як нового стилю. Американських берегів він досяг лише до 1928 року, де в 1930-і перетворився на «Streamline Moderne» — американізоване відгалуження стилю Ар-деко, що стало візитною карткою цього десятиліття у США. Термін «Ар-деко» в період між двома світовими війнами більше вживався для позначення декоративного мистецтва і характеризував стиль, що поєднував у собі класичність, симетричність і прямолінійність. Ар-деко виник під впливом різних джерел, — крім головних Ар-нуво й кубізму, він зазнав суттєвий

уплив стародавнього мистецтва Сходу, Єгипту, Африки й американських континентів.

**Висновок.** Стиль Ар-деко став дизайнерським засобом навіювання суспільству ілюзії заможного життя з усіма атрибутами для візуалізації цієї ідеї, так званою «пігулкою елегантності». Незмінною темою Ар-деко завжди була ідеологія сучасності й технічного прогресу шляхом відображення вишуканості, декоративності, розкоші та функціоналізму. Головною рисою стилю Ар-деко була його широта й багатогранність у поєднанні різних стилів. Архетипом стилю Ар-деко постає образ жінки, що транслює упевненість, сучасність і динамізм, а невід'ємними атрибутами плакату є ознаки технологічності, що зосереджує увагу глядача на технічному прогресі як невід'ємному атрибуті першої третини ХХ століття.

#### Література:

1. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. СПб.: Питер, 2002. 304 с.
2. Савельева О.О. Бывают странные сближения. URL: <https://www.liveinternet.ru/users/3521525/post116538150/> (дата звернення: 15.04.2021).
3. Стерноу Сюзанна А. Арт Деко. Полеты художественной фантазии. Минск: Бел-факс, 1997. 128 с.

.., 4 , « »

#### «ШВЕЙЦАРСЬКИЙ» СТИЛЬ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Інтернаціональний типографічний або «швейцарський» стиль з'явився і розвивався у Швейцарії з 1927 року. На той час Баухауз у Німеччині, Де Стейл у Голландії і радянський конструктивізм, по суті, завершили своє існування, але, тим не менш, стали важливими імпульсами для зародження Швейцарської школи типографіки [1]. Ця школа стала фундаментальною для всього графічного дизайну протягом як мінімум двадцяти наступних років.

Батьком стилю прийнято вважати дизайнера, архітектора, художника і теоретика мистецтва Макса Білла. Випускник Цюрихської промислової школи й учень Баухауза, він ще в 1930-і рр. виступав із закликком до об'єднання, інтеграції всіх видів практичних мистецтв і розвивав концепцію «конкретного мистецтва». Під цією назвою він мав на увазі будь-який твір, зроблений на основі врахування зовнішніх і внутрішніх закономірностей. Крім власної завершеності, цей твір, на його думку, мав вписуватися в середовище, в якому він існує [4]. Також представниками цієї школи були такі видатні дизайнери та типографи як Армін Хоффман, Йозеф Мюллер-Брокманн, Карл Герстнер, Еміль Рудер, Джон Хартфілд і багато інших.

Дизайн у розумінні представників Швейцарської школи мав бути соціально корисним, універсальним і науковим. Для нього характерні загальний порядок і чітка структура. Візуальне оформлення засноване на чистій геометрії та абстракції. Для взаємодії з глядачем використовувалися контрастні чисті кольори, рублені шрифти, асиметрія. Девізом дизайнерів Швейцарської школи став запропонований Міс ван дер Роє слоган: «The less is more»

(чим менше — тим більше»). Негеометричні гротески не мали зарубок; товщини основних і сполучних штрихів були майже однаковими; напливи на круглих елементах літер — мінімальними. Однак побудова літер, на відміну від шрифтів, популярних за часів Баухауза, заснована на використанні не геометричних, а калейдоскопічних кривих, що дозволяло людському оку краще сприймати їх. У роботі дизайнери майже ніколи не використовували більше двох гарнітур. У 1960 р. німецьке підприємство D. Stempel AG випустило гарнітуру з назвою Helvetica, яка довгий час використовувалась як стандартна для всіх видів дизайн-продукції і залишається актуальною і затребуваною серед сучасних дизайнерів.

Представники Швейцарської школи вважали, що колір — це лише сигнал, який привертає увагу споживача, а не важливий елемент дизайну. Більшість робіт, розроблених у «швейцарському» стилі, використовують лише один колір, часто це чорний.

Ще однією особливістю інтернаціонального стилю можна вважати використання в композиції фотографій замість будь-яких ілюстрацій. Теорія «швейцарського» стилю свідчить, що фотографія — це відображення реальності, об'єктивної правди. Вона викликає довіру у глядача, в той час як ілюстрація сприймається як суб'єктивна думка художника, який її створив [3].

Видатним представником Швейцарської школи графічного дизайну Йозефом Мюллером-Броккманом було розроблено модульну сітку — сукупність невидимих прямих ліній, вздовж яких розміщені графічні елементи, що дозволяло розташовувати дані в документі, забезпечувати візуальний зв'язок між окремими блоками і зберігати наступність дизайну при переході від однієї сторінки до іншої [2]. У роботі дизайнера, коли макети складаються з різних елементів, модульна сітка допомагає їх упорядкувати. Нині все більшої популярності набувають принципи модульної організації періодичних видань, зокрема газетно-журнальних. Функціональна зручність при роботі з модульною сіткою забезпечує доволі простий вихід з проблеми проектування друкованих видань. Тобто застосування модульної сітки оптимізує процес підготовки видань до друку. Також за принципами модульної сітки, сформованими за часів панування Швейцарської школи графічного дизайну часто будуються сучасні плакати та веб-сайти.

Сьогодні у графічному дизайні не існує єдиного домінуючого стилю. Але дуже популярним є мінімалізм, який перейняв багато принципів «швейцарського» стилю, зокрема модульну сітку, шрифти без зарубок, мінімум кольорів, простоту й функціональність. Для сучасного споживача ці характеристики стають особливо актуальними, адже навколо нас зосереджена величезна кількість візуальної інформації, яку нам часто складно обробити та сприйняти. Натомість сучасні дизайнери усе частіше використовують у своїх роботах стилізацію й ілюстрацію, що суперечить принципам швейцарського стилю, але робота набуває унікальності й оригінальності, стає конкретною та вузько направленою, що також важливо для сучасного споживача.

**Висновок.** «Швейцарський» стиль є своєрідним фундаментом, на якому будується сучасний графічний дизайн; він заклав багато важливих принципів, які стають особливо актуальними у наш час. Представники Швейцар-

ської школи винайшли багато прийомів для збільшення функціональності об'єктів графічного дизайну. Дизайнери України та всього світу постійно звертаються до таких прийомів як шрифти без зарубок, поділення інформації на блоки, динамічність, звернення до абстракції тощо. Тож період існування Швейцарської школи можна назвати одним із найголовніших етапів розвитку графічного дизайну, адже визначенням його основної функції ми зобов'язані саме представникам цієї школи.

*Література:*

1. Харшак Д. Гейко Ф. Спеціальний випуск. Швейцарський дизайн. Журнал «Проектор». Санкт-Петербург, 2016 № 1(30) С.2
2. Унгурян Г. Модульна сітка. Історія виникнення, види та застосування. URL: [https://systems.at.ua/publ/dizajn\\_reklami/modulna\\_sitka\\_istorija\\_viniknennja\\_vidi\\_ta\\_zastosuvannja/16-1-0-154](https://systems.at.ua/publ/dizajn_reklami/modulna_sitka_istorija_viniknennja_vidi_ta_zastosuvannja/16-1-0-154). (дата звернення: 13.04.2021).
3. Надеина М.В., Хунмин Чжу, Давидова Е.М. Основные принципы швейцарского стиля (интернационального стиля). URL: [http://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/56595/1/conference\\_tpu-2019-C19\\_p301-305.pdf](http://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/56595/1/conference_tpu-2019-C19_p301-305.pdf) (дата звернення: 13.04.2021).
4. Дмитриева А. Швейцарская школа дизайна. 2017. URL: <https://des-life.ru/swiss-school-of-design/> (дата звернення: 13.04.2021).

... 1 , . “ ”  
: . . .

## **ВИСОКИЙ ДРУК. ТРАДИЦІЇ ТА СУЧАСНЕ ЗАСТОСУВАННЯ В ДИЗАЙНІ**

**Актуальність.** Високий друк залишається основним видом друку для виготовлення поліграфічної продукції: етикеток; бланків; наклейок; візиток, запрошень, сувенірної продукції, цінників, подарункових сертифікатів, ексклюзивної упаковки та інших матеріалів, які потрібні щодня і повсюдно. Це найзручніший та одночасно дешевий вид друку для отримання простої, але ефектно друкованої продукції. Сучасний рівень технологій дозволяє отримувати дуже якісні зображення.

Саме спосіб високого друку застосовувався і залишається найбільш актуальним при друку на самоклеючих матеріалах, оскільки високий друк не вимагає додаткової сушки, нагріву або зволоження, які можуть змінити властивості клейового складу.

Завдяки простоті і швидкості виготовлення друкованих форм, хорошій якості продукції і високій продуктивності високий друк широко застосовується для друкування газет, журналів, книг і кольорових ілюстрацій. Характерними ознаками відбитків, отриманих способом високого друку, є висока чіткість елементів зображення, хороша контрастність і наявність невеликого рельєфу на зворотному боці аркуша.

### **Історія.**

Високий друк є найдавнішим сімейством друкованих технік. Перші ксилографії — гравюри на дереві — з'явилися в Стародавньому Китаї. Найдавніші зразки ксилографії представляють собою печатку на шовку, яка дійшла до нас з часів імперії Хань, що існувала з II століття до н.е. по III століття н.е.



Мал. 1 Найдавніший китайський ксилографічний сувій «Алмазна Сутра» - індійський твір в китайському перекладі, 868 р.

Саме за допомогою ксилографії в Китаї і Кореї почали створюватися друковані книги за пів тисячоліття до винаходу друкарства в Європі. В Японії ксилографія прийшла разом з буддизмом і релігійними книгами, а в епоху Едо отримала розвиток гравюра в жанрі Укійо-е, яка надалі стала одним з найбільш пізнаваних символів Японії. Через доступність і простоту виконання, ксилографія стала використовуватися для створення гральних карт, «Біблії бідних» і лубочних картинок. В кінці XIX століття за схожою технологією стали створюватися ліногравюри. Крім ксилографії та ліногравюри існує безліч інших технік високого друку, наприклад, техніки, в яких художник або друкар вибиває зображення на металевій пластині.

У минулому високий друк широко застосовувалася і була одним з основних способів при виробництві поштових марок. Їх характерною ознакою є присутність рельєфних слідів тиску на зворотному боці марок, які відсутні в разі використання плоского або глибокого друку.

Високий друк був першим комерційним друком, в якому використовували набірний шрифт. Букви відливали з металу, а зображення гравірували або витруювали на металевих пластинах. Концептуальність вибору способу друку полягала і в тому, що в виданні було багато інформації специфічного характеру — текстів. А високий друк як не можна краще підходить для

передачі тексту, плашок, штрихових зображень.

«Високий друк важливий у сучасному суспільстві — це частина історії спілкування», сказала лектор графічного дизайну Донна Темплтон. «Важливо подивитися, звідки все прийшло, і оцінити



Мал. 2 Аніка-воїн і смерть. Лубок. XVII ст.





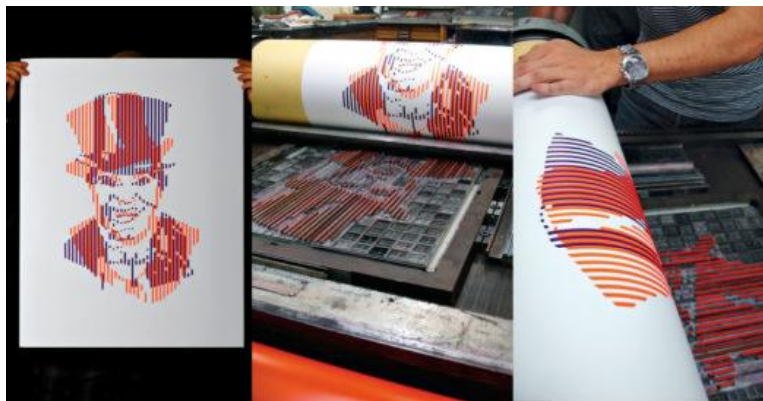
Мал. 3 Приклади раннях і нині раритетних поштових марок, виготовлених друкарським способом

мистецтво та давнину минулих часів». Тому сучасні графічні дизайнери, ілюстратори та типографи заново відкривають старі техніки друку. Їх надихає пристрасть до унікального: відчуття різних паперів, преси та тиснення, блиск друкарських фарб та оригінальність техніки.

Деякі приклади сучасного застосування високого друку у графічному дизайні: Постери надруковано із застосуванням традиційної техніки як авторський проект. Еклектичне поєднання шрифтів — вдале рішення для цієї серії простих на перший погляд робіт.



Мал. 4 Постери, створені за допомогою високого друку, Ентоні Баррі



Мал. 5 «Джек іл і Гайд», Альберто Ернандес (студент Лондонського коледжу комунікацій)



Мал. 6 Картопляний шрифт



Мал. 7 Роботи Алана Кічінга, який використовує металеві та дерев'яні букви для високого друку



Цей плакат було створено методом високого друку на основі леникулярних зображень. Два портрети надруковано смугами, що чергуються.

### Особистий внесок

Я мала змогу на власному досвіді спробувати створити зображення за допомогою високого друку та відобразити емоцію поваги. Найскладніше було зробити форму для друку. Для цього я використала шматок пінопласту, та вирізала зайві елементи, щоб вони були нижче, ніж друкуючі елементи. Потім я накладала гуашеву фарбу на виступаючі елементи та щільно притискала друкуючу форму до паперу.

Я зробила близько 10-ти спроб, але більш вдалим виявилось зображення, яке було найбільш простим та зрозумілим. Для цього зображення я використала досить темну фарбу фіолетового кольору, щоб печатка виглядала більш чіткою та контрастною та відображала повагу та переконливість.

**Висновки.** Отже, високий друк — це початок всієї технології друкованого виробництва. Сьогодні її безперервно вдосконалюють. Високий



Мал. 8 Моя спроба високого друку



Мал. 9 Друкуюча форма з пінопласту

друк вимагає простого, чіткого і ясного підходу, не дозволяє активно використовувати тонкі тональні градації, або лінії малюнка. Найбільш вдалі рішення проектних завдань графічного дизайну засобами високого друку мають дуже переконливий вигляд, оскільки буквально передають фізичне зусилля, необхідне для отримання відбитка.

Комп'ютери змінили те, як зараз відбувається процес високого друку, тобто шрифти, графіку та візерунки набагато простіше включити в друк. Це означає, що популярність високого друку знову зростає, особливо для тих, хто хоче індивідуальні невеликі вироби з більш тактильним високоякісним покриттям, бо створюється злегка рельєфний ефект.

*Використані джерела:*

1. Макарова А.Л. «Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник» / X.: Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)
2. <https://www.enbook.eu/impressive.html>
3. <https://www.printzone.com.au/blog/what-is-modern-letterpress-printing/>
4. <https://huss.com.ua/riznovid-tehnik-druku/>
5. <https://mustangnews.net/letterpress-traditional-technology-for-a-modern-world/>
6. <https://ukr.mentorbizlist.com/3918894-high-printing-is-high-printing-technology-modern-development-stages-necessary-equipment-advantages-and-disadvantages-of-this-type-of-printing>
7. Макарова А.Л. Средства построения образа в графическом дизайне: система структурных взаимосвязей, ХДАДМ, Харків, 2014

**Mihdieieva Mariia**, a 3-rd year student of Design  
*faculty Scientific adviser: Kuznetsova V. M.*

## FONTS IN DESIGN

Fonts play one of the most important role in design — they set the mood, evoke emotions, and help form an opinion before you get to read the text. It is like air; you do not notice it when everything is ok. Most people have no idea about typefaces, their names or characteristics, but they will definitely sense that something is amiss if you're using an unsuitable font for your design.

*The font weight* is often the first thing we notice. The main types of font weight are light, regular, and bold. Regular font styles are neutral; they are least affected by optical distortion or poor sharpness. They have the most readable grapheme, which is why regular weight is perfect for reading. Light and bold font styles are more expressive as they convey a whole range of emotions, from delicacy to perhaps even rudeness.

Thin or light font styles are pleasant to look at as a linear drawing. A phrase in such font wouldn't catch your attention (unless you want it to); it can be "switched off" just by shifting your glance. Hence it carries the connotation of sensitivity and care. It comes as no surprise that such font styles are widespread in cosmetic field and in everything that is close to the body; from undergarments to wearable gadgets.

Semibold font styles contain maximum uniqueness of shape, retain readability and add value to the text. Due to this they are used for emphasis in the text, as well

as in logos. Bold font styles are designed to draw attention to short phrases. They are not very easy to read, but you have no choice. Once you spend enough time looking at such font, your brain becomes familiar with it and adapts. Black fonts create a feeling of heaviness, power and enhance the existing properties of the font, which are impossible to convey with more neutral styles that lack the weight. Such font styles provoke a quick emotional response, that's why they are often used in games, advertising, and show business [1].

*Font Width.* Width of the font characters, just as their weight, is quickly recognized and strongly affects readability and visibility of a piece of writing. Regular width font styles are preferable for reading, while other variants — condensed and extended — are very specific and have distinct emotional associations. Compact versions of text fonts are used when you need to fit lots of text into a small space. But this technique creates a slight feeling of tightness and seems like you're trying to save up space.

Extra condensed font styles have more interesting characteristics. They are easy to notice due to vertical lines that begin to prevail in the text. It looks like someone tall has climbed onto a stand and is firing up the crowd. Due to low readability of narrow letters, this font can convey only short words that are really important. Therefore, extra condensed fonts naturally look better where a “stop effect” is needed: in advertisements and headlines.

Extended and extra extended font styles greatly change the perception of a text. In extended fonts, character shape changes, more horizontals appear. Even a short word is now read slower; it becomes significant and memorable. Extended font styles are well readable at an angle — the perspective compensates proportions. That's why such fonts are often used by manufacturers of cars, airplanes, and sporting goods.

*Font Contrast.* The difference between the main and additional strokes is called font contrast. Contrast defines a font's position on a legibility/appearance scale. Low and medium contrast is helpful during long reads and doesn't always evoke a special mood; in return, extreme values — monoweight and high contrast — create distinct imagery.

Without any contrast, the text looks simple and neat, sometimes even primitive. Extra high contrast is an artistic characteristic of Romanticism and Classicism fonts. Contrast fonts sacrifice readability to the beauty of a title sheet, cover art or poster. Interchanging thick and thin lines are reminiscent of dramatic confrontation between strength and weakness, ice and fire; and connection of contrast strokes creates an elegant silhouette and a rhythm, which reminds one of music or dancing. It's logical that contrast fonts are perfect for theater, fashion and glamour [2].

*Italics and oblique.* Italic and oblique font styles are common in modern font families in addition to straight ones. However, they have different functions and meaning.

Italic font styles differ from regular by a more handwritten form, because they originated from common Italian handwriting of the Renaissance era. From the 16th century till present day, italic is used to highlight text. Oblique font styles are built by means of slanting upright letters and mainly serve to communicate the feeling of speed to a text, and sometimes, to highlight parts of it. That's why slanted fonts are an excellent choice for sport or an automobile theme [3].

If you are interested in learning more about typography, find websites and find out what fonts are used in them. What Font browser extension will help you in this. Also, browse through this independent typographic archive. It features a collection of websites and printed matter samples sorted according to their font type.

#### References:

1. “How to choose the right font for a website or article” Retrieved from: <http://blog-en.tilda.cc/articles-fonts>
2. “Guide to font characteristics and their use in design” Retrieved from: <https://medium.com/@eugenesadko/guide-to-10-font-characteristics-and-their-use-in-design-b0a07cc66f7>
3. “10 rules for combining fonts in design” Retrieved from: <https://creativo.one/blog/post/10-pravil-sochetaniya-shriftov-v-dizayne.html>

. . , 1 , . “ ”  
: . . .

### РІЗНОВИДИ ЗАСТОСУВАННЯ МОНОТИПІЇ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

В сучасному світі люди все менше стали використовувати традиційні матеріали, замінюючи їх програмами. Комп'ютер допоміг виключити витрати на матеріали, але не зміг передати частинку людської душі. Кожен графічний дизайнер хоче створити щось унікальне, тому деякі повернулися до такої графічної техніки як монотипія. Монотипія — це про унікальність, про емоцію та гру фарб. Завдяки їй дизайнер може вийти за межі того, що планував зробити, адже монотипія непередбачувана графічна техніка. Інтерес до цієї методики отримання відбитків пов'язаний з тим, що отримане зображення завжди відрізняється від того, що зобразив художник на друкованій формі.

Монотипія — це техніка нетиражного мальовничого естампа, друку з одним унікальним відбитком, додаткова цінність якого в тому, що його абсолютно неможливо повторити. Монотипія кардинально відрізняється від інших видів друкованої техніки (офорта, гравюри, літографії, ксилографії) унікальністю створеного зображення. Для того, щоб зробити відбиток знадобляться фарби, аркуш та гладка тверда поверхня, яка не пропускає вологу. На цю поверхню (скло, метал, пластмасова дошка, плівка, товстий глянцева папір) накладається фарба. Зверху треба покласти аркуш паперу чи інший матеріал, який притискають до поверхні. Відбиток виходить в дзеркальному відображенні.

#### Історія

Назва «монотипія» походить від грецького слова «monos» — «один», так як відбиток в цій техніці виходить тільки в одному екземплярі. Історія монотипії налічує майже 400 років, хоча перші спроби створення унікальних відбитків з друкованих дошок в Китаї датуються ще 11 століттям. Але стародавні східні майстри не розвинули цю техніку, а їх нащадки швидко втратили до неї інтерес.

Винахідниками монотипії сучасні історики вважають відразу двох художників епохи пізнього Ренесансу: голландця Антуана Саллерта і італійця Джованні Кастільоне. Обидва майстри незалежно один від одно-



*Рис. 1. Джованні Кастільоне «Чоловіча голова в арабському вбранні». 1655*



*Рис. 2. Антоніс Саллерт «Мистична сцена с Нептуном и річним богом», 1640 р.*

го практично в один час винайшли два різних види монотипії. Антуан Саллерт на початку 1640-х рр. першим почав малювати фарбами на чистій металевій пластині, а потім робити відбитки зображень на папері. Джованні Кастільоне зафарбовував чорнилом пластину і давав їй повністю висохнути. Потім художник гострим інструментом вирізав на чорному тлі зображення і робив його відбиток на папері. Роботи італійця відрізняються ретельним промальовуванням дрібних деталей і великою кількістю штриховок.

### **Використання монотипії в графічному дизайні**

— *дизайні упаковки*

Упаковка — основний маркетинговий інструмент, що допомагає завоювати увагу і лояльність споживача до продукту. Упаковка повинна розкрити потенційному покупцю основні споживчі переваги продукту, акцентувавши увагу на цінностях бранда. Яскраві і виразні відтиснення, що отримуються в техніці монотипії, чудово підходять для оформлення продукції.



*Рис. 3. Упаковки продукції «Cosmydor Savon», Етикетка вина «Cavallo Winery Exile» та Acid Mess: «Sangre de otros mundos»*

- поліграфії (плакати, буклети, брошури, календарі тощо);
- зовнішній рекламі (банера, вівіски).

Сучасну людину важко уявити без техніки, саме завдяки їй в процесі роботи над упаковкою можна використовувати різні способи створення естампа в монотипії, а отримане зображення оцифрувати і доопрацювати в програмі Photoshop. Таким способом можна зекономити час та гроші. Це дозволяє зробити цікаву лінійку продукції.

Познайомитись ближче з монотипією мені вдалось під час виконання певного завдання. Потрібно було швидко намалювати око, передавши емоцію страху, шоку.

**Висновки.** Монотипія сьогодні вийшла далеко за рамки однієї з різновидів графічної техніки. Вона високо цінується не тільки художниками, а й людьми інших соціально важливих професій: вчителями та лікарями. Дану техніку можна використовувати у роботі з травмами, страхами та для вивільнення накопичених почуттів. Також монотипія дозволяє розвивати здібності художника і специфіки прояву креативного мислення в процесі роботи. Це наймальовничий і най динамічніший з усіх друкованих процесів.

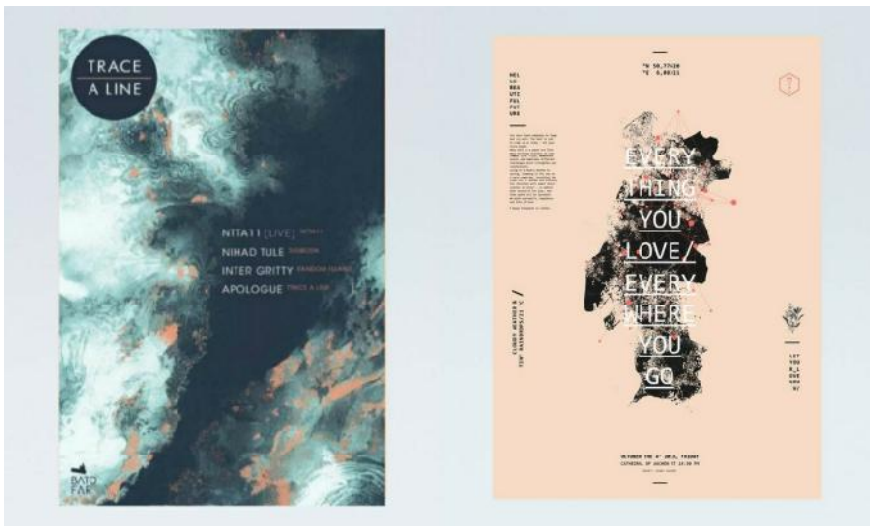


Рис. 4. Плакат Тібо Даумаєм «Trace a Line» та запрошення на весілля Ларой Бісінк «Everything You Love»



Рис. 5. Власні роботи, техніка монотипія, формат 210×297, 2021 р.

Використані джерела:

1. Макарова А.Л. «Зависимость эмоциональной составляющей визуального образа от специфики графических техник» / X.: Традиції та новачі у вищій архітектурно-художній освіті, №2, 2011, С. (238-241)
2. <https://www.stud24.ru/polygraphy/ispolzovanie-monotipii-v-dizajne-upakovki/509212-2120775-page1.html>
3. <https://veryimportantlot.com/ru/news/blog/monotipiya>
4. <https://videoinfographica.com/poster-design-vol1/>
5. <https://findpatent.ru/patent/245/2451529.html>
6. [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BF%D1%96%D1%8F\\_\(%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BF%D1%96%D1%8F_(%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0))

, 4 , . « »

. : . ,

## **ВДАЛА КОНЦЕПЦІЯ ЯК КЛЮЧОВА ОСНОВА ПРОЄКТНОГО ДИЗАЙН РІШЕННЯ**

У рамках навчального процесу, під час роботи над проектом дисципліни «Основи проєктної діяльності» було описано та обґрунтовано проєктне рішення дизайну елементів айдентики для агенції дизайну «Deka agency».

Мета даного проєктного етапу — на основі попереднього аналізу маркетингу спростувати та аргументувати дизайнерське графічне рішення елементів айдентики у формі концептів, ґрунтовного опису композиційного рішення; відтворити візуально сформовані концепції та обрати фінальний варіант дизайн пропозиції.

План вивчення проєкту сформовано за спіральною моделлю [4]. За нею, вся робота формує систематизовану структуру, у вигляді уявної площини поділеної на певні сектори-етапи (ix 4), і розроблювальний продукт проходить у вигляді «спіралі» через ці етапи, раз за разом нашаровуючи зміни (кожна корекція — новий виток). На кожному із етапів моделі проєктування було застосовано інструмент підвищення продуктивності діяльності — евристичні методи мислення [3]. Вони обиралися під особливості поставленої задачі: «мозковий штурм» (Цей метод застосовувався під час формування альтернативних концепцій рішення дизайну елементів айдентики для агенції дизайну «Deka agency».); метод «перелік недоліків» (щоб новий дизайн був ефективнішим та доцільнішим, важливо провести вивчення наявного дизайну айдентики з метою підвищення можливості уникнення помилок в розробці нового рішення); метод асоціацій (цей метод допомагає встановити зв'язки між проєктованими об'єктами та реальним зовнішнім світом. Шляхом підбору коректних асоціацій, що стосуються теми розробки дизайну та потреб цільового споживача, знаходиться символічний образ, що візуально трансформується під час проєктної діяльності); метод декомпозиції (головна ідея — підвищення ефективності проєктної діяльності шляхом розділення проєктного завдання на етапи, тобто зведення однієї комплексної задачі на менші більш простіші).

Візуальна частина роботи відбувалася шляхом ескізування на папері та використання комп'ютерних технологій.



Важливе проєктне завдання — створити рішення дизайн пропозиції, що найбільше допоможе виявити спектр саме цінностей проєктованого продукту, тому що, це те що дає йому вищу значущість і особливість. Ця цінність проявляється через встановлені функції продукту. Сюди відносяться:

- інформування ЦА про дане підприємство;
- формування позитивного образу у моделях реальності споживача;
- забезпечення конкурентної спроможності даної установи на ринку дизайнерських послуг із графічного дизайну.

Під час роботи над дизайном важливо враховувати й атрибути корпоративної культури (місію агенції, цінності, тон голосу, який вони намагаються транслювати). Це було використано як одне з ключових напрямків розробки дизайну.

Отже, посилаючись на позиціонування дизайну елементів айдентики, сформованого під час маркетингового аналізу проєктної ситуації та враховуючи ключові моменти ідеї створення продукту, було обрано три концепції дизайн пропозиції: «професійна емпатичність» (Цільова аудиторія — американські маркетингові компанії, що прямо стосуються дизайну і розуміються в ніші, тому вдалим рішенням буде показати компетентність агенції трендовим дизайном, що наслідує графічним рисам мінімалізму та підкреслений контекстовою наповненістю); «адвокати успіху» (У американській англійській мові є абревіатура D.A., найпоширеніше значення — District Attorney («окружний адвокат»), тобто абревіатура «Deка Agency» підходить до поданої); «не дамо пітти на дно» (Слово «дека» у своєму лексичному значенні пов'язане з поняттям «основи», «захисту» (у гітарі це основна її частина, в кораблі дека виконує захисну роль від потоплення). Ця ідея взята і для образу агенції — команда, яка не дасть клієнту «пітти на дно».)

У кожній з концепцій робота велася над конструюванням форми літер, що формують абревіатуру/або написання повної назви («D» та «A», «Deка», «Deка agency»). Обрано саме цей варіант зображення логотипу, так як знак має бути універсальним та нейтральним. Один з головних майбутніх носіїв — веб-сайт, де відображаються послуги та кейси виконаних робіт. Важливо, щоб логотип не привертав на себе занад-то уваги вичурною формою, а підкреслював професійність агенції та компетентність. У всіх трьох ситуаціях компоновкою основою виступає форма квадрату або прямокутника. Ці форми одні з найпоширеніших та легкі в сприйнятті. Їх прямі лінії та кути дають відчуття захищеності та надійності [1].

Говорячи про колірну гамму, нейробіологи визначили, що візуальні «дратівники» у вигляді кольору здійснюють потужну дію на прийняття людиною швидких рішень [2]. Американська культура виділяється своїм яскравим духом патріотизму, на підсвідомому рівні їх притягує все те, що стосується державної символіки. Це постало підставою обрати основними відтінками синій та червоний кольори.

Було організовано перевірку ефективності розроблених концепцій. Для цього було проведено тестування зі сторони цільової аудиторії. ЦА — американські маркетингові/ креативні установи, що мають великий

спектр своїх замовників, які в свою чергу потребують графічні матеріали, але в установ немає свого особистого дизайнера, тому шукають аутсорс спеціалістів. Так як не має можливості зібрати справжніх представників групи, було обрано членів академської групи, які взяли на себе роль споживача. Головні критерії оцінювання: відповідність потребам цільової аудиторії, тематика, інформативність, відповідність сучасним трендам графічного дизайну, вдалість кольорової адаптації, масштабування. Тестування показало, що найбільш вдалою концепцією згідно усіх зазначених критеріїв є третій варіант. Усі показники вище середнього, але потрібно направити подальшу роботу на допрацювання кольорового рішення та підвищення інформативності знаку. Результат тестування відповідає прогнозуванням, що були встановлені разом із керівником проєкту під час перших графічних напрацювань до кожної із концепцій.

Під час виконання роботи було виконано ряд поставлених задач, з метою обрання найбільш вдалої дизайн пропозиції для айдентики агенції дизайну «Deka Agency». Після проведення тестування запропонованих альтернативних концепцій рішень з групою осіб, що прийняли на себе роль цільового споживача, було визначено фінальним варіантом концепцію під номером 3 («Не дамо пітти на дно»), так як саме її було оцінено у найвищі бали за встановленими критеріями.

#### *Література:*

1. Липовий К. Психология форм в дизайне UX. Cloudmakers: веб-сайт. 2018 URL: <https://cloudmakers.ru/formy-v-dizajne-ux/> (дата обращения: 01.04.2021)
2. Нейромаркетинг: психология цвета. LPGenerator: веб-сайт. 2016. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2016/01/11/nejromarketing-psihologiya-ottenkov/> (дата обращения: 01.04.2021)
3. Евристичні методи в дизайні. um.co.ua: веб-сайт. URL: <http://um.co.ua/14/14-5/14-51478.html> (дата обращения: 01.04.2021)
4. Спиральная модель (Spiral model). qalight: веб-сайт. URL: <https://qalight.ua/ru/baza-znaniy/spiralnaya-model-spiral-model/> (дата обращения: 20.03.2021)

, 4 , . « »

. : .

## **ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА — ФАКТОР УСПІШНОСТІ БІЗНЕСУ**

На сучасному етапі життя під впливом високого рівня конкурентості, бізнеси за різним фаховим спрямуванням постають перед проблемою самовираження та виділення на фоні «суперників». Візуальна ідентифікація — один з провідних факторів, що працює на вирішення цієї проблемної ситуації не лише формуючи образ установи, а підвищуючи показник успішності діяльності бізнесу.

Під час проходження проєктної практики у межах навчального процесу виконувалась робота на тему редизайну елементів айдентики для агенції дизайну «Deka agency». Головним мотивом вибору цієї теми була її актуальність, наявність реального замовника (у особі арт директора даної агенції, що виступає і її власником) та той факт, що дизайн елементів айдентики — один із провідних нішових продуктів графічного дизайну.

Обрана тема є актуальною, тому що редизайн елементів айдентики сприятиме покращенню іміджу української дизайн індустрії на міжнародному ринку та за рахунок візуального оновлення, що наслідуватиме релевантним трендам 2021 року, розширить спектр іноземної цільової аудиторії не тільки агенції, а ще більше залучить закордонного споживача до українського ринку загалом.

Робота по предпроектного аналізу ситуацію з метою визначення стратегії позиціонування дизайну саме для агенції «Deka agency» та візуально відтворити найкращу дизайн концепцію у вигляді розробки логотипу, вибору кольорової гамми та шрифтового рішення.

Перед початком ведення аналізу, було зібрано матеріал, що стосується стану ринку дизайну айдентики агенцій дизайну.

Дизайн фірмового стилю для кожної установи це його обкладинка, так як головна задача цього атрибуту — виділити компанію за допомогою візуальної ідентифікації на фоні інших конкурентів [5]. У цілому, графічний дизайн важливий тим, що допомагає людям візуально сприймати інформацію, адже людині, як біологічній істоті, характерне швидше розуміння та реагування на зображення чим текст (здіяяна підсвідома частина сприйняття) [2].

Так як у нашому випадку тема підкріплена терміном «редизайн», що означає візуальне оновлення елементів айдентики певної установи, то важливо розуміти головну суть цієї діяльності і відрізнити її від ребрендингу [4].

Ринок, який розглядався — дизайн, а сегменти — графічний та UX/UI дизайн, тому що саме ці послуги надає агенція «Deka agency». Ринок представлених сегментів досить масштабний, але на даномі етапі було прийнято рішення обмежитися саме однією його частиною, платформою «Upwork», так як саме тут представляє свої послуги агенція. «Upwork» — це міжнародна фріланс біржа, де різнопрофільні спеціалісти та потенційні клієнти з багатьох частин світу знаходять одне одного [1]. Засновано її було в Америці у 2015 році. Основна перевага — наявність великої кількості опублікованих замовлень. Однією з причин постійного потоку потенційних робіт є популярність сторінки та можливість особі з будь-якої країни (підтвердження своєї особистості офіційними документами обов'язкова) розмістити роботу.

Наявний дизайн елементів айдентики є прийнятним, але виконаний за дещо примітивними ідеями та тенденціями. Не зовсім вдало передається суть їх образу та діяльності. На сьогоднішній день, носії дизайн елементів обмежені інтернет сторінкою на біржі «Upwork», але в перспективі після завершення проекту щодо розробки елементів айдентики планується розпочати роботу над створенням персональної веб сторінки агенції.

Об'єкт проектування — дизайн елементів айдентики для «Deka agency», а предмет проектування — дизайн логотипу, вибір фірмових кольорів та шрифтів. Так як дана робота має часові межі, що встановлені проходженням проектною практики, було прийнято рішення обрати саме стратегію концентрованого маркетингу для аналізу предмету.

Для визначення предмету проектування було проведено сегментування ринку дизайну айдентики за 5-ма критеріями: територіальний; галузева

приналежність; розмір установи; головні носії айдентики; елементи дизайну айдентики. Щодо сегментування ринку споживачів, інформація про групи цільових аудиторій була подана під час співбесіди із замовником проекту, що було відображено у брифі затвердженому замовником:

1 група: продуктова/сервісна компанія; що шукають дизайнера;

2 група: маркетингові/ креативні установи, що шукають аутсорс спеціалістів;

3 група: стартап проекти, що потребують допомоги дизайнера.

Саме для редизайну елементів айдентики даної агенції було прийнято рішення зупинитися на другій групі споживачів послуг цієї установи.

Орієнтуючись на обрану фокус групу для дизайну елементів айдентики шляхом використання теорії маркетингового мислення та посилаючись на інформацію щодо визначення потреб шляхом дизайн мислення, можна виділити наступну низку потреб [3]:

- потреба у структуруванні інформації;
- потреба відчутти особисту значущість через роботу з професіоналами у своєму сегменті;
- потреба у відчутті надійності (потреба у безпеці).

Так як передпроектний етап роботи обмежений часом, було доречно для аналізу прямих «аналогів» дизайну сконцентрувати увагу на одному із предметів айдентики, а саме логотипі, так як це головний атрибут фірмового стилю.

Провівши оцінку дизайну логотипів аналогічних структур за бальною системою, чітко можна прослідкувати за наявністю «слабких місць», над якими потрібно працювати. Зокрема, яскраво виражено, що наявна тенденція низького (за оцінками експертів) рівня інформативності не повної присутності інформативності фірмового знаку, є певні складнощі із наслідуванням сучасним трендам представленої ніші. Окрім цього, деякі приклади недопрацьовані по тематичній направленості.

Окрім цього, з метою вибору стратегії позиціонування дизайну айдентики було обрано ряд прямих «аналогів» дизайну логотипів дизайн агенцій на платформі «Upwork» і оцінено їх на основі шести критеріїв за 20-бальною шкалою. Після цього було визначено ключові моменти, що постали фундаментом для стратегії позиціонування, так як аналіз дозволив визначити проблемні характеристики, що присутні на ринку айдентики агенцій. Тож, було сфокусовано увагу на таких чотирьох складових: відповідність сучасним тенденціям графічного дизайну, концентрування уваги на потребах цільової аудиторії, вдала та доречна кольорова гамма, смислове наповнення. До речі, саме наслідування сучасним тенденціям у графічному дизайні буде додатковий міст довіри між продуктом та споживачем.

Посилаючись на сформовану стратегію позиціонування було визначено ідейне наповнення проекту, що представляє собою пропозицію художнього рішення, яке транслюватиме професійність агенції поряд із її умінням співчувати на комунікувати, що буде досягнуто за рахунок трендової графічної мінімальстичності та лаконічності, комбінуванням округлених та гострих форм. Ця ідея постала фундаментом для створення трьох концепій, із яких разом із дипломним керівником було обрано фінальну версію.

*Література:*

1. Заплетин. Е. Что такое Upwork? URL:<https://jff.name/что-такое-upwork/> (дата обращения: 3.02.2021)
2. Липовой К. Многоликий графический дизайн: что делают графические дизайнеры? CloudMakers: веб-сайт. URL: <https://cloudmakers.ru/graficheskiy-dizayn-что-делают-graficheskiye-dizaynery/> (дата обращения: 3.02.2021)
3. Фимочкина, А. В. Применение дизайн-мышления в маркетинге / А. В. Фимочкина. // Молодой ученый. — 2018. — № 21 (207). — С. 309-311. — URL: <https://moluch.ru/archive/207/50676/> (дата обращения: 9.02.2021)
4. Редизайн фирменного стиля. Учебные материалы онлайн: studwood.ru. URL:[https://studwood.ru/857502/kulturologiya/redizayn\\_firmennogo\\_stilya](https://studwood.ru/857502/kulturologiya/redizayn_firmennogo_stilya) (дата обращения: 3.02.2021)
5. Зачем нужен фирменный стиль. Branchup: веб-сайт. URL: <https://branchup.pro/blog/zachem-nuzhen-firmenniy-stil> (дата обращения: 2.02.2021)

. . , 4 , « »  
: . , . . .

**ШРИФТИ СТИЛЮ БАУХАУЗ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНЕРСЬКОМУ ПРОСТОРИ**

Стиль Баухауз — феноменальне явище у сфері дизайну, що утворилося у зв'язку та під впливом німецької школи дизайну з такою же назвою. Баухауз посприяв формуванню нового погляду на художнє конструювання, перекреслюючи принципи, що існували раніше. Зародившись у 1920-ті рр., стиль Баухауз і сьогодні є маніфестом сміливих і функціональних рішень у різних дизайнерських галузях, але важливішу роль він відіграв для формування саме графічного дизайну. Одним із провідних і ключових напрямків діяльності школи Баухауз, що продукував найбільш оригінальні й прогресивні ідеї, була типографіка й шрифтове мистецтво взагалі.

Фахівці з типографіки розробляли шрифти з особливою метою — створити універсальні й функціональні гарнітури, які можна використовувати для будь-яких друкованих засобів масової інформації. Ідентифікувати типографіку стилю Баухауз було легко, так як вона відзначалась однією родзинкою — відсутністю прописних літер, що було започатковано Гербертом Байером, видатним типографом 20-х років ХХ століття [4]. Загалом, і в конструюванні шрифтів, і в типографічній системі панували основоположні закони Баухаузу — геометричність, лаконізм, мінімалізм і функціональність. Ці принципи складають основу вдалого, сучасного й ефективного дизайну і в сучасному дизайнерському просторі.

Баухауз нікуди не зник після свого існування у стінах німецької школи, він знайшов спосіб зайняти місце у вічності, тому й у сьогодні ми відчуваємо його відлуння. Російська дизайнерка Марія Бессонова, яка працює із журналом ELLE, зазначає, чому саме цей стиль є актуальним інструментом для дизайнерської професії у сьогоднішній час: «В епоху перенасичення інформацією, декором та візуальними образами нема нічого прекраснішого, чим зводити усі ці сучасні надлишки на чіткій і раціональній основі» [1].

Велика кількість друкарських шрифтів, розроблених викладачами й студентами Баухаузу ще за часів існування школи, були експериментальними;

деякі з них не були завершені й опубліковані. Окрім цього, їх було важко впровадити та вилити в метал для друку, тому що у малих розмірах вони ставали нечитабельними. Зараз сучасні дизайнери відроджують і переосмислюють шрифти Баухаузу для цифрової ери. На честь 100-річчя існування школи Баухауз дизайнер шрифтів Ерік Шпікерман, співпрацюючи із групою іноземних студентів, допрацював та діджиталізував п'ять шрифтів, що посилалися на незавершені розробки Баухаузу. Це було утілено у 2018 році компанією Adobe у вигляді проекту «The Hidden Treasures Bauhaus Dessau» [2]. У спеціалістів на руках були шрифтові начерки напрацювань Альфреда Арндтома, Юстуса Шмідта, Карла Маркса, Рейнхольда Россигома й Олександра Шавинського. Якщо деякі пошуки були незрозумілі та не збереглися у якісному стані, фахівці знаходили відсутні елементи через математичні методи. На сьогоднішній день цих інтерпретованих шрифтів п'ять:

- Joschmi – шрифт, що базується на розробках Юстуса Шмідта;
- Xants – шрифт, присвячений доробкам Олександра Шавинського;
- CarlMarx Regular & Bold – шрифт, натхненням для якого слугували пошуки Карла Маркса;
- Alfarn – шрифт, що пов'язаний із ім'ям Альфреда Арндтома;
- Regoss Quadratic & Rectangular – шрифт триб'ют Рейнхольду Россигома.

Відзначимо, що всі перераховані вище шрифти максимально транслюють характерні риси Баухаузу. Якщо не знати, що вони були розроблені на сучасному етапі життя, можна помилково віднести їх до часів існування школи. Але, дійсно, вони отримали привілейоване місце, адже можуть вільно застосовуватися у веб-дизайні.

Іншим дизайнером, хто відзначив свою прихильність і захопленість Баухаузом та його впливом на розвиток дизайну шрифту, був типограф П'єр Франческо Мартіні, і він це утілював через створення шрифту Haus Sans. Тут знову проявляється характерна геометричність форми та стриманість, що безсумнівно відповідає канонам Баухаузу.

Яскравим прикладом переосмислення естетики Баухаузу є фірмовий стиль для музею Bauhaus-Archiv у Берліні, що був розроблений дизайнером Сашою Лобе (студія L2M3) [3]. При розробці майстер спирався на роботи Пауля Реннера (екзиси шрифту Futura) та Герберта Байера (Універсальний шрифт). На основі цих двох розробок було спроектовано конструкції шрифту, що мали велику кількість варіативних гліфів.

Барселонський типограф Хосе Мануель Урос з 1995 року працював над варіацією шрифту Joost, названою на честь Юста Шмідта. Надихався митець роботами цього представника Баухаузу. Хосе захоплювався стилем Баухауз ще за ранніх часів своєї дизайнерської діяльності, тому не дивно, що він був готовий віддати не просто місяці, а роки на розробку ідеальної варіації цього шрифту [5].

Наступна робота — гарнітура шрифтовика зі Словачки Петера Біляка, що має назву Julien (2011). Дизайнер прямо не відзначає, що референсом його напрацювань є Баухауз, але говорив, що надихався духом авангарду 1920-х років. Форма букв геометрична та проста, наслідує математичним правилам, що викликають чітку асоціацію із Баухаузом [5].

Цікава історія пов'язана також зі створенням шрифту Laslo — розробкою студії шрифтового мистецтва в Австрії «Hungarumlaut», а саме дизайнера Адама Каті (2018). Джерелом натхнення постали роботи Ласло Могой-Надя, угорського представника школи Баухауз. Після одного з багатьох візитів до архіву школи Баухауз, Адам «закохався» у один із зразків книжкових обкладинок, його увагу насамперед привернула літера «а». На основі неї він і зконструював весь дизайн шрифту Laslo. Можна відзначити, що це досить не звична гарнітура для стилю Баухауз. Форма дещо «сплющена» й округла, присутня цікава риса у накресленні літер b, d, g, p, q — вони мають укорочений вертикальний штрих, що додає ще більшої пловгості формі та пластики [5].

**Висновки.** Стиль Баухауз зробив значний внесок у формування сучасної типографіки та її ключових особливостей. У шрифтовому дизайні Баухауз дав поштовх до встановлення головних тенденцій на використання лаконічних, простих, геометричних графічних форм літер, що маніфестують функціональність, зручність і мінімалізм. Саме ці поняття фігурують поряд із дизайном, описуючи його як «правильний», «сучасний» та «естетичний». Представники суспільства шрифтових майстрів з усіх куточків світу й у наші дні не просто створюють мінімалістичні гарнітури, — вони надихаються саме зразками школи Баухауз і персоналіями творців шрифтового напрямку.

*Література:*

1. Мячикова К. Архітектори і дизайнери про те, як Баухауз змінив світ. 2019. URL: <https://www.buro247.ru/culture/architecture/25-mar-2019-bauhaus-anniversary.html> (дата звернення: 30.03.2021/)
2. Савченко Г. Adobe воссоздала незавершенные шрифты 1930-х годов, разработанные в Баухаусе. 2018. URL: <https://birdinflight.com/ru/novosti/12062018-adobe-bauhaus-fonts.html> (дата звернення: 1.04.2021).
3. Ульрих Ф. Коротка історія геометричних гротесков в німецькій культурі / пер. з нім. Інтернет-журнал Шрифт. 2018. URL: <https://typejournal.ru/articles/A-Brief-History-of-Geometric-Sans> (дата звернення: 30.03.2021).
4. Bayer H. Gropius W. Gropius I. Bauhaus 1919-1928. New York: The museum of modern Art, 1938. 224 с.
5. Gosling E. Six Fonts that Prove Bauhaus-Inspired Typography is Alive and Well. AGA fee on Design. 2020. URL: <https://eyeondesign.aiga.org/five-fonts-that-prove-bauhaus-typography-is-alive-and-well/> (дата звернення: 30.03.2021).

• ., 3 , « »,  
 . : . . ,

## **ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ В КНИЖКОВІЙ ГРАФІЦІ П. ДОРОШЕНКО ТА ТВОРЧОЇ МАЙСТЕРНІ «АГРАФКА»**

Поліна Дорошенко та творча майстерня «Аграфка» (Романа Романишин та Андрій Лесів) — сучасні українські художники, що працюють у напрямку експериментальної книжкової ілюстрації. В їх творчості окреслюються тенденції новаторського підходу до створення ілюстрацій, який виражається в поєднанні традиційних та неконвенційних аналогових матеріалів (цифровий колаж, вишивка), мінімалізмі кольорової гамми,

рис 1



Пі історію відбулася у далекому XVI столітті. Нині бельгійське місто Брюссель було тоді завсід індиї. Шо й гваририти? Вона дикла новина збудовани. У місті було багато торговля — ромікі індиїні лавон.

Жителі дуже цінували неапорторно марочис, що виготвляли тантедні мейстрині, та обончювали кайти. Це був період тьольтажкої диконази, коли тьлині упаті одна неїтка могла нештувати як великий будяюк.

стилізації та спрощенні форм предметів та фігур персонажів. На прикладі двох проєктів «Шептицький від А до Я» (майстерня «Аграфка») та «Перше мереживо Стефанії» (Поліна Дорошенко) можна простежити спільні риси, що притаманні течії експериментальної книжкової графіки в українському мистецтві.

Стилізація та спрощення форм присутні в обох книгах, що об'єднує їх візуально. Декоративне рішення елементів зображення, як то використання у композиції візерунків та орнаментів, відсутність реалістично модельованого об'єму та світло-тіньового ліплення форми є спільними рисами для обох проєктів.

Композиція в книжковій ілюстрації мислиться розворотами. Спільною рисою обох проєктів є домінування графіки над масивом тексту. В П. Дорошенко домінує статика, використання вертикальних та горизонтальних ліній, що передають спокій та розміреність життя персонажів. В книзі про Шептицького Р. Романишиної та А. Лесів композиція ілюстрацій різноманітніша, маючи як статичні так і динамічні рішення. Сама книга оформлена як абетка, на кожному розвороті обігрується одна з літер алфавіту, що додає стилістичної цілісності усьому проєкту. Кожний розворот має єдину кольорову гамму та спільні елементи що об'єднують обидві сторінки, наприклад шрифт, фактура, геометричні форми або схожі візерунки. У П. Дорошенко ці об'єднуючі елементи — наприклад, декоративні предмети в інтер'єрі, вишивка на мереживі, особлива форма рослини, — присутні на кожному із розворотів. Втім, окремі з них можуть мати власну, не схожу на інші, стилістику або композицію.

Перспектива та простір в ілюстраціях мають умовний характер. Повітряна перспектива та глибина простору практично відсутні, лише в проєкті майстерні «Аграфка» в деяких винятках зображуються власні та падаючі тіні від персонажів. Здебільшого ж предмети або фрагменти пейзажу розташовуються майже без урахування перспективи. На прикладі пейзажів в



проекті П. Дорошенко можна помітити відсутність повітряної та лінійної перспективи [рис 1]. Також художниця вирішила підкреслити декоративну стилізованість ілюстрацій тим, що відмовилася від промальовування об'єму та тіней. Ракурс окремих деталей інтер'єру на одній ілюстрації може бути різний, що асоціюється з прийомами іконопису. Цей виразний засіб використовують і художники Романа Романишин та Андрій Лесів, подекуди напрому цитуючи ту чи іншу іконографічну композицію. Наприклад зображення Панахранти процитовано в розвороті книги з портретом Софії Фредро та її сина [рис 2].

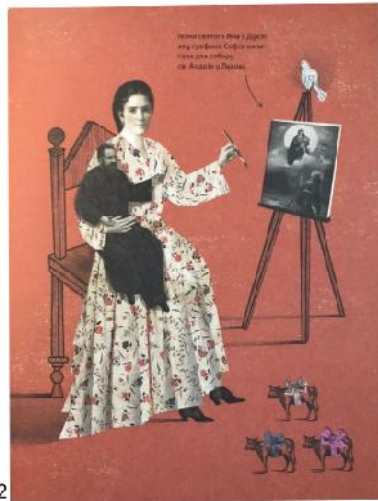


рис 2

Кольорова гамма у вирішенні ілюстрацій обох книг мінімалістична, без використання контрастних кольорів на одному зображенні, яскраві фарби також не використовуються, окрім охри, яка присутня в обох проектах. Якщо перерахувати основні відтінки, до яких звертаються автори, помітно що вони дуже схожі: чорний, білий, сіро-синій, трав'яна (або колір хаки), вохра жовта, коричневий, кармін та кольори, що виходять при їх змішуванні. З переліченої палітри в книзі «Перше мереживо Стефанії» переважає сіро-коричневі кольори, більше світлих деталей та часто використовується білий як самостійний колір. В деяких композиціях білі силуети, що вирізані в кольорових елементах, створюють негативний простір, який дозволяє перетворювати пусту площину листа на самодостатній засіб виразності [рис 3]. В проекті Р. Романишиної та А. Лесів домінує теплий колорит, обмежений не більш як трьома кольорами, зазвичай один з них домінує та використовується як тло ілюстрації.



рис 3



рис 4

Колаж як виразний засіб застосовується в обох проектах, але відрізняється співвідношенням колажу та графіки в розвороті книги. У Поліни Дорошенко колажні вставки грають незначну роль та за допомогою реалістичних фрагментів підкреслюють «площинність» решти зображень та декоративність інших графічних елементів композиції [рис 4].

рис 5



В книзі «Перше мереживо Стефанії» колажна техніка мають 4 із 15 ілюстрацій. Тоді як в проєкті майстерні «Аграфка» колаж — це основний стилістичний прийом, який зустрічається на більшості ілюстрацій [рис 5]. Але в обох книгах використовується поєднання фотографії з графікою.

Текст в ілюстраціях книги «Шептицький від А до Я» виконує графічну функцію та розташовується безпосередньо в самих ілюстраціях, має різні барви, що вписуються у загальний колорит розвороту книги. Використовуються готові шрифти та написані власноруч слова, що імітують

рукописний текст або старовинні декоративні буквиці, чи то шрифт друкарської машини. У виданні «Перше мереживо Стефанії» текст не поєднується із графікою, а розташовується збоку на окремій сторінці або знизу під ілюстрацією, та друкується чорним кольором на білому тлі.

Книга «Шептицький від А до Я» сприймається як енциклопедія з яскравими унікальними ілюстраціями, що подекуди нагадують плакатну графіку контрастністю кольорових плям та використанням тексту в композиції разом з графікою, колажем або з алюзіями на традиційні іконографічні схеми. Проект «Перше мереживо Стефанії» сприймається як станковий живопис щільністю кольорового заповнення ілюстрації, гармонійністю нюансів поєднання кольорів, цитування мотивів живопису Відродження (Брейгелівський зимовий пейзаж) та саме картини Отто Ван Веена, який є прототипом головного персонажа книги. На прикладі творчості П. Дорошенко, Р. Романишин та А. Лесіва можемо зробити висновок, що художники виводять книжкову графіку на новий рівень, де вона грає не лише «унаочнення» тексту, а самостійний, паралельний тексту, візуальний наратив. Текст та ілюстрація стають синтезом змістового і візуального наповнення книги.

**Nezhelskaya Albina**, 3-rd year, Faculty Environment Design, KSADA  
 Scientific revisor: Associate professor, Phd, Hovorun A.V.

## **FORMATION OF ARCHITECTURE UNDER THE INFLUENCE OF UKRAINIAN AVANTGARDE MODERNISM**

Modernism of the 1920s and 1930s is considered a key trend in the history of modern architecture, as it marked the transition to new forms and principles in architecture and urban planning. In his works on the theory of architecture, the “Soviet avant-garde” in art and architecture of the early twentieth century is extremely highly valued, which is recognized as a unique phenomenon of world culture. The “Soviet avant-garde” is often referred to as the “Russian” because the literature described and popularized mostly the heritage sites of Russian centers. In fact, in those years Ukraine was one of the most important experimental sites of modern architecture, which embodied many outstanding avant-garde projects, unique in the scale of new construction and grandiose ideas.

The introduction of advanced technologies into production entailed the need to find new avant-garde spatial forms. new requirements for industrial buildings for various purposes, the expansion of their typological diversity forced engineers and architects to experiment with materials, structures, shapes. Modernism is becoming a leading trend, finding its expression in a variety of types of buildings from small villas to large public buildings, residential complexes, churches and churches, etc., which were built throughout Ukraine.

So the vanguard began to fill the streets. And if posters or posters still need to be seen, it is difficult not to notice the majestic buildings.

The building of the State Industry, which was built from 1926 to 1928, still remains a symbol of Kharkiv and the most famous example of constructivism in Ukraine. The huge number of windows created the illusion of lightness, while the monolithic reinforced concrete from which the House was built, impressed with its massiveness.

The facade was facing east, so every morning the windows reflected the red rays of the rising sun. Experimental in nature, Gosprom has become a role model, and its construction - a testing ground for the education of national personnel in construction.

Functionalism prevails in the architecture of constructivism. It will lead to the creation of dynamic structures, consisting of fairly simple formal elements, completely devoid of the usual architectural decor, connected according to the organization of the internal structure.

In Kyiv, an example of constructivism is the Central Station. The idea of building a capital building of the station returned in the mid-1920s. The new building of the railway station in the style of Ukrainian Baroque with elements of constructivism was built in 1928-1932 according to a project developed by Professor of Architecture AM Verbytsky and architect PF Alyoshin.

The trends in the development of architecture in the western regions of Ukraine, which in the interwar period were part of other states, and had many common features with the trends in the Soviet east, but the growth of cities was not so intense. Lviv became the center of Modernism in the 1920s and 1930s. The three-storey corner building of the Public Utility Workers' Club, built of unplastered red brick in 1933-1938, is atypical for Lviv. This club is an example of modernist architecture based on the idea of rationalism. In addition to the influences of rationalism, the influences of the Krakow school of "stylistic decorativism" are clearly traced in the decoration of facade surfaces. This direction is characterized by various methods of decorating facades with brickwork.

It should be noted that due to the difficult economic situation in Ukraine in the 1920s, not only student but also many other projects remained only on paper due to the impossibility of their implementation, which does not diminish their importance for the development of avant-garde modernism in Ukraine. On the contrary, it was mental architectural activity, ideas that were ahead of the state of technical backwardness of construction production in the country, were an indicator of the development of Ukrainian architecture of that difficult period of history.

#### *References:*

1. Смоленська Світлана Олексіївна « Архітектура авангардного модернізму в Україні: Генеза та спадщина» 2017 [Електронний ресурс] <http://ukrscience.org/sites/default/files/2020/dissertation/1590/disssmolenska.pdf>
2. Canadian Institute of Ukrainian Studies «Ieu's featured topics in ukrainian art and architecture». [Електронний ресурс] <http://www.encyclopediaofukraine.com/Art.asp>
3. Natasha kurchanova « Staging the Ukrainian Avant-Garde of the 1910s and 1920s» 2015 [Електронний ресурс] <https://www.studiointernational.com/index.php/staging-the-ukrainian-avant-garde-1910s-1920s-theatre-design-new-york>

.., 4 , « »

## **ЕВОЛЮЦІЯ КІНОПЛАКАТУ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ**

Кіноплакат — це тематичний різновид плакату, друкованого тиражного видання великого формату з метою рекламування та популяризації кінофільмів, кінофестивалів. Спочатку кіноплакати створювали за допомогою пере-

мальовки окремих кадрів фільму, а з розвитком кіно додалися образність, розкриття психології відносин головних героїв, тематики, атмосфери. Кіноплакат розкривав індивідуальні думки й ставлення самого автора плаката, який своїм унікальним стилем, авторськими ідеями та рішеннями грав важливу роль у рекламі фільму. Художні та комунікативні функції кіноплакату підпорядковані культурі й певному громадському розвитку, мають величезне значення для естетичного розвитку суспільства.

Народився кіноплакат разом з кінематографом. Дореволюційний період відкривається плакатом до першого зі знятих фільмів — «Понизова вольниця» режисера В. Ромашкова у 1908 р. Автором плакату був Поль К. Асатуров. Розвиток дореволюційного плаката поділявся на два напрямки: перший «цитував» кінокадри; другий передавав головну ідею та атмосферу кіна [1, с. 367]. Можна сказати, що такі рішення є також у сучасних кіноплакатах, вони націлені на передачу атмосфери фільма, але трохи іншими засобами. Спочатку кіноплакати створювали за допомогою кольорової літографії, що обмежувало тираж. Через це, на жаль, величезна кількість плакатів не збереглася до нашого часу. Але все одно зрозуміло, що художні й комунікативні функції кіноплакату завжди були підпорядковані культурі та певному громадському розвитку.

У 1920–1930-х роках мистецтво кіноплакату переживало піднесення. Художники зверталися до символів, метафор, гіпербол й алегорій. Уперше в плакатній графіці, в тому числі у дизайні кіноплакатів був застосований колаж і монтаж зменшених фотографій технікою автотипії [2, с. 16]. Завдяки цьому з'явилась можливість отримати великий тираж, а це, у свою чергу, дало змогу ширше залучити художників-рекламістів. Треба відмітити К. Болотова, А. Бондаровича, О. Родченка, А. Лавинського, М. Длугача, І. Герасимовича, Г. і В. Стенбергів, А. Бельського, Г. Борисова, О. Наумова та ін [3]. Осередками кіноплакату були Київ, Харків і Одеса. Характерними рисами кіноплакатів 1920-х рр. були новаторство, конструктивізм, авангардно-формалістична течія, винахідливість художників.

Перша половина 30-х рр. ХХ ст. визначається характерною рисою — кіноплакати насичені соціальним оптимізмом. А у другій половині цього десятиріччя помітний перехід до реалізму. Естетичний рівень знизився, головною рисою став схематизм. У роки Великої Вітчизняної війни кіноплакати мали переважно вигляд простих шрифтових афіш з примітивною композицією. Тільки у другій половині 1950-х рр. ця тенденція якоюсь мірою була подолана. Розпочався новий підйом розвитку кіноплакату, посилися інтерес до метафоричних, асоціативних рішень. Алегорії, сюрреалістичні комбінації, символіка — це характерні риси кіноафіш періоду 1960–70-х рр. Тобто, можна сказати, що це другий розквіт мистецтва кіноплакату [1, с. 354–364].

Якщо порівняти кіноплакати розглянутих періодів із сучасними, можна виявити головну відмінність — втрату функціональності. Зараз креативні агентства в основному створюють зрозумілі прості фотоколажі з персонажами, головними елементами з кіно, комбінують це з назвою та слоганом. Головний їх орієнтир — демонстрація відомих акторів і передача атмосфери кіна шляхом використання кадру з кінофільму. Взагалі кіноплакат у наші часи —

це зазвичай закордонні розробки, де змінено оригінальний текст на написаний зверху мовою країни у тій же стилістиці. Причина цього — закордонні фільми стають відомими на весь світ, а український кінемаграф, на жаль, є не настільки відомим. Тому зараз кіноплакати складно назвати новаторськими, їх мета носить переважно маркетингологічний характер. Зараз складно знайти плакат, у якому розкриваються індивідуальні думки й ставлення самого автора плакату, як це було раніше. Причиною є те, що розробку кіноплакатів замовляють у дизайнерських агенцій, а не в окремого художника. Головна мета — реклама та простота сприйняття інформації. Час паперових плакатів минув, бо активно набирає швидкість розвиток анімованих постерів, через те, що все набуває цифрового формату. Деякі кінотеатри ставлять плазмові панелі і демонструють там постери до фільмів. Незабаром звичайний кіноплакат буде мати попит серед колекціонерів, на ретроспективах, кінофестивалях тощо.

**Висновок.** Кіно плакат варто розглядати як образотворчий документ в контексті вивчення історії вітчизняної графіки, а також історії кіно. З часом кіноплакати втратили свою унікальність, прояв думок і ставлення художника. Роль кіноплакату змінилась і стала лише рекламною: швидко та зрозуміло донести головну інформацію щодо назви, відомих акторів та атмосфери, що вказує одразу на жанр. Переважно це фотоколаж, в якому використовують кадри з фільму та головних акторів. Можна сказати, що при появі можливостей необмеженого тиражу кіноплакат втратив певний ряд художніх рис, притаманних плакатам 1900–1970-х рр.

*Література:*

1. Гутник Л. Проблеми дослідження українського кіноплаката як феномена вітчизняної культури. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2012. Вип. 34. С. 352–376.
2. Ерохина Ю.В. Российский киноплакат как феномен графического дизайна: 1890–1940-е гг.: автореф. дис. на соискание ученой степени кандидата искусствоведения: 17.00.06. Санкт-Петербург, 2008. 23 с.
3. Советский киноплакат во времена конструктивизма. URL: <http://www.raruss.ru/soviet-constructivism/3975-soviet-film-poster.html> (дата звернення: 10.04.2021).

, 4 , . « »

. : .

## **СУЧАСНИЙ РЕДИЗАЙН ЕЛЕМЕНТІВ АЙДЕНТИКИ ТА ПАКУВАННЯ КОМПАНІЇ «ЯКА»**

У рамках навчального процесу під час проходження практики була обрана тема «Редизайн елементів айдентики та пакування компанії «ЯКА». Мотивом вибору цієї теми стала її актуальність та затребуваність сучасного дизайну пакування на ринку косметичних продукцій.

Тема «Редизайн елементів айдентики та пакування компанії «ЯКА» актуальна тому що, за даними останніх досліджень, доведено що обсяг ринку упаковки для косметики і засобів особистої гігієни продовжує зростати в усьому світі, і Україні у том числі, обумовлюючи це зміною способу життя

і потребами споживачів, які хочуть відкривати для себе нові косметичні продукти. Прогнози виробників косметичних засобів показують, що в цьому році, на ринку косметичних продуктів, органічна косметика є основною тенденцією споживання [1]. Тому такі тенденції призвели до потреби створення редизайну елементів айдентики та пакування, щоб виділити продукцію компанії «ЯКА» серед конкурентів, а також забезпечити чітке позиціонування і позитивне сприйняття у споживачів.

Метою проєктної роботи було проведення аналізу маркетингу, щоб визначитися з вибором стратегії позиціонування і на його основі розробити ескіз пропозиції дизайн-продукту.

Об'єкт проєктування — редизайн елементів айдентики та пакування компанії «ЯКА», а предмет проєктування — дизайн логотипу, вибір фірмових кольорів та серія пакування для косметичних продуктів.

Вважається, що найперший погляд будь-якої людини при виборі косметичної продукції, в першу чергу, звертає увагу на упаковку. Іноді, для споживача у виборі косметичної продукції зовнішній вигляд товару є важливіше його змісту. Упаковка для косметики може бути яскравою, незвичайною або цікавою. В даний час продукція більшості знаменитих косметичних компаній легко відрізняються один від одного завдяки різним характерним особливостям своєї упаковки (форма, колір, додаткові елементи). І саме тому більшість виробників виділяють значну частину свого бюджету на розробку дизайну і створення упаковки [3]. Конкуренція на сучасному ринку косметичної продукції висока, тому дизайн пакування важливий як для нових компаній косметики, так і для компаній з багато роковою репутацією. Адже оформлення безпосередньо впливає на продажі, приваблює аудиторію, несе інформаційний і емоційний посыл.

Так як робота була обмежена часом виконання кваліфікаційної роботи, було прийнято рішення обрати концентровану стратегію маркетингу, для вузької групи цільових споживачів та складено описовий портрет представника: Молоді жінки віком 20-30 років. Живуть в Україні, мають середній дохід, цікавляться здоровим образом життя, питанням екології, та люблять природу. Вони усвідомленні, прагнуть та люблять пізнавати щось нове, відкриті до мандрівок, знаходяться в пошуках гарної, доступної косметичної продукції, в якій їм сподобається склад і думка про те, що таким чином вони дбають про своє здоров'я та навколишнє середовище. Тому сучасна, естетична упаковка косметики допоможе обрати бажаний продукт. Відтак, були обрані потреби, які повинні задовольнити споживача: відповідність сучасним тенденціям дизайну пакування 2021 року, креативне графічне оформлення, функціональність, надання чіткого образу ідентифікації продукції серед продуктів конкурентів, викликати у споживача позитивні враження та надати відчуття вибору, для покращення образу «Я».

Ще одним важливим пунктом, при визначенні стратегії редизайну пакування компанії «ЯКА», був аналіз 3-х прямих «аналогів» дизайну пакування натуральної косметичної продукції і оцінено за 20-бальною шкалою, за такими критеріями: креативність графічного оформлення, виразність концепції, єдність стилю, функціональність, відповідність

сучасним тенденціям дизайну пакування 2021 року. У результаті виявлено ряд недоліків серед більшості «аналогів» в розробці дизайні пакування, такі як відсутність креативного графічного оформлення, функціональності та повна не відповідність сучасним тенденціям дизайну пакування. Тому ці недоліки можна перетворити у свою перевагу, що дозволить компанії «ЯКА» виділитися серед конкурентів.

Також для запропонування унікального рішення на даному сегменті ринку продукту були розглянуті основні тренди в дизайні пакування 2021 року: натуральні матеріали, яскраві кольори, структурована інформація, ретро, акцент на шрифти, крупна типографіка, мінімалізм та естетичність, ілюстрації [2].

Після проведення аналізу ринку дизайну пакування натуральної косметичної продукції «ЯКА», вивчення конкурентної ситуації на ринку, аналізу «аналогів» та конкурентів було виявлено, що на ринку натуральної косметичної продукції України бракує сучасних дизайнерських рішень в упакуванні косметичних продуктів, тому сформульована така дизайн концепція щодо редизайну пакування компанії «ЯКА»: дизайн пакування підкреслить тему натуральності та екологічності продукту, буде відповідати сучасним трендам упаковки 2021 року, при цьому враховуючи всі нюанси сприйняття інформації, читабельність тексту та кольорову диференціацію, щоб викликати у споживача позитивні емоції та відчуття довіри.

У графічному рішенні обрано зробити акцент на типографіку в комбінації з лінійною графікою, що зараз є одним із трендів у дизайні пакування. Також важливим елементом пакуванням буде комбінування яскравого кольору етикетки з доданням крафтового акценту, у вигляді бірки на тарі продукту. Такий стилістичний напрям допоможе чітко, сучасно та яскраво ідентифікувати кожний продукт з серії косметичних засобів.

Запропоноване дизайн-рішення буде естетично привабливим, сучасним, являтиме собою унікальне проектне рішення на даному сегменті ринку косметичних продуктів, відповідатиме потребам цільових споживачів та вигідно виділяти продукцію серед конкурентів на полицях мереживих магазинах.

#### *Література:*

1. Арцімеєва Д. Світовий ринок косметичної упаковки - орієнтація на цифровий світ і стійкість. Cosmetology: веб-сайт. URL: <https://cosmetology-info.ru/7785/news-Mirovoy-rynok-kosmeticheskoy-upakovki-orientatsiya-na-tsifrovoy-mir-i-ustoychivost/> (дата звернення: 25.04.2021)
2. Лови ідеї! Тренди в дизайні упаковки 2021. Prg: веб-сайт. URL: <https://prg.by/blog/trends-2021/> (дата звернення: 25.04.2021)
3. Характерні особливості упаковки продукції косметичної галузі. Otherreferats: веб-сайт. URL: [https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00155129\\_0.html](https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00155129_0.html) (дата звернення: 25.04.2021)



## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У наш час графічний дизайн розвивається дуже швидко під впливом різноманітних тенденцій і є одним із головних чинників у формуванні візуального контексту сучасності. З появою й бурхливим розвитком комп'ютерних технологій і програмного забезпечення, робота графічного дизайнера також зазнала певних змін. По-перше, відбувся «перехід від ручного малювання на папері до проектування за допомогою комп'ютерних технологій і програм» [3, с. 190].

Ці зміни відкрили для графічного дизайну багато позитивних можливостей, новий підхід у роботі. Але нові технічні можливості породили й певні проблеми, пов'язані з появою великої кількості дизайнерів-аматорів, які не розуміють принципів роботи графічного дизайнера та створюють «візуальне сміття». Цей парадокс розвинув у споживачів імунітет проти непотрібної, нецікавої інформації. Ця проблема вплинула на сприйняття графічного дизайну в цілому, а також призвела до того, що люди частіше стали ігнорувати рекламу через перенасиченість великою кількістю візуальної інформації, як було зазначено Н. Сбітневою [3 с. 190-191]. Тому зараз професійні дизайнери змушені постійно шукати нові засоби донесення інформації, тим самим розвиваючи сучасні тенденції.

Однією з головних сьогоdnішніх тенденцій у графічному дизайні є мінімалізм, тобто прагнення до спрощення зображення до знаковості й максимальної виразності задля полегшення сприйняття інформації і привертання уваги споживачів. Другою сучасною тенденцією є еко-дизайн, що найбільш активно розвивається у галузі пакування. Як підкреслила О. Ганюцька, кожен рік ведуться різні пошуки серед багатьох дизайнерів по розробці екологічного упакування, з відмовою від пластмаси, поліетилену та його повною заміною, або створюються такі види тари, котрі будуть використовуватися вторинно [1]. Адже масштаби забруднення від пластмаси й поліетилену неймовірно великі, тому що більша кількість такого пакування використовується одноразово й надалі просто викидається, не розкладаючись у природі. Також тема екології поширюється і завдяки плакатам, «підіймаючи цю важливу тему на поверхність рутинного життя та змушуючи людей замислюватися про безпеку навколишнього світу» [1].

Третя перспективна тенденція майбутнього — це напрямок діджитал дизайну, який, насамперед, пов'язаний саме з епохою технологічного розвитку та цифровізації. Нові сфери для застосування цифрового дизайну з'являються майже щодня. Традиційні елементи й об'єкти графічного дизайну замінюються їх віртуальними альтернативами та продовжують розвиватися у нових рамках простору, які «не обмежуються можливостями поліграфії і мають майже безмежне поле для творчості» [3, с. 192]. Так зараз у графічному дизайні активно застосовуються 3D-графіка, анімація та відеоелементи. Вважається, що цей різновид подання візуальної інформації є найбільш ефективним, привертає набагато більше уваги, аніж просто статична картинка.

Але попре всі технологічні набуття, можна побачити, що останнім часом дизайнери все частіше повертаються до рукотворних робіт. Це є ще однією тенденцією, яка набула популярності останнім часом. Відбувається розуміння цінності такого виду діяльності з боку замовників, адже вміння робити «ручні» роботи підкреслює професіоналізм дизайнера. Мазки фарби чи каліграфічні елегантні лінії надають проектам відчуття ексклюзивності й привертають увагу. Такі доповнення можуть використовуватися будь-де, у друкованих виданнях, у пакованні, плакатах, у веб-дизайні й рекламі, і навіть у розробці фірмового стилю. Це можуть бути різноманітні акварельні ефекти, штрихові зображення, елементи гравюри й ілюстрації, навіть імітування дитячих малюнків. Тенденція на рукотворність допомагає у боротьбі за індивідуальність дизайнерських творів. Адже, як вже згадувалось, одна з проблем сучасності це копіювання дизайнерських робіт іншими дизайнерами, непрофесіоналами, за допомогою графічних програм. А гарні рукотворні роботи можуть виконувати лише професійні дизайнери, які мають певні знання у цій галузі. Тому ця тенденція спрямована саме на ідентифікацію професійних дизайнерських робіт, які мають власну унікальність та неповторність.

**Висновок.** Графічний дизайн зараз є дуже перспективною професією з великими можливостями. Соціальні фактори та цифрові технології активно впливають на тенденції розвитку сучасного дизайну і допомагають розширювати зону діяльності традиційних напрямків. Головною метою сучасного дизайну є задоволення потреб та очікувань людей. Тому постійно з'являються дизайн-інновації заради того, щоб звернути увагу споживача на певний продукт або послугу, створити враження їхньої унікальності. Графічний дизайн також виконує дуже важливу функцію у наші дні, підіймаючи на поверхність серйозні питання сучасного життя, про безпеку оточуючого світу, про екологію тощо. Такі тенденції як діджитал-дизайн, еко-дизайн, повернення рукотворних робіт у сучасному виконанні є найперспективнішими напрямками, які будуть продовжувати розвиватися і закладуть основу дизайну майбутнього.

*Література:*

1. Ганоцька О.В. Дизайн упаковки майбутнього: прогностичні тенденції розвитку. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Харків, 2018. № 2. С. 14–21.
2. Гардабахдзе І.А. Тенденції розвитку дизайну доби постіндустріального суспільства. Вісник Київського Національного Університету Культури і Мистецтв. Серія: Мистецтвознавство. Київ, 2019. № 41. С. 176–184.
3. Сбітнева Н.Ф. Історія графічного дизайну: навчальний посібник. Харків: ХДАДМ, 2014. 224 с.

. . 4 . « . »

## **ФЕНОМЕН ХАНГИЛЮ В ТИПОГРАФІЦІ АН САНГ-СУ**

Останні декілька років спостерігається розквіт південнокорейської індустрії шрифтів, з'являється все більше молодих дизайнерів шрифтів, завдяки чому виникають й нові версії написання хангилю. Хангиль - це

власне письмо країни, яке відрізняє Республіку Корею (широко відому як Південна Корея) та КНДР від східноазіатських сусідів. «Я хочу, щоб люди могли легко вивчити ці літери, хочу щоб вони були зручні для щоденного використання» - казав Король Седжонг (1397 - 1450), тодішній правитель корейської держави Чосон. В ті часи корейці використовували китайську писемність для корейської мови і це створювало деякі труднощі. Король Седжонг відчував невдоволення тим, що его піддані не можуть висловити йому свої занепокоєння та прохання в письмовому вигляді. Він вирішив створити нову писемну систему й розробив 28 букв, 24 з яких залишились у хангилі й до сьогодні. Його бажання створити легку та зручну для використання систему письма збулося, на сьогодні Південна Корея має один з найвищих показників грамотності у світі [2].

Розглядаючи феномен хангилю важко обійти стороною книжного дизайнера та типографа Ан Санг-Су – батька сучасного корейського дизайну. Його перший шрифт, розроблений у 1985 році, проклав шлях для нового сценарію розвитку дизайну хангилю. Випускник, а потім професор й завідувач кафедри графічного дизайну Сеульського університету Хонгік, він зробив величезний внесок у розвиток графічного дизайну Південної Кореї. У 2012 році він заснував Інститут типографії Паджу (PaTI), альтернативну школу дизайну, а також Інститут типографії AG [1]. Ан Санг-Су створив чотири видатні шрифти для хангилю, які всюди використовуються в оформленні корейських книг, журналів, плакатів, реклами та загалом у печатній продукції Південної Кореї.

Для подальшого розуміння тонкощів експериментів Ан Санг-Су треба зазначити декілька важливих особливостей у писемності хангилю. Писемність хангилю – це складова писемність. Хангиль складається із чамо (літер), а саме – 14 звичайних приголосних та 10 звичайних голосних. З цих 24 літер методом мікшування створюються ще 5 подвійних приголосних, 11 дифтонгів та 11 диграфів. Усього існує 51 чамо. Записується корейська мова методом складування літер у групи, так названі склади. В групі одного складу має бути мінімум 2 літери. Якщо у складі з'являється 3-я або 4-а літери, то вони записуються під першими двома і називаються патчім.

Перший свій шрифт Ан Санг-Су розробив у 1985 році та назвав його на свою честь. Не дивлячись на те, що шрифт **Ahnsangsoo** був створений ще 36 років тому, він досі виглядає дуже сучасно (рис. 1). Хангиль як писемність має

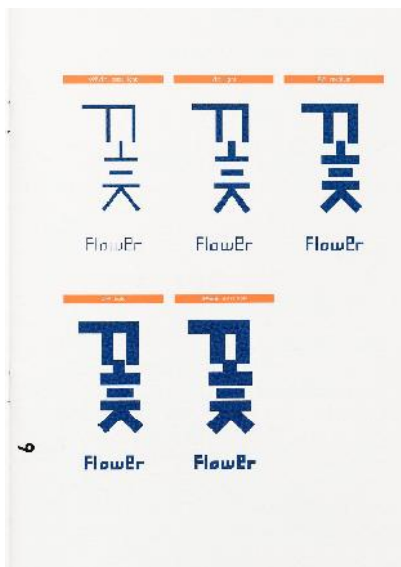


Рис. 1. Шрифт Ahnsangsoo, 1985–2012

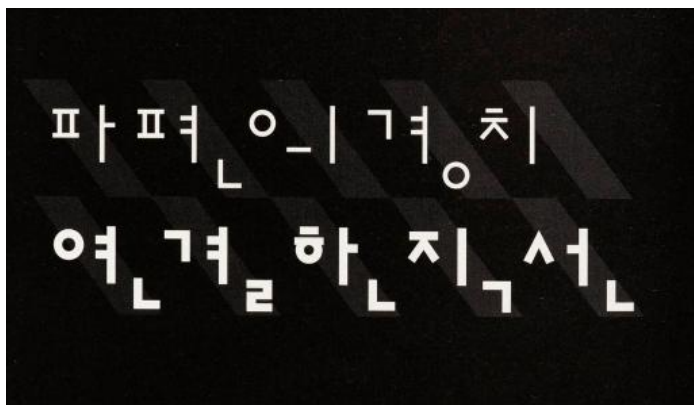


Рис.2.  
Шрифт  
Leesang, 2014



Рис.3.  
Шрифт  
Mano 1993,  
фрагмент

модульну конструкцію, і цей шрифт чітко базується на конструкції хангилю. Прості модульні форми літер створюються шляхом поєднання базових форм, таких як коло, квадрат, трикутник та лінії [1]. Шрифт Ahnsangsoo – перший тип хангилю, який приділяє увагу тому, як можна грати з шириною ліній.

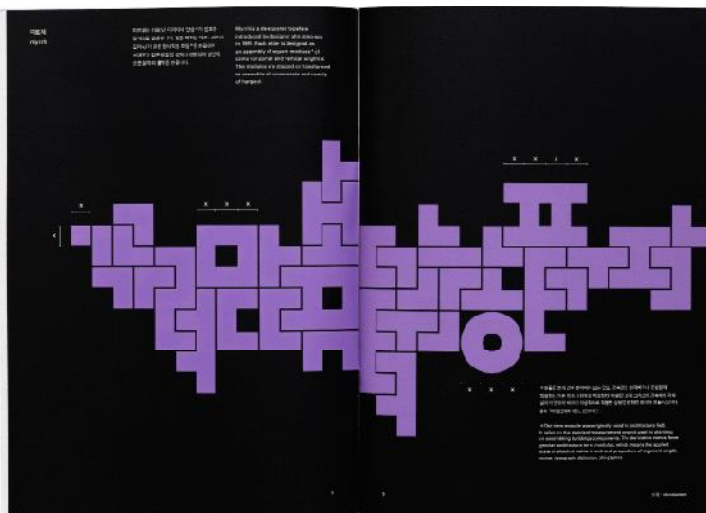
У 1988 році Ан Санг-Су створив шрифт **Leesang**. У цьому шрифті звичний склад хангилю розбивається на окремі символи. Кожна приголосна, кожна голосна та патчім зміщуються одна за одною по діагоналі [1]. При цьому кожна літера дотримується правил розташування літер у складі. Тобто, перша літера у складі залишається там, де й була – це верхній кут ліворуч, друга літера зміщується вправо, але залишає за собою своє місце – верхній правий кут, а якщо у складі є патчім, то він виходить ще більш вперед, але все одно зберігає своє місце по відношенню до горизонталі, горизонтально він знаходиться під двома першими літерами. Для прикладу можна візуально порівняти стандартне написання тексту *파편의경치 연결한직선* з його ж написанням шрифтом Leesang на ілюстрації (рис.2)

Шрифт **Mano** виглядає досить незвично. Деякі символи займають більше вертикального простору, ніж зазвичай. Символи формуються в складні блоки, формують ритмічні лінії, особливо у поєднанні бічних ліній між патчімами ㄹ «м/ль» та ㄹ «ль» (рис.3). Шрифт Mano має латинську версію. У латинській версії Mano базова хвиляста лінія, що відповідає корейській літері ㄹ «л/р», створює нові візерунки на базі латинських літер «s» та «e» (рис.3).

Рис.4.  
Шрифт  
Mano 1993



Рис.5.  
Шрифт  
Myrrh, 1992



У кожному шрифті є свої власні правила модулювання, у Mano теж. Але правила створюють, щоб їх порушувати, хоча б іноді. Mano має розкладку завдяки якій можна коригувати зовнішній вигляд шрифту, це може створює безлад в інтервалах (рис.4). Деякі налаштування з'єднують патчіми разом, зменшують інтервал між першою приголосною та її голосною, подовжують діагональні лінії [1].

Шрифт **Myrrh 1992** року – шрифт, у якому кожна літера хангилю підігнана до форми квадрату, вертикальні та горизонтальні лінії однакової довжини (рис.5)

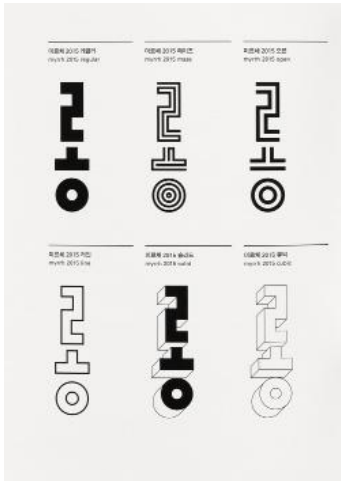


Рис.6. Шрифтом Myrrh, 2015

**Myrrh 2015** року складається з шести стилів, які грають з простором та об'ємом. Перший стиль – regular, базовий шрифт Myrrh 2015, другий – Maze, використовує структуру лабіринту всередині форм, третій – Open, вбудован відкритий лабіринт на основі шрифту regular, четвертий та пятий – Solid і Cubic – грають з об'ємом, шостий – Line, проста лінія (рис.6).

Останнім часом поміж інших трендів у дизайні простежується тенденція до мінімалізму та спрощення, і корейська типографія та творчість Ан Санг-су ідеально транслює цю простоту. Корейський дизайн добре збалансований, легкий та простий [3]. Час йде, південнокорейська продукція подорожує країнами і приваблює своїм візуалом дизайнерів у всьому світі. З часом

корейський стиль почав з'являтися і в європейському просторі. Все частіше дизайн спрощують та використовують прості шрифти без засічок [3].

Висновки. В усьому світі все більш використовується мінімалістичний підхід до дизайнерських розробок і серед багатьох художників, які брали участь у розвитку мінімалізму, є заслуга і Ан Санг-Су. Він створив мінімалістичний шрифт хангилю, який надихнув інших молодих дизайнерів до створення мінімалістичного дизайну у Південній Кореї, який з часом, подорожуючи через увесь світ, дійшов і до нас. Хангилю - це молода писемність. З цієї причини шрифтів хангилю не так багато. Це також означає, що напрямок розвитку дизайну шрифтів хангилю майже необмежений і це може принести дуже багато цікавих розробок у світ, які у свою чергу зможуть знайти відгук у європейському дизайні.

*Джерела:*

1. From the Collection: Ahn Sang Soo and AG Typography Institute. May 1, 2019: веб-сайт. URL: <https://letterformarchive.org/news/view/from-the-collection-ahn-sang-soo>
2. King Sejong: The Inventor of Hangul and More! August 22, 2019: веб-сайт. URL: <https://gogohanguk.com/en/blog/king-sejong-hangul/>
3. Korean typography, or what a modern designer can take from Asian creativity. January 19, 2021: веб-сайт. URL: <https://www.braintank.ua/en/stories/korean-typography/>

**Nikolaev Iliia, a 3-rd year student of Design faculty**

*Scientific adviser: Kuznetsova V.M.*

## COLOR THEORY FOR DESIGNERS

Color plays a vital role in design and everyday life. It can draw your eye to an image. Sometimes it can trigger an emotional response. It can even communicate something important without using words at all. People are physically, psychologically, and socially influenced by color. Color has been found to have

connections to health and it can help set the mood through which your designs are seen. It's not enough for a designer to use a color simply because he or she likes that color. So how do we know which colors look good together and which ones don't? The answer is simple: Color theory.

Let's start at the beginning with a refresher on the basics. Remember learning about primary and secondary colors in school? Then you already have some knowledge of color theory. Secondary colors are created by combining two primary colors. Red and yellow make orange; yellow and blue make green; and blue and red make purple. If we mix these colors together, we get even more in-between shades, like red-orange and yellow-green. All together, they form what's called a color wheel.

*Warm Colors:* For the sake of simplicity let's define warm colors as red, orange and yellow. These are the colors of fire. They radiate warmth. Warm colors are more often associated with passion, energy, impulsiveness, happiness, coziness, and comfort. They draw attention and have the advantage of being inviting and harmonious.

*Red* is a very hot color. It's associated with fire, violence, and warfare. It's also associated with love and passion. Red can actually have a physical effect on people, raising blood pressure and respiration rates. It's been shown to enhance human metabolism, too. Red can be associated with anger, but is also associated with importance (think of the red carpet at awards shows and celebrity events).

*Orange* is a very vibrant and energetic color. In its muted forms it can be associated with the earth and with autumn. Because orange is associated with the fruit of the same name, it can be associated with health and vitality. In designs, orange commands attention without being as overpowering as red. It's often considered more friendly and inviting, and less in-your-face.

*Yellow* is often considered the brightest and most energizing of the warm colors. It's associated with happiness and sunshine. Yellow can also be associated with deceit and cowardice, though (calling someone yellow is calling them a coward).

Yellow is also associated with hope, as can be seen in some countries when yellow ribbons are displayed by families who have loved ones at war. Yellow is also associated with danger, though not as strongly as red.

*Cool Colors:* Again for the sake of simplicity let's define cool colors as green, blue, and purple. These are the colors of water. Cool colors are more often associated with calm, trust, and professionalism. They are also associated with sadness and melancholy. They have the advantage of being professional and harmonious, but can also turn people off by the coolness they radiate.

*Green* is a very down-to-earth color. It can represent new beginnings and growth. It also signifies renewal and abundance. Alternatively, green can also represent envy or jealousy, and a lack of experience. Green has many of the same calming attributes that blue has, but it also incorporates some of the energy of yellow. In design, green can have a balancing and harmonizing effect, and is very stable.

*Blue* is often associated with sadness in the English language. Blue is also used extensively to represent calmness and responsibility. Light blues can be refreshing

and friendly. In design, the exact shade of blue you select will have a huge impact on how your designs are perceived. Light blues are often relaxed and calming. Bright blues can be energizing and refreshing. Dark blues, like navy, are excellent for corporate sites or designs where strength and reliability are important.

*Purple.* In ancient times, the dyes used for creating purple hues were extracted from snails and were very expensive, so only royals and the very wealthy could afford them. Purple is a combination of red and blue and takes on some attributes of both. It's associated with creativity and imagination, too. In design, dark purples can give a sense wealth and luxury. Light purples are softer and are associated with spring and romance.

Color affects us in several ways and while your design shouldn't rely on color alone, your choice in color will be one of the first things people notice and could determine whether or not people leave quickly or stick around for more. While there is no intrinsic meaning to color, we've culturally assigned meaning to colors based on how and where we see them used most often. In addition to meaning, color can be used to impact your visual design in creating hierarchies and adding depth. Color will impact your visitors beyond any meaning that is conveyed.

*References:*

1. The power of color. Retrieved from: <https://edu.gcfglobal.org/en/beginning-graphic-design/color/1/>
2. Color Theory for Designers, Part 1: The Meaning of Color. Retrieved from: <https://www.smashingmagazine.com/2010/01/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color/>
3. How to Use Color to Enhance Your Designs. Retrieved from: <https://vanseodesign.com/web-design/color-meaning/>

**Pavlenko Marina**, a first-year student of Fine Arts Faculty

*Scientific adviser: Kuznetsova V.M.*

## **SURREALISM**

Surrealism as a direction of art arose after the First World War in France in the 1920s of the XX century, and it actively developed before the Second World War in response to the deep spiritual crisis that engulfed the world in the postwar period. According to the researchers during this period surrealism became an international movement that included various arts: literature, painting, sculpture, theater, cinema. Surrealism was seen as a subconscious source of artistic creativity through dreams, hallucinations, dreams [1].

Surrealists claimed that the unconscious is the ultimate truth. Many concepts of surrealism are based on the ideas of the Austrian psychologist Sigmund Freud. Either the “accidental” methods of early surrealism (for example, frottage) corresponded to Freud's method of “free associations” used in the study of the inner world of human [2].

One of the foundations of surrealism was the method by which dreams, hallucinations, subconscious images were recorded or sketched immediately after awakening, until they are touched by understanding, real consciousness, the logic of the process, which corresponds to the study of Freud's dreams.



One of the most famous ideas of Freudianism noted that errors and reservations are uncontrolled release of boiling matter of the subconscious which breaks through the frozen layer of “Ego”. This idea also found strong support among the surrealists [3].

Thus, the formation of surrealists to their work was reflected in the following positions: everyone is a creator, only the irrational is trustworthy; to create works of art, you need to wake up until the mind is burdened with realities, and images of the unconscious are not buried in the corners of consciousness. Surrealism is characterized by appeals to subconscious images, liberation from the dominance of rational thinking, the use of various optical illusions and paradoxical forms.

#### *References:*

1. Андреев Л. Г. Сюрреализм. История. Теория. Практика. Москва: Гелеос, 2004. 352 с.
2. Кантор А. М. Изобразительное искусство 20 века. Москва: Искусство, 1973. 194 с.
3. Gertrude Stein Matisse Picasso and Gertrude Stein with Two Shorter Stories. Dodo Press, 1933. 304 p.

## **ТРЕНІНГ КРЕАТИВНОСТІ – ДОСВІД СПІВПРАЦІ**

Актуальність даної проблеми – співпраці студентів дизайнерських та психологічних спеціальностей – ми бачимо в тому, що поняття «творчість» і «креативність» недостатньо диференційовані, і це ускладнює їх розуміння фахівцями в різних областях (наука, мистецтво), внаслідок чого ці визначення застосовують для самопозиціонування особистості, не виявляють ці особливості достатньою мірою в процесі творчої активності та створення креативного продукту власної діяльності.

Дана проблема зачіпає не тільки психологів, які досліджують цю тематику, а й людей, безпосередньо пов'язаних з творчою діяльністю, таких як художники, дизайнери різних напрямків і багатьох інших. Звідси випливає проблема міждисциплінарних зв'язків, один зі шляхів вирішення якої – формування міждисциплінарних зв'язків з метою формування міжгрупової взаємодії як професіоналів, так і студентів в різних областях наукового знання і в освіті в цілому. Добре розвинені зв'язки та міжгрупова взаємодія могли б сприяти, на деяких етапах, вирішуванню певних завдань і проблем, які всередині однієї соціальної групи вирішити складно або неможливо зовсім.

Мета дослідження – відокремивши поняття творчості та креативності відповідно до деяких положень авторів, дослідників в цій галузі, на прикладі співпраці студентів психологів Міжрегіональної Академії управління персоналом та студентів факультету Харківської державної академії дизайну і мистецтв звернути увагу на на можливості підвищення ефективності навчальної та творчої діяльності в процесі цієї взаємодії.

В осінньому семестрі 2020-2021 навчального року серед студентів третього курсу факультетів «Дизайн» та «Дизайн середовища», які вивчали дисципліну «Психологія творчості» з метою виявити особливості

особистісних якостей учасників проєкту, на початку семестру була проведена діагностика самооцінки креативності за методикою «Діагностика особистісної креативності» (Є. С. Тунік), що дало змогу визначити, наскільки творчою особистістю вважають себе респонденти — більшість опитуваних позиціювали себе як творчу особистість із високим рівнем креативності [3].

При аналізі результатів діагностування виявилося деяка невідповідність реально наявного і суб'єктивного уявлення про свої творчі здібності та рівні креативності. В ході опитування, більшість студентів позиціювати себе як високо креативних особистостей, але методи тестування поставили під сумнів ці твердження.

Студентам академії була надана можливість участі в корекційній програмі. Студентами психологічного факультету, в рамках відпрацювання практичних навичок в рамках вивчення дисципліни «Теорія і практика психотренінгу», у жовтні 2020 року під керівництвом викладача – доцента ХДАДМ Н.БІЛЬДЕР, було проведено, за авторською програмою, тренінг креативності, в ході якого студентам було запропоновано виконати низку вправ, спрямованих на розвиток креативного мислення, здатності діяти в нестандартних ситуаціях – з подальшою можливістю інтегрувати нову інформацію і нові стратегії поведінки, як способи реагування та адаптації, у своїй творчій і буденній діяльності.

Учасникам тренінгу були запропоновані вправи, які проводилися в ігровій формі в безпечній атмосфері прийняття, поваги і конфіденційності. Була дана можливість, зайнявши дослідницьку позицію, виявити власний потенціал креативності. В ході виконання вправ студенти, які брали участь у корекційних заходах, продемонстрували високий рівень уяви, запропонували нестандартні варіанти застосування простих предметів і створили логотип своєї команди. Також були долучені активні вправи (міміка, пантоміміка тощо) що допомагає виявляти спонтанність, і в яких також віталися нетривіальні рішення поставлених завдань. Студенти, які брали участь у тренінгу, в ході рефлексії виказали задоволення ходом тренінгу, результатами своїх розвідок і виказали побажання продовжити співпрацю.

К. Роджерс пише, що саме життя і сприйняття світу є творчий акт, і адаптація є невідійманою рисою творчої особистості. Автор розглядав творчість як універсальне явище: «Немає суттєвої різниці у творчості при створенні картини, літературного твору, симфонії, винахід нових знарядь убивства, розвитку наукових теорій, пошуку нових особливостей в людських відносинах або створенні нових граней власної особистості». Креативність ж є інтегральною творчою здатністю. К. Роджерс розуміє під креативністю здатність виявляти нові способи розв'язання проблем і нові способи вираження. Х. Гейвін під креативністю має на увазі здатність отримувати цінні результати нестандартним способом [2].

Ми зробили спробу відокремити поняття творчості та креативності, з'ясувавши, що на думку деяких авторів творчість визначається безпосередньо особистісним сприйняттям світу, а суть креативності, більшою мірою, в здатності до оригінальної, але водночас зажаданий діяльності та створення продуктів цієї діяльності – для студентів академії, які брали участь у

дослідженні, це виявилось новим і корисним досвідом.

Аналіз результатів співпраці дав змогу дійти до висновків – застосування міждисциплінарний підхід дало можливість студентам-психологам і студентів Харківської державної академії дизайну і мистецтв придбати у процесі взаємодії безоцінний досвід ефективної взаємодії: студенти-психологи отримали можливість практичного відпрацювання навичок проведення корекційних заходів у формі психотренінгу креативності, а студенти-дизайнери набули можливість взяти участь у тренінгу та придбати дуже важливі для своєї подальшої творчої діяльності навички користування ефективними психотехніками.

На майбутнє планується подальша співпраця з метою більш заглибленої діагностики особистісних якостей і рівня креативності для організації корекційних заходів. Тренінгові програми (розроблені під керівництвом викладачів) будуть доповнені вправами, спрямованими на саморефлексію і самоусвідомлення для ефективної асиміляції та інтеграції отриманого в ході тренінгів нового досвіду.

*Література:*

1. Игнатова Е. С. Отрасли психологии и психологические практики [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Е. С. Игнатова; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Электрон. дан. – Пермь, 2019. – 1,75 Мб; 96 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/otraslipsixologii-i-psixologicheskie-praktiki.pdf>. – Загл. с экрана. ISBN 978-5-7944-3396-8 (дата обращения 20.05.21)
2. Ильин Е.П.; Психология творчества, креативности, одаренности [Электронный ресурс]: Текст предоставлен правообладателем <http://www.litres.ru> Психология творчества, креативности, одаренности. : Питер; СПб.; 2009 ISBN 978-5-49807-239-5
3. Тунік Є. Діагностики особистісної креативності. [Електронний ресурс]: [https://stud.com.ua/17576/psychologiya/diagnostika\\_rivnya\\_rozvitku\\_tvorchogo\\_potentsialu\\_osobistosti](https://stud.com.ua/17576/psychologiya/diagnostika_rivnya_rozvitku_tvorchogo_potentsialu_osobistosti)

, 2

«

»

## **«КОВЧЕГ» СЕРГІЯ КАМЕННОГО: ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗНОГО РІШЕННЯ**

Диптих харківського графіка С. Каменного, створений у 1990 році, було представлено на першій виставці міжнародного трієнале екологічного плакату, графіки та молодіжних екопроектів «4-й Блок». І нині він зберігається у фондах музею «4-й Блок».

Історія зображальної традиції Ноева ковчега досить багатогранна та має широкий спектр інтерпретацій. В офорті Каменного «Ковчег» тема невідворотності смерті та спасіння залишається, хоча й подана опосередковано.

Диптих С. Каменного виконаний у техніці сухої голки. Світло в роботі неначе спалах освітлює судно. Світлотіньові контрасти досягаються завдяки нашаруванням штрихів, але лінія є домінуючою та задає характер усій роботі. Розглядаючи перший аркуш диптиху спостерігаємо найбільший контраст між світлом і тінню, виникає відчуття вертикально розрізаного простору. Деталі зображення, де предмети накладаються один на один мають утворювати напівтони, але світло настільки яскраве, що засвічує всі незначні напівтони, а місця тіні від предметів робиться більш насиченими.

Автор використовує акватинту для зображення тіней, засвічених спалахом.

Простір офорту формується навколо корабля, тому погляд глядача фіксується саме на ньому. Автор використовував тонку, неначе павутинну лінію формуючи з неї гострі кути. Композиція першого аркушу статична. Темна сторона офорту дає можливість передати глядачеві рух світла, спалаху. Лінії в офорті формують пучки, котрі при детальному розгляданні можливо трактувати як хвости комети, або Зірку Полин.

Образність поєднується з окремими реалістично поданими деталями корабля, але автор розташовує їх так, що стає зрозуміло про катастрофу яка відбувається саме з ковчегом. Так головна щогла не сприймається реалістично, оскільки візуально автор зображує щоглу та реї у формі гострих колючок. На один із таких шипів нанизаний штурвал.

Другий аркуш передає наслідок події, описаної на першому. Що дає можливість глядачеві одночасно спостерігати і подію і наслідок. В офорті з'являються світлотіньові нюанси, напівтони та з'являються фактури. Світло не сприймається агресивно, але темнота набирає густоту та оточує ковчег.

Зникають тонкі павутинні лінії, натомість з'являються глибока в'язка темрява, морок. Ковчег затягує у бездну невідома рушійна сила, енергетичний потік, котрий знищив корабель. Відбувається розрив простору куди вже занурена корма судна. Від потужного удару штурвал котрий в попередньому аркуші був нанизаний на одну із деталей судна, відлітає геть.

Таким чином, якщо за композиційним рішенням «Ковчег» С. Каменного перекликається з однойменною роботою Г. Доре, то смислове навантаження більш подібне до відповідної роботи І. Босха. І якщо Ноев ковчег в християнстві стає символом спасіння, то ковчег в офорті С. Каменного зазнає катастрофи і автор образно говорить саме про невідворотність загибелі, що можливо трактувати, як насування апокаліпсису.

, 4 ,

## **ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТНОГО РІШЕННЯ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ДЛЯ КАФЕ «EDOK»**

Вплив дизайну рекламних елементів для кафе «EDOK» на споживача як складної комунікаційної системи корпоративної ідентичності є актуальним, оскільки є однією з форм взаємодії, що забезпечує відмінність підприємства від конкурентів, виділення особливими графічними засобами.

Мета роботи — сформуванати, описати та обґрунтувати проєктне рішення дизайну рекламних елементів для кафе «EDOK».

Під час написання роботи були застосованні методи проєктування, а саме: ескізування, використання комп'ютерних технологій, метод сценарного моделювання, в даному випадку була обрана спіральна модель, метод випадковостей та асоціацій й застосування методу аналогії евристичної у фірмовій ілюстрації [2].

Для досягнення поставленої мети на перед проектному етапі був проведений аналіз проектної ситуації, під час якого були виявлено головні особливості закладу, його положення на ринку, виявлена група споживачів, конкурентів, обрані аналоги та стратегія позиціонування. І, підбиваючи підсумки із зібраної та проаналізованої інформації, була створена ідея реалізації проекту. Ідея полягає в тому, щоб засобами дизайну підкреслити місію закладу, а саме: сприяння людям, їхньому способу життя, за рахунок швидкого та якісного обслуговування клієнтів та проведення аналогії із яскравим та смачним відпочинком в межах міста [3; с. 48].

Оскільки заклад розраховує на зміцнення позицій в декількох сегментах ринку, то ж і дизайн має бути універсальним для обох цільових груп, уникати «неактуальності» в дизайні та залишати можливості для додання асоціативності за рахунок додаткової графіки. У зв'язку з цим було прийняте рішення зупинитись переважно на шрифтовій формі знаку, оскільки цей підхід видається найбільш оптимальним рішенням для нового бренду.

Вибір шрифтів для супроводу фірмового стилю в рамках даної роботи був ускладнений наступним фактором: логотип даного закладу виконаний англійською мовою з метою обіграти подвійний сенс фірмового знаку; зробити логотип зрозумілим іноземним туристам; створити відповідний імідж закладу серед прогресивної молоді.

Однак кириличні шрифти також необхідні, зокрема для оформлення меню і рекламної продукції, яка відповідно до чинного законодавства повинна бути оформлена на офіційній державній мові. Також було запропоновано розробити оригінальні сигнатури й піктограми. Вони також можуть бути складовими фірмового стилю.

З особливостей колірної рішення в рамках даного ринку, виявити схильність ринку до строго певної «кодованої» колірній гамі не вдалося, що означає відсутність жорстких обмежень при виборі кольорів в рамках даної роботи [1]. Отже, вирішено розробляти дизайн, що ґрунтується на сучасних тенденціях – використання яскравих, соковитих кольорів що нададуть грайливого, привітного настрою клієнтам, відвідувачам, парт-нерам.

Після проведеного формулювання ідеї, було сформульовано 3 концепції:

1 концепція – «Відпочивай як у раю, їж як вдома»;

2 концепція – «Пауза на обід»;

3 концепція – «Сучасне смачно».

Після проведеної пошукової та аналітичної роботи, створення ідеї та вибору концепції було проведено ескізування, де були запропоновані декілька варіантів графічного рішення логотипу.

Концепція була протестована групою експертів за наступними критеріями оцінки фірмового блоку: відповідність потребам цільового споживача, виразність, адаптивність, відповідність сучасним тенденціям логотипу, інноваційність.

Після проведеного тестування було визначено найбільш привабливу концепцію – «Відпочивай як у раю, їж як вдома», а також проаналізовано сильні й слабкі сторони концепції та сформовані рекомендації, щодо її доопрацювання.

В рамках даної роботи представлена розробка концепції «Відпочивай як в раю, їж як вдома» на прикладі логотипу та комплексу пакування.

При реалізації даної концепції було прийнято рішення зробити акцент на оригінальній грі слів в назві. Назва закладу ділиться на дві частини де друга частина це загальноживаний вираз «ОК», який до того ж нагадує обличчя що підморгує та посилює атмосферу приязності що релевантне поставлений меті та ідеї закладу. Логотип було вирішено розробити лише за допомогою типографіки та розробити свій акцидентний шрифт. Подальшу розробку концепції, було вирішено побудувати на комбінації асоціативного фірмової ілюстрації та колірної диференціації. При розробці фірмових ілюстрацій був застосований метод алегорії [2]. На них зображені речі пов'язані з відпочинком, але це зроблене через продукти харчування.

Оскільки продукція кафе являє собою великий асортимент різних страв, що мають різні вимоги до матеріалів і іншим параметрам пакування, для зручності роботи види пакування були розділені на наступні категорії:

— Закриті продукти в пакувальнім папері. Через те, що друк індивідуальних різновидів пакувального паперу для кожної товарної позиції недоцільний через свою дорожнечість, для додаткової диференціації було прийнято рішення використовувати наліпки з оригінальною сигнатурою, що наклеюються безпосередньо на лінії пакування продукту.

— Продукти у картоному пакуванні. Для того щоб вести в загальну картину пакування продукції різноманітність і інтерес, картоному пакуванню було вирішено оформити у вигляді крафтового картону з додатковою кольоровою обичайкою.

— Тара для напоїв. Оскільки виготовлення різного пакування для різних напоїв занадто дорого, було прийнято рішення розробити додаткову обичайку для захисту. У рамках даного фірмового стилю було вирішено розробити оригінальні обичайки, які трансформуються у маски з нанесеним на неї логотипом для створення креативних фото, що задовольняє потреби обраних цільових груп, а саме: потреба у належності до певної соціальної групи та соціокультурні потреби дозвільної сфери життєдіяльності.

Підсумовуючи виконану роботу потрібно відзначити, що розробка фірмового знаку та пакування для нової мережі кафе була ускладнена такими факторами: особливостями виходу нової марки на чинний ринок, обмеженими каналами, за допомогою яких можна донести інформацію про новий бренд до споживача. Не зважаючи на виниклі складнощі, дану роботу вдалося успішно виконати згідно з усіма пропонованими вимогами.

В ході роботи були сформульовані вимоги до розробки дизайну рекламних елементів, сформульована головна ідея, розроблено три концепції дизайну, після формулювання концепції проведено попереднє ескізування дизайн-пропозиції.

Підсумком роботи стали ескізи дизайн-пропозиції логотипу й пакування для закладу «EDOK».

Дана робота, буде взята за основу при написанні бакалаврської кваліфікаційної роботи та доповнення комплексу рекламних елементів для кафе «EDOK».

*Література:*

1. Брендинг фастфуда: кафе и уличные рестораны [Електронний ресурс]: — Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/brending-i-marketing/brending-fastfuda.html>
2. Быстрова Т. Концепция и методы проектирования в дизайне. [Електронний ресурс] / Т. Быстрова. — Введение в философию дизайна. — М.: БЛОГ Быстровой Т., 2009 — Електр. текст. дані. — Режим доступу: [http://www.taby27.ru/studentam\\_aspirantam/philos\\_design/referaty\\_philos\\_design/conzept\\_design/koncepciya-i-metody-proektirovaniya-v-dizajn\\_Chuvardina.html](http://www.taby27.ru/studentam_aspirantam/philos_design/referaty_philos_design/conzept_design/koncepciya-i-metody-proektirovaniya-v-dizajn_Chuvardina.html),
3. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль / Д. Эйри — Руководство дизайнера. — СПб.: Питер, 2011. — 208 с.

### ФУНКЦІОНАЛІЗМУ У ДИЗАЙНІ 70-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ

Графічний дизайн в історії СРСР післявоєнного періоду представляє великий інтерес для дослідників і демонструє шлях, яким відбувалося становлення і розвиток радянської ідеї «технічної естетики». Метою статті є виявлення особливостей графічного дизайну 70-х років ХХ ст., глобалізаційних тенденцій, а також використання т. зв. «дизайн-стилю» у творчості дизайнерів для повноти теоретичного осмислення дизайну як гармонійно побудованої техніко-естетичної системи.

Наприкінці 1960-х років концепція сприйняття дизайну як мистецтва все частіше піддавалася критиці. Життя наполегливо вимагало розширення функціонального фронту прикладної графіки, більш активної і ділової участі цієї галузі дизайну в промисловості й торгівлі. Мистецтвознавець Сергій Серов якось зауважив: «У Радянському Союзі були дизайнери, а дизайну не було [1]». Тому була створена єдина система науково-проектних організацій на чолі з ВНДІТЕ в 1960–1970-ті рр., яка вирішила за необхідне розробити ефективну програму впровадження досягнень дизайну в культуру виробництва і споживання в СРСР та вирішити проблему підготовки висококваліфікованих кадрів [1].

Дизайнери ВНДІТЕ брали участь у проектних семінарах «Інтер дизайн», вели активну науково-дослідну, проектну й виставкову діяльність, оприлюднювали свої досягнення у журналі «Технічна естетика», що висвітлював питання теорії і практики дизайну в СРСР і за кордоном. Художники прикладної графіки, які були поборниками ідей художнього конструювання, ставили в основу своєї концепції тезу, що прикладна графіка не може існувати без науково обґрунтованого методу цілісного проектування об'єкта [2, с. 122].

В цей період у радянському графічному дизайні розпочалося впровадження модульних принципів графічного проектування завдяки запозиченню досвіду швейцарської школи графічного дизайну який був дуже цінним для професійного становлення дизайнерів-графіків. Швейцарське походження «дизайн-стилю» визначило основні формальні й комунікативні його ознаки, які склали наукову частину технічної естетики: основи соціокультурних знань, естетика, ергономіка, антропометрія, теорія формотворення, колористика, евристика, матеріалознавство і т.д. Потенційними

споживачами дизайнерського продукту могли виступати люди з різними поняттями про естетичні категорії, тому важливою засадою комунікації була візуалізація змісту найбільш нейтральними засобами. Твори дизайну отримували універсальну та понаднаціональну досконалість, яка добре сприймалася адресатами дизайнерських розробок. Це все визначило й підхід до оцінювання дизайнерських розробок: естетичні критерії відійшли на другий план, поступившись місцем функціональним.

Через категоричне неприйняття Швейцарського стилю серед радянських споживачів і значної частини дизайнерів було створено адаптовану до сприйняття більшості, комерціалізовану версію цього стилю — дифузну модифікацію дизайн-стилю. З найбільшою наочністю і переконливістю дифузна модифікація проявила себе в одній з найбільших графічних розробок 70–80-х років ХХ ст. — системі піктограм довідково-інформаційної служби Московської олімпіади [3, с. 21].

Розвиток пакувальної промисловості став викликом для радянського дизайну. В умовах дефіциту в СРСР упаковка була не способом конкурентної боротьби й залучення уваги покупців, а засобом інформування та соціалістичної пропаганди. Незабутні зразки «дизайн-стилю» у галузі пакування були створені в Москві при Міністерстві харчової промисловості у комбінаті «Союзпродоформлення»: кефір і ряжанка у скляних пляшках з широкою шийкою, молоко в трикутних пакетах, фруктовий сік у трилітрових банках, бляшані банки з ікрою, чаєм і солодощами [2, с. 225].

«Управління в народне господарство полімерів змусило дизайнерів освоювати пластмасове пакування, конструювати його форму, розраховану на використання в різних умовах, аж до космічних. Разом з тим зусиллями Всесоюзного науково-дослідного інституту технічної естетики та його філій проведені великі методико-експериментальні роботи по пакуванню для промислових виробів, в яких зроблені вдалі спроби розв'язання важких проблем комплексного проектування і графічного оформлення», — констатував наприкінці 1970-х видатний російський дослідник В. Ляхов [2, с. 123]. «Дизайн-стиль» як прояв графічного функціоналізму зберігав свою актуальність практично протягом усього десятиріччя, 1970-х років. Дизайнери й сьогодні продовжують створювати елементи ідентифікації, графічні рішення плакатів й пакування в дусі «дизайн-стилю».

**Висновок.** Радянські дизайнери прагнули створювати довговічні й якісні речі «поза часом». Асортиментна політика держави та принципи модульного проектування дозволяли створювати уніфіковані моделі, які могли бути адаптовані до різних соціально-побутових і культурних умов. Такий розумний, «екологічний» підхід став «візитною карткою» радянської системи дизайну. Системний підхід в освіті дизайнерів дозволяв застосувати найбільш сучасні й прогресивні на той час методи та засоби навчання й виховання художників-конструкторів. Дослідження «дизайн-стилю» дає поглиблене й обґрунтоване розуміння його як складної і багаторівневої, динамічної техніко-естетичної системи, що розвивається й сьогодні, пропонує нові шляхи формування цілісної теорії дизайн-діяльності — важливого інструменту соціально-економічного, науково-технічного й культурно-естетичного прогресу.



*Література:*

1. Петров С. Техническая эстетика: Эпизоды из жизни легендарного бюллетеня. Шриффт. 2020. URL: <https://typejournal.ru/articles/tekhnicheskaya-estetika-episodes> (дата звернення : 12.04.2021).
2. Ляхов В.Н. Искусство книги. М.: Советский художник, 1978. 231 с.
3. Серов С.И. Стиль в графическом дизайне. 60–80-е годы. М.: ВНИИТЭ, 1991. 119 с.

.., 4 « »

## **ЗАСТОСУВАННЯ ТАТАРСЬКИХ НАЦІОНАЛЬНИХ МОТИВІВ У ДИЗАЙНІ**

Історія розвитку татарського народу сягає в глиб віків, охоплюючи цілі періоди існування різних середньовічних держав величезного Євразійського світу з багатою матеріальною і духовною культурою. Татарський народ протягом століть накопичив природоохоронні навички і застосовував їх у практичній діяльності. Все це знайшло відображення в досвіді, традиціях і обрядах народу і в усній народній творчості. Метою статті є відображення традиційних форм і засобів татарського етнодизайну й традицій кримськотатарського народу в об'єктах сучасного дизайну.

Татарський світ утвердився в культурологічних уявленнях як прикордонна область між культурами Сходу і Заходу, а тому художньо-матеріальна спадщина пластичних мистецтв раціонального Заходу і ірраціонального Сходу віддзеркалилася в об'єктах дизайну цього народу. Основний шлях застосування татарського мистецтва в графічному дизайні — це, звичайно ж, орнамент. Квіткові і геометричні гнучкі форми можуть бути як спрощеними, так і залишитися майже незмінними із застосуванням дизайнерських прийомів. Також у графічному дизайні можуть бути використані знайомі форми і силуети [1]. Татарський орнамент має три типи мотивів: геометричний, квітковий та зооморфний. Характерною особливістю є їх закінчення контуру.

Роль художньої діяльності полягає у збереженні та відтворенні національних матеріально-культурних цінностей, не тільки утилітарних, а й духовних. Сучасний національно-орієнтований дизайн спирається на здобутки декоративно-прикладного мистецтва та етнодизайну, які розглядаються як головне джерело розвитку національного дизайну. Тому саме художня діяльність є сполучною ланкою трансформації художньо-матеріальної культури минулого, сьогодення і майбутнього. Найважливішою проблемою культурного розвитку у найближчі десятиліття, як стверджує М. Габдулла, буде формування культурно-історичного типу як деякої специфічної соціокультурної та етнічної цілісності [2].

Є ймовірність, що національні татарські мотиви в дизайні можна сплутати з арабськими через їх етнонаціональні та релігійні близькості. В даному випадку є ще один спосіб прояву самотності татарської нації — сучасне ілюстрування. На даний момент інтернет рясніє всілякими роботами різних так званих 2D і 3D художників; досить зробити кілька хороших робіт і через місяць їх вже побачить півсвіту. Величезний нереалізований простір для творчості: татарські казки і перекази. Татарський фольклор дуже цікавий, в

його скарбничці безліч незвичайних істот і історій, класичних «батирів» і скромних чорнобривих красунь, які чудово підходять для втілення в 2D і 3D ілюстраціях, що може стати потужним поштовхом для популяризації татарської національної культури. Також цьому можуть сприяти не лише ілюстрація, але й всі різновиди кінематографу, комп'ютерних ігор, дизайнерського одягу. Ці види мистецтва найбільш розповсюджені у світі й мають найменшу залежність від впливу тієї чи іншої культури.

Для розповсюдження татарської тематики у дизайні в першу чергу потрібно відчувати потреби ринку, підлаштовувати ідеї під зацікавленість людей та вносити інновації, щоб викликати інтерес у молоді. Початок популяризації татарської культури в сучасному напрямку вже було закладено. Так, наприклад, багато сучасних дизайнерів об'єднують класичні татарські мотиви з сучасним баченням і створюють бренди, які набирають популярності не тільки в суспільстві татар, а й за його межами. Наприклад «Tatarча casual» ввібрав в себе національний колорит і популярний у світі мінімалізм. Бренд «Alsu Gilmi» — стиль класичного жіночого одягу мусульман, поєднаний із сучасним стилем.

Бренд «Tatar Ornament» почав працювати з татарським орнаментом. Місія проекту Tatar Ornament — збереження спадщини. Під спадщиною розуміються всі культурні цінності, які є у людини, — поняття про красу, про культуру краю, усвідомлення своєї належності до певної національності. На думку автора проекту, національний колорит у багатьох асоціюється з чимось застарілим і не викликає бажання ділитися в соціальних мережах і пишатися цим. «Tatar Ornament» повинен переламати цю ситуацію [3].

Алія Сабитова — художник по декоративно-прикладному мистецтву і спеціаліст з графічного дизайну — завжди відчувала особливий інтерес до мистецтва і культури татар і до культурного коду Близького Сходу. На її думку, національній творчості останнім часом приділяється незаслужено мало уваги, на ринку є дефіцит якісних товарів з національним колоритом, і в цілому на татарському суспільстві позначається сильний вплив слов'янської і західної культури. Витоки цього дизайнер бачить у негативному впливі періоду індустріалізації, коли організовувалося масове виробництво однакових товарів на шкоду кустарному. Пізніше пропозиція товарів і послуг національної тематики не відповідала сучасному попиту. Так і народився бренд «Liyasa Design», який зараз знаходиться на ранньому етапі розвитку. Поки товарів, що випускаються під цим ім'ям, не так багато. В основному це приватні й корпоративні замовлення на індивідуальний дизайн, розробку фірмового стилю, логотипу та брендингу в татарському стилі. Завдання, яке ставить Алія Сабитова, — зацікавити людей, привернути їхню увагу до татарського мистецтва і стати частиною сучасної культури татарського народу [3].

Висновок. Розповсюдження татарської культури довгий час загальмовувалось через притаманний їй консерватизм, який відлякував молодь. На сьогоднішній день ця проблема не настільки актуальна, оскільки є роботи з реалізації культурної ідеї татарського народу: книги «Татарський орнамент очима дизайнера», «Магія узору — Тълсымлы бизэк», «Татарський народний орнамент» та інші. У світі вже є сучасні бренди, які почерпнули для себе татарські

мотиви графіки і успішно завойовують мусульманський світ, але поки що не має сильних продуктів, які змогли б просунути татарську культуру по всьому світу. Завдяки сучасні, комп'ютерні графіці татарська культура має засоби швидкого розповсюдження серед молоді свого народу та вихід до представників інших культурних груп.

*Література:*

1. Валеев Ф.Х. Татарский народный орнамент. Казань: Татарское книжное издательство, 2002. 302 с.
2. Габдулла М.Т. Про национальное искусство. Газета Фикер. 1906.
3. Самойлова Д. Что делают татарские дизайнеры. URL: <https://inde.io/article/641-gidhto-delayut-tatarstanskie-dizaynery> (дата звернення: 10.03.2021).

.. 4

## **ПЕРФОРАЦІЯ ЯК СУЧАСНИЙ ЗАСІБ ДЕКОРУВАННЯ РІЗНИХ ВИДІВ ОДЯГУ**

Одяг в усі часи був особливим носієм інформації про свого власника - його соціальне та матеріальне становище, належність до будь-якої народності, культурний розвиток. Тому ставлення до одягу має не тільки практичний інтерес. Костюм виконує естетичну та інформативну функції, задовольняє природні та властиві тільки людині потреби в створенні прекрасного. Ще з найдавніших часів люди усвідомили, що декоративне оформлення дозволяє перетворити функціональний одяг у художній образ. Саме декорування одягу завершує образну характеристику костюма, допомагає підкреслити особливості стилю одягу, конструкції форми та її складових частин. Сьогодні виробники використовують різні види декорування матеріалу і готових виробів, такі як аплікації, художнє різання тканин, перфорацію у вигляді мережива з різних синтетичних і натуральних матеріалів. Ажурні текстильні вироби імпонують дуже великій кількості людей. Багато дизайнерів при створенні своїх колекцій використовують прорізні фігурні малюнки, що нагадують ажур.

У сучасному світі, найбільш поширеним способом отримання прорізного малюнка є перфорація. Перфорація - прикраса тканин наскрізним малюнком, виконаним за допомогою лазерного променя. Прообраз перфорації був винайдений в 70-х роках минулого століття і називався гільйошування. За допомогою спеціального електричного інструменту з тонкою голкою, аналогічного паяльнику або приладу для випалювання по дереву, майстри виконували мереживну обробку на тканині. Для цього заздалегідь розроблений і нанесений на папір малюнок розташовувався на склі, зверху закріплювалося полотно. Лампа, яка підсвічувала знизу, дозволяла бачити візерунок крізь тканину. Точними точковими рухами майстер пропалював в матеріалі отвори. Цей вид обробки тканин став настільки популярний, що перетворився в ціле мистецтво. У поєднанні з комп'ютером, лазером перфоруєть тканини, з високою точністю створюють на них різні за формою і складністю візерунки. Для перфорації використовуються матеріали з щільною структурою, а



саме текстильні матеріали. Перфорацію також виконують на натуральній і штучній шкірі та хутрі.

Багато дизайнерів віддають перевагу перфорованим виробам. У сезоні весна-літо 2021 даний вид декорування одягу було проголошено трендом. Окрім аксесуарівЮ це можуть бути повністю перфоровані сукні, топи і навіть верхній одяг (пальто і куртки). Rosie Assoulin пропонують візуально прозорі брюки та моделі, в яких перфорація служить як декор. На показах в нинішньому сезоні у великій кількості присутні перфоровані сукні всіляких забарвлень і форм. Моделі з однотонних тканин з прозорими і перфорованими елементами представили такі дизайнери як Alaia, Jonathan та Palmer Harding. Так само популярні футболки з перфорованим малюнком, їх представив дизайнер Dries Van Noten в чоловічій колекції. При цьому перфорація завжди супроводжується консервативним кроєм, помірною довжиною, практичністю і цікавим дизайном.

Опробацією було створення авторської колекції в етно стилі. До неї входить сім моделей жіночого вбрання, кожна з яких складається з сукні, декоративного елемента, головного убору, взуття. Сукні виготовлені з напівплляної тканини та мають різні конструкції. Акцентом є саме перфорований декор, виготовлений з червоного фетру методом лазерної перфорації. Декоративні елементи є з'ємними та можуть використовуватись з будь-якою сукнею. Усі перфоровані деталі є авторськими, розроблені за мотивами рослинного орнаменту слобожанських рушників. Це надає легкості та прозорості образам.



**Rybak Maryna, a 3-rd year student of Design faculty**  
*Scientific adviser: Kuznetsova V.M.*

## **ECODESIGN**

The emergence of a new scientific field, such as “ecological aesthetics”, raises the problem of interaction between human and nature and finds its practical application in “ecodesign”.

Ecodesign or sustainable design is a direction that aims to eliminate negative impact on the environment. The General Services Administration (GSA) identifies the following ecodesign objectives:

- minimizing waste;
- creation of a healthy environment;
- reduction of consumption of non-renewable resources [1].

In the modern world, the prefix “eco” is one of the most popular: some firms use it for marketing purposes to attract consumers, others focus consumers’ attention on the use of natural components in production (for example, houses made of natural timber), emphasizing their beneficial environmental impact specifically for consumer. But, it should be noted that ecodesign in the modern sense is not only a concern for a potential client, but also a separate attention to nature. Ecodesign takes into account the ecological component of production, consumption and disposal of products, while focusing on its ergonomics and aesthetics [2].

Ecodesign assumes the use of mainly natural materials in the interior design. These are wood, clay, stone, cork, bamboo, raw and very simple fabrics. An important criterion is the possibility of secondary use, ensuring the ecological “cycle”. This means that materials borrowed from nature should be disposed of in an environmentally friendly way, and ideally reused. There should be as few things as possible and only the most essential. The room must not be littered, because the objects in it play an extremely practical role [3].

Thus, it can be argued that ecodesign is a synthesis of an artistic design basis, science and philosophical understanding of a global problem.

### *References:*

1. “What is ecodesign” Retrieved from: <https://blog.depositphotos.com/ru/sustainable-design.html>
2. “Modern trends in ecodesign” Retrieved from: <https://vlv-mag.com/rubriki/ekologiya/ekodizajn-sovremennyie-tendenczii>
3. “Ecodesign as a factor in the development of modern aesthetics” Retrieved from: <https://mgpu-media.ru/issues/issue-21/art-criticism/ecodesign.html>

**Simson Katerina, Department of Environment Design, KSADA**  
*Scientific revisor: Associate professor, Phd, Hovorun A.V.*

## **USING UKRAINIAN SYMBOLS IN THE MODERN INTERIOR**

Nowadays, the current trend of everything Ukrainian is evident not only in national, but also in foreign clothes elements and elements of decoration. Ukrainian style in the interior is gaining popularity, as it can be harmoniously implemented in whatever room. The idea of “Ukrainization” of space is usually related to the

desire to return the original atmosphere of the Ukrainian house, which constitutes the “work of art”.

Our mission as designers is to achieve a harmonious unity of the heritage of our forefathers in the construction, architecture, decoration of modern homes and to ensure the organic coexistence of all individual components. The importance of the problem, is that we don't know exactly how to combine modern style with elements of Ukrainian folk symbols. Therefore, this topic is interesting as a place to explore.

Ukrainian style of interior used to be built on folk traditions. It mimics the ethnicity of country houses through the use of natural streamlined shapes, massive wooden furniture and a variety of decorative elements. Today's interior in the Ukrainian style is about the harmonious interweaving of these elements in it.

In the Ukrainian ethnic style of the interior, household items play an important role. All of them were made of natural materials, decorated with national ornaments. First, Ukraine is known for its weaving. From ancient times, the Ukrainian house was decorated with home-woven carpets, which covered the walls, benches and floor. Each of them had its own unique pattern. Also, it is impossible to imagine a house without embroidered towels. They decorated penitents, tables, walls and icons. To decorate pillows and other bed linen Ukrainians embroidered complete pictures. Pottery gave us the ceramic ware among the Ukrainian household items. Ukrainian potters decorated their works with bright and varied patterns. Now we have numerous variations of painted jugs, plates, tiles, toys, souvenirs etc.

Wood is not only a raw material for the manufacture of furniture, but also a various utensils, toys and decorative elements. I also want to pay attention to such a craft as wickerwork. Interweaving in different combinations of shoots of a vine, a cattail, a pine root, straw, tufts of grass, wrappers of corn cobs, strips of a face, a bast, shingles, etc. creates a constructive basis and a rhythmic pattern.

The Petrykivka paintings is becoming more and more popular and can be found on a variety of things. Whereas previously, walls, musical instruments, some household items were decorated with incredible patterns only, now we see motifs of Petrykivka painting everywhere. In 2013, Petrykivka painting was even included in the UNESCO Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity.

Ukrainian national symbols have returned to the fashion of modern housing. The masters became more professional and began to successfully combine modern and Ukrainian folk elements in the decor. Successfully combined styles give comfort and a beautiful aesthetic appearance of the house. Spacious, bright rooms, colorful paintings on the walls, embroideries, decorative towels, jewelry, utensils, Petrikivska painting will give a real Ukrainian flavor and uniqueness to our homes.

#### *References:*

1. Вовк Х.В. Студії української етнографії та антропології. – К.: Мистецтво, 1995, 324с.
2. Данилюк А. Г. Українська хата / А. Г. Данилюк. – К. : Наук. думка, 1991. – 110 с.
3. Селівачов М. Р. Лозоплетіння // Енциклопедія Сучасної України: електронна версія [веб-сайт] / гол. редкол.: І.М. Дзюба, А.І. Жуковський, М.Г. Железняк та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2006.
4. URL: [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=56290](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=56290)

, 2 , .  
 ∴ . . . .

## ПЛАСТИЧЕСКАЯ АНАТОМИЯ В КОНТРАПОСТЕ

«Contrapposto» в переводе с итальянского означает «противоположный» или «встречный». В искусстве это относится к естественному положению человеческого тела стоя, когда вес опирается на одну ногу и смещается торс, чтобы противостоять этому. Он ассоциируется со скульпторами эпохи Возрождения, которые вдохновлялись древнегреческими и римскими моделями. Давид Микеланджело является прекрасным примером. Перенос веса на одну ногу заставляет бедра, позвоночник и плечи Давида наклоняться, чтобы сохранить равновесие.

Значимость контрапоста даже в древних эпохах было более распространено, чем опыт физического баланса в фигуре человека. В результате получается контраст движений плечевого и тазового пояса относительно горизонтальной средней линии рисунка и выходит S-образный изгиб по отношению к вертикали, мысленно проведенной от яремной ямки между ключиц к внутренней лодыжке опорной ноги. Главная S-образная кривая реагирует на другие, противоположные направления, и не только в одной плоскости и в трехмерном пространстве.

Контрапост описывает категорию поз, которую художники предпочитали на протяжении тысячелетий. Несмотря на то, что «Contrapposto» - итальянское слово, самые ранние скульптуры, изображающие человеческое тело в этой позе, относятся к V веку до нашей эры в Древней Греции. Она возникла как альтернатива греческим скульптурам Куроса, где фигуры видны спереди с одинаковым весом на обеих ногах и одна ступня немного впереди другой, которые имели жесткие качества. Один из самых ранних примеров позы контрапоста можно увидеть в древнегреческой скульптуре Досифора (Копьеносца), созданной примерно в 450-440 годах до нашей эры, которая показала, как изогнутое положение могло придать скульптуре гораздо более естественное, реалистичное качество. Проблемы баланса представляли собой технические проблемы, которые многие художники преодолевали, добавляя опоры для фигур, на которые они могли опираться. В последующие века этот стиль продолжал оставаться популярным, появляясь как в драпированных, так и в обнаженных фигурах.

В период итальянского Возрождения и маньеризма различные художники возродили классическую позу, назвав ее контрапост, которую они оживили в живописи и скульптуре с большим знанием анатомии человека. Несколько изображений персонажа Давида, сначала Верроккьо, затем Донателло, а затем Микеланджело, демонстрируют эволюцию стиля Контраппосто, когда он стал более сложным, преувеличенным и анатомически точным, кульминацией которого стала культовая скульптура Микеланджело в стиле Высокого Возрождения, сочетающая плавное s-образное тело с сильным чувством мускульной силы и доблести. Такие позы также появлялись в картинах эпохи Возрождения и маньеризма, где одиночным и множественным фигурам придали динамизм и энергию через скрученные позы.



В современном искусстве поза контрапост продолжает служить отправной точкой для художников, работающих в различных средствах массовой информации, часто со знанием дела с многовековой традицией. Исследователи из США, Португалии и Швеции пришли к выводу, что любители удобно расположиться в кадре, кокетливо опершись на ногу и приподняв одно плечо относительно другого, выглядят привлекательно в глазах большинства зрителей.

Современные художники по-прежнему используют позу, часто как ссылку на древнюю традицию, но также как средство для создания динамизма в своих произведениях. Возьмем, к примеру, видео Брюса Наумана «Прогулка с контрапосто» (1968). Здесь Науман с трудом пробирается через узкий проход, всегда пытаясь сохранить позицию Контрапосто. Поза, которая была разработана для того, чтобы предметы казались более естественными и расслабленными, вместо этого становится большим физическим ограничением. Современные фотографы, в том числе Август Сандер и Роберт Мэпплторп, также решили изобразить фигуры в Contrapposto, как игривый намек на прежние представления тела древних греков, итальянского Возрождения и маньеризма. Примером может служить портрет Линдси Кей Мэпплторпом (1985), на котором маленькая девочка находится в позе Контрапосто перед кирпичной стеной.

Контрапост позволила художникам показать свое мастерство способами, которые они раньше не могли делать, изображая больше движений, реакций и эмоций в своих предметах.

Контрапост описывает категорию поз, которую художники предпочитали на протяжении тысячелетий. Типичная поза контрапоста показывает противопоставление различных сегментов фигуры: таз и грудная клетка наклонены в противоположных направлениях, одна нога прямая, а другая согнута. Такое умышленное противопоставление может придать фигуре различные выразительные качества. Это может помочь художнику в достижении чувства движения и элегантности, а также может помочь раскрыть психологию и эмоциональную жизнь объекта.

.., 4 , « »  
: . , . .

## **ВПЛИВ КОНСТРУКТИВІЗМУ НА СТАНОВЛЕННЯ СТИЛЮ ЕРІКА БУЛАТОВА**

Ерік Володимирович Булатов — московський художник-фотореаліст, один із засновників соц-арту. Відмітна риса авторського стилю художника — це гармонійне поєднання плакатного жанру, популярного за радянських часів, і живописної складової. Гасла на картинах Е. Булатова взаємодіють із пейзажами й портретами. Цим прийомом, на думку критиків, художник підкреслював абсурдність навколишньої дійсності, її перенасиченість пафосними промовамі і пропагандою. На початку своєї кар'єри в 1960-х роках Ерік Булатов вивчав потенціал живопису як коментаря в галузі соціального життя. Засновник школи московського концептуалізму, Булатов розвинув принцип того, що сьогодні називається «концептуальним живописом»,

використовуючи текст і зображення для віддзеркалення його розуміння соціальних відносин.

Авторський графічний стиль Булатова багато в чому нагадує роботи 1920-х років, насамперед, О. Родченка й В. Маяковського. Він буквально копіює композиційні рішення рекламних плакатів, але водночас створює непідробне відчуття навмисності — для додання картині більш явного, читаного семантичного шару, що, в свою чергу, є важливим завданням художника-концептуаліста. Ці схеми і знаки служать посиленням до офіційного радянського мистецтва: шрифти або велика кількість червоного кольору, який використовували художники, на генетичному рівні сприймалися радянським глядачем як пропагандистські гасла.

У своїй творчості Булатов неодноразово звертався до спадку О. Родченка, і ще з більшою силою розвивав ідеї взаємодії простору й площині на полотні — реалістичного зображення дійсності й суворого «радянського» шрифту, буквально написаного поверх всього. Але своєрідність і головна відмінність робіт художника від плакатів і колажів Олександра Родченка полягає в тому, що шрифт, хоч і має «працювати» як площинний об'єкт, блок тексту, проте підпорядковується законам гравітації, крім того, що і композиційно шрифт несе смислове навантаження. Подібні прийоми у Родченка уявити просто неможливо: шрифт на плакатах-колажах завжди розташований на догоду композиції, він не йде у перспективу, а розташовуючись на умовних трикутниках, просто зменшується кеглем до кінця. Шрифт у Родченка завжди підкріплений паралельними лініями або скомпонований у блоки або різні прості форми для врівноваження. Теж саме можна побачити на плакатах Густава Клуциса.

Зародження художньої мови митця спиралося на художню мову його попередників, проте Ерік Булатов гарно та оригінально модернізує її, і вже не можна сказати, що це «пародія» або відтворення — він виробив свій особливий стиль, який глядачі вже по праву визнали й оцінили. Внесок Е. Булатова у сучасне мистецтво можна порівняти з досягненнями його западної колеги Барбари Крюгер; вони творили майже водночас, але в різних «ворожих» державах, притримуючись своїх принципів, і однаково стали тим «художнім підпіллям», яке вплинуло на вектор розвитку поп-культури в їхніх країнах.

**Висновок.** Підсумовуючи, можна сказати, що, користуючись ідеальними джерелами натхнення, Ерік Булатов виробив свій власний метафоричний стиль і надихнув наступні покоління художників і дизайнерів. Не завжди і не у кожного митця-постмодерніста можна знайти настільки гарні й талановиті роботи, не тільки за технікою, а й за смисловим навантаженням, як у Булатова. Його картини наповнюються багатьма семантичними шарами, які завжди можуть трактуватися по-різному. У його картинах (на відміну від інших робіт сучасників, які виступали проти влади) не має зайвої вульгарності, що відрізняє художника своєю неоднозначною вишуканістю.

*Література:*

1. Тулицына М. Эрик Булатов. Искусствознание. 2014. № 4. С. 52–58.
2. 10 неизвестных: Художник слова Эрик Булатов. URL: <https://www.m24.ru/articles/vystavki/07112016/121324> (дата звернення: 20.11.2020).

3. 10 хрестоматийних работ Эрика Булатова. URL: <https://arzamas.academy/materials/1563> (дата звернення: 20.11.2020).
4. Я пользуюсь теми же средствами, что и художники 500 лет назад. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/6015/> (дата звернення: 20.11.2020).
5. Эрик Булатов. Интервью. URL: <https://24smi.org/celebrity/66596-erik-bulatov.html> (дата звернення: 20.11.2020).

. ., 2 , . « »

: . . . .

## ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН У ВИСВІТЛЕННІ ПРОБЛЕМИ СПОЖИВАЦТВА

Тема споживацтва для сучасного дизайнера має велике значення, бо він несе соціальну відповідальність, тому що через свої візуальні образи він передає великий потік інформації, яка має дуже сильний вплив на людину. Графічний дизайнер може як і пропагувати споживацтво, зацікавлювати покупця, так і вказувати на цю соціальну проблему та її вирішення. Графічний дизайнер має дуже великий вплив через свої роботи на повсякденне життя. Маючи потужну здатність спілкуватися та навчати, дизайнери здатні спонукати людей приймати обґрунтовані рішення та вибір щодо того, що вони роблять та споживають [4]. Тому, якщо дизайнер має можливість впливу на рішення і погляди людей, то має можливість залучати їх увагу на будь-які соціальні проблеми, та показувати їх вирішення.

Споживацтво (консумеризм) вважається визначальною рисою сучасного суспільства. Воно стало невід'ємною частиною ще у XX сторіччі, та буде актуальним ще довгий час. Споживацтво спонукає купувати та споживати товари та послуги, що перевищують основні потреби людини [1]. Бездумне споживацтво заохочує збільшення витрат на купівлі товарів, такі як машини, одяг, взуття та гаджети, замість того, щоб економити та інвестувати. Споживачі купують товари та послуги, щоб не відставати від модних тенденцій. Пошук кращих товарів нескінченний [2].

У споживацтва є свої переваги та недоліки. Що до переваг: споживчий рух стимулює економічне зростання, стимулює інновації та творчість, оскільки споживачі активно шукають найкращі товари для придбання, виробники перебувають під постійним тиском та інновації.

Але, консумеризм має дуже серйозні недоліки: споживацтво часто критикують, бо деякі бачать, що споживацтво може призвести до матеріалістичного суспільства, яке нехтує іншими цінностями. З точки зору екології споживання, можна відзначити забруднення виробничою промисловістю, виснаження ресурсів внаслідок широкого значного



Рис.1

**Source Sans  
Variable**

Рис.2

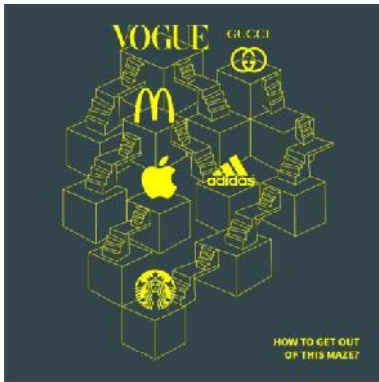


Рис.3



Рис.4

споживання та проблеми з утилізацією відходів від надлишку споживчих товарів та упаковки. Так само, велику роль має психологічний вплив. Психологічні експерименти показали, що люди, схильні до споживацьких цінностей, заснованих на багатстві, статусі та матеріальних цінностях, демонструють більшу тривогу та депресію [3].

У дизайнерському проєкті на тему «Consumerism» були показані різні аспекти проблеми споживання, які мають великий вплив на людей. Роботи були зроблені у виді публікацій до мережа Інстаграм, бо ця платформа є найпопулярнішою серед користувачів, там дуже зручно просувати інформацію і привертати увагу людей.

У роботах основними художніми прийомами є метафора і алегорія, через ці прийоми показані проблеми представленої теми. Основою візуальної мови є лінійні зображення, та логотипи всесвітньо відомих брендів, які добре знайомі глядачам і з легкістю дають зрозуміти про що йдеться мова.

Також велике значення мають кольори, які використані у роботах. У кожній публікації свій колір, яким зображена кожна проблема. Кольори були обрані яскравими, щоб привернути увагу глядача і показати, що за яскравою картинкою ховається серйозна проблема. У контраст яскравим кольорам був обраний складний, темно-синій колір, він є основним кольором, як фон робіт. Цей колір посилює напругу обраної теми. (рис.1)

Було вирішено використовувати в роботі звичайний текстовий шрифт (Рис.2), щоб він менше брав на себе уваги, бо основним у роботі є зображення. Був використаний шрифт Source Sans Variab (в Bold) в трьох розмірах для різноманітності. На один розмір дві робити, це витримує загальну цілісність та контраст. Шрифт в усіх роботах був використаний у флаговій виключці.

Через метафору лабіринт доводиться, що люди заблукали у світі моди (рис.3). Тренди моди так заволоділи ними, що їм вже складно вибратися з цього лабіринту. Через різні самі поширені залежності, споживацтво показано як така ж сама залежність, яка теж крім тимчасової радості має наслідки (рис.4).

Через купу сміття пакетів з брендами, показано, що людство вже загрузло у цьому безглуздому смітті (рис.5). Ще було показано вирішення



Рис.5



Рис.6

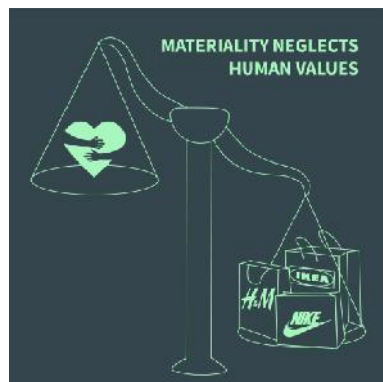


Рис.7

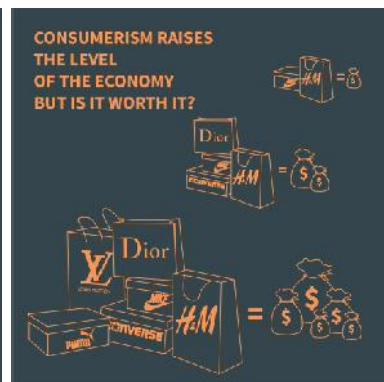


Рис.8

такої проблеми, як споживацтво, що можна замість того, щоб скупляти нові речі, можна давати друге життя старим речам (рис.6).

Завдяки проведеній аналогії з вагами, було показано, що мода та тренди можуть переважувати моральні цінності (рис.7). Через інфографіку було показано, що споживацтво має і плюс – економічне зростання (рис.8).

Споживацтво має і добру, і погану сторону. Незважаючи на те, що споживацтво обумовлює економічне зростання та стимулює інновації, воно має значну кількість проблем, починаючи від екологічної та моральної деградації і закінчуючи вищим рівнем боргу та проблемами психічного здоров'я [1]. Дизайнер може дуже сильно вплинути на масове споживання, він може збільшити зріст споживацтва, а може донести до людей, що споживацтво є проблемою, яку потрібно вирішувати, бо воно несе серйозні наслідки.

*Список використаної літератури:*

1. Що потрібно знати про споживацтво. Марк Скотт <https://swiftmoney.com/blog/what-you-need-to-know-about-consumerism/>
2. Квитка О. Л., Турчин В. В. Роль мировоззрення в практиці графічного дизайну / О. Л. Квитка, В. В. Турчин // Традиції та новачі у вищій архітектурно-художній освіті: зб. наук. пр. / за ред. проф. Даниленка В. Я. – Х. : ХДАДМ, 2011. – №1. – С. 210-214.

3. Квітка О. Л. Міждисциплінарні аспекти семантики терміна «графіка / О. Л. Квітка // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: зб. наук. пр. / за ред. Даниленка В. Я. – Х. : ХДАДМ, 2012. – №13. – С. 37-40.
4. Споживацтво та його невдоволення. Томас Данжеліс. <https://www.apa.org/monitor/jun04/discontents>
5. Адам Хейс. <https://www.investopedia.com/terms/c/consumerism.asp#:~:text=What%20Is%20Consumerism%3F,consumer%20goods%20and%20material%20possessions>
6. Соціальна відповідальність у графічному дизайні. <https://www.cram.com/essay/Social-Responsibility-In-Graphic-Design/F37FY2S3UYKW>

. . . 4 . . . « . . . » . . .

## ВПЛИВ ІДЕЙ БАУГАУЗУ НА РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Баугауз — найвпливовіша школа прикладного мистецтва, дизайну та архітектури ХХ століття. За чотирнадцять років свого існування вона справила художню революцію, стала тим місцем, де художники і ремісники різних країн намагалися переосмислити світ. Представники Баугаузу стали засновниками принципу практичної користі і раціональності форм, заклали новий підхід до навчання, роботи з міськими ландшафтами, меблями і предметами побуту.

У Баугаузі отримали розвиток усі жанри графічного дизайну: шриффт, колаж, фотомонтаж, рекламний плакат, книга тощо. На прикладі декількох робіт студентів Баугаузу можна прослідити взаємозв'язок та вплив принципів Баугаузу на галузь графічного дизайну. Баугауз визнавав тільки функціональний дизайн. Кожна деталь повинна була виконувати певну роль, ніяких безглузких декорацій. Первинна функція, яка і визначає форму. Послідовники Баугаузу спрощували все [1].

Так у 1923 році Йозеф Хартвіг створив дизайн шахів, 32 фігури були виконані в геометричних формах, за допомогою яких Хартвіг хотів передати лише одну їх функцію — рух. Всі шахові фігури складаліся з простих геометричних форм — сфери, хреста і куба, що дозволяло інтуїтивно зрозуміти рух кожної фігури по дошці. Напр., діагональні ходи на цій дошці робить Х-подібний слон, а вільне переміщення — ферзь у вигляді сфери, закріпленої на кубі. Усунувши релігійні і монархічні символи, використовувані в шахах, німецький дизайнер прагнув таким чином інтегрувати багатовікову гру в сучасну епоху [2]. Ці шахи повністю ілюструють принципи Вальтера Гропіуса та й в цілому Баугаузу — об'єкт повинен бути практичним, міцним, недорогим і гарним.

Ці ідеї простоти та функціональності знайшли своє відображення у сучасних тенденціях графічного дизайну, а саме у стилістиці мінімалізму. Акцент робиться тільки на самому основному, головні деталі зображуються максимально просто і лаконічно [3]. Ознаки цього стилю ми бачимо в сучасному пакуванні, плакатах тощо. Розробка нових шрифтів на основі естетики абстрактної геометричної форми стала одним з головних напрямків графічного дизайну школи Баугауз. Тут теж пріоритет полягає у функціональності, сприянні промисловості та масовому виробництву. Яскравим прикладом ві-

дображення цих ідей можна вважати творчість Герберта Байера — майстра типографіки і книжкового дизайну, дипломованого архітектора, який навчався в Баугаузі і після його закінчення в 1925 році був призначений молодшим майстром майстерні реклами, типографіки та поліграфії у Дессау.

За час роботи і навчання в Баугаузі Г. Байер багато працював зі шрифтами. Одним з найзначніших творінь Байера донині вважається знаменитий шрифт Universal. Дизайнер стверджував: «Навіщо нам писати двома різними алфавітами, адже вголос ми ж не говоримо з великої «А» або з маленької «а»» [4]. Цей шрифт — точне втілення всіх ідей Баугаузу: функціональність, простота і ніякого зайвого декору. Він пробуджує ідею просувати неієрархічну мову, яка сподобається всім, у якій не слід використовувати великі літери, оскільки ми не використовуємо їх, коли ми говоримо. Цей тип алфавіту легше вчити і читати. Його друк займав менше місця та був більш економічним — набір верстатів був простішим, а складання літер можна було спростити. Ідея економії часу була також підкреслена внизу їх бланка текстом: «wir schreiben alles klein, denn wir sparen damit zeit» (ми пишемо все дрібними літерами, тим самим економимо час).

Дизайнерські розробки школи Баугауз стали джерелом натхнення для нового напрямку, спрямованого на створення краси й простоти — т. зв. «швейцарського» стилю. Засновники «швейцарського» стилю, як і представники Баугаузу, стверджували, що дизайн повинен фокусуватися на змісті, а не на декоративних доповненнях. Напр., у роботах представника «швейцарського» стилю Йозефа Мюллера-Брокманна простежується використання шрифту з малих літер, як відображення ідей Байера. Також втілення ідей Баугаузу й «швейцарського» стилю можна спостерігати у роботах наших сучасників. Так, наприклад, на плакатах Майка Джойса, виконаних у «швейцарському» стилі, застосовано діагональну композицію й використано лише маленькі літери — характерні елементи школи Баугауз.

Якщо казати про вплив естетики Баухаузу на сучасний дизайн, то варто зазначити, що з однієї сторони естетичні принципи Баугаузу є фундаментом сучасного дизайну, а з іншої — сучасні дизайнери часто не рефлектують цей вплив. Це говорить про те, що естетична мова Баугаузу для сучасного дизайнера є не однією з можливих стилістичних ігор, а системою мислення. Можна говорити про епістему сучасного дизайну — здатності мислити і формувати поняття саме так, як це склалося сто років тому в Баугаузі [5].

**Висновок.** У сучасному дизайні принципи, на яких будувалася естетика Баухаузу, не ставляться під сумнів, а фундаментальні основи і принципи композиційного формоутворення Баухаузу продовжують жити. Лише за 14 років свого існування ця школа зробила вагомий внесок у культуру не тільки того часу, а й у дизайн та архітектуру сьогодення. Всесвітньо відомі бренди, такі як Apple та Ікеа — яскраві приклади наслідування ідей функціоналізму у сучасному світі.

#### **Література:**

1. Гропиус В. Границы архитектуры. М.: Искусство, 1971. 80 с.
2. Benjamin H.D. Buchloh Bauhaus 1919–1933. Workshops in Modernity, New York: The Museum of Modern Art, 2009. 164 с.

3. Микуцкая Е. Минимализм в графическом дизайне / Всеукраїнська наукова конференція студентів та аспірантів ХДАДМ за підсумками роботи 2015-2016 навчального року. Х.: ХДАДМ, 2016. С. 111–112.
4. Григорян М. Гениальная простота. URL: <https://compuart.ru/article/8891> (дата звернення: 10.04.2021).
5. Панкратова А. Эстетика Баухауза как фундамент современной дизайн-эпистемы, Москва: МГХПА, 2020 187 с.

. . 4 « »

## АР-ДЕКО В СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Стиль, який згодом назвали Ар-деко, з'явився у Парижі у 20-х рр. XX ст. і став черговим підтвердженням кінця традиційного дизайну, але на відміну від абстрактного модернізму, в його основі лежала легкість і дружелюбність. Одержимість Ар-деко охопила і графічний дизайн. У цьому стилі працювали А. Кассандр, У. Болін, Е. Беніто. А видана у 1929 р. книга А. Тольмера «Верстка» містила сформовані канони дизайну в стилі Ар-деко [2, с. 17]. Варто виділити кілька характерних рис у дизайні цього стилю: великі зображення та написи акцидентними шрифтами; геометричний орнамент; комбінована верстка; декоративність з присмаком розкішного життя і джазу; використання символів нової індустріальної революції та елементів кубізму і футуризму [2, с. 17].

Завдяки новаторству, стиль Ар-деко швидко отримав світове визнання й навіть сьогодні використовується в різних сферах дизайну, починаючи від інтер'єру й закінчуючи формуванням фірмового стилю для компаній, які хочуть підкреслити свою статусність. На сьогоднішньому етапі дизайнери продовжили акцентувати свою увагу на тонких лініях і виділили сімейства шрифтів, що відносять безпосередньо до Ар-деко. Відмінними рисами цих шрифтів є відсутність курсиву та зарубок; шрифтові гарнітури мають товсті штрихи й додаткові елементи. Особливість шрифтів у стилі Ар-деко — це перебільшений контраст, іноді навіть за допомогою змінених пропорцій, що дає змогу асоціюватись з точним ручним прописом. Враховуючи всі характеристики, шрифти сприймаються як досить нейтральні, їх можна використовувати без додаткових елементів, завдяки чому створюється неповторний елегантний образ.

Відмінною рисою стилю Ар-деко є поєднання природних форм і геометрії. У графічному дизайні широко використовуються плавні і хвилясті лінії, прямі кути, кола, зображення тварин і птахів, які гармоніюють з геометричними фігурами. Основні кольори — чорний і золотавий. Залежно від тематики можуть додаватися червоний, синій, зелений і коричневий відтінки. При створенні ілюстрацій і рекламних плакатів дизайнери вибирають акцидентні шрифти, великі зображення і геометричні візерунки. Часто ці картинки відображають розкішний спосіб життя і гламур. У плакатах 1920–1930-х років активно використовувалися зображення автомобілів, механізмів, тварин і жінок.

Усі ці характеристики стилю Ар-деко говорять про його гедоністичний настрій. Цей стиль ніби створений задля того, щоб глядач відчував достаток. Не дивлячись на велику кількість факторів, через які Ар-деко міг стати нуд-



ним і не викликати інтерес у молодого покоління, він не стає таким завдяки контрастам у використанні кольорів [1]. У наш час Ар-деко став більш універсальним, хоча найбільший попит він продовжує викликати у «витончених галузях». Його почали застосовувати у зовнішній рекламі, бо контрастність кольорів і геометричність форм у сполученні з мінімалізмом допомагають підкреслити технічний прогрес, що є «must-have» сучасності з активним розвитком VR та 3D моделювання. Як вважає Т. Станчева, «все частіше можна зустріти концепції стилю Ар-деко як у будівництві, так і в інтер'єрах приватних будинків, а також у роботах графічних дизайнерів. Таким чином, творці декоративного стилю: художники-декоратори, графіки й архітектори намагалися досягти ясності, виразності форми, ліній, об'єму, розробляючи нові принципи взаємодії конструктивного і декоративного, нові способи сполучення природних, традиційних і сучасних матеріалів» [3, с. 200–201].

Сучасний графічний дизайн у стилі Ар-деко — це повага до витонченого, можливо, навіть «олдскульного» шарму. Це сміливий і дещо надто прикрашений стиль, через що не кожен бренд погодиться використовувати його в якості візитівки. Але коли випадає нагода й замовник прагне вирізнитися серед конкурентів, дизайнери повертаються до стилю Ар-деко, щоб підкреслити індивідуальність і посилити імідж компанії. Напр., найстаріший бар Денвера, що знаходиться у штаті Колорадо США, по праву вважається перлиною стилю Ар-деко. Навіть коли настав час робити ребрендинг закладу, дизайнери настільки надихнулись наявним стилем, що обійшлися підкресленням його особливостей з додаванням нових елементів [1].

**Висновок.** Стиль Ар-деко можна схарактеризувати, як неформальний, постмодерний і легендарний. Попри свої у визначальній мірі нестандартні риси, Ар-деко прижився свого часу в мистецтві і продовжує надихати графічних дизайнерів сучасності. Можливо, вся суть його у дисонансному поєднанні природного й витонченого, шарму і пафосу. Всі його неповторні особливості збереглися до сьогоднішнього дня і, незважаючи на історичне зникнення стилю, дизайнери раз у раз до нього повертаються, коли потрібно виділитися від конкурентів, підкреслити індивідуальність і посилити імідж компанії. Варто зауважити, що особливо активно його знову почали застосовувати в Україні з розвитком маркетингу, графічного й веб-дизайну. Стиль був у трендах в 2017 і 2019 роках, а зараз актуальними залишаються лише деякі його риси, такі як геометрія, тонкі лінії і насичені кольори.

*Література:*

1. Дмитриева А. Стиль Ар-деко в разных сферах дизайна. Блог «Мировые школы дизайна», 2020. URL: <https://des-life.ru/art-deco-style-in-different-areas-of-design/> (дата звернення: 04.04.2021).
2. Стілі графічного дизайну: довідник / укладач С.М. Денисенко. Київ: ТОВ «Альфа Реклама», 2019. 52 с.
3. Станчева Т.В. Стиль Ар Деко як засіб комунікації та стиль мислення епохи постмодернізму у системі культури графічного дизайну. Теоретичні і практичні засади еволюції від інформаційного суспільства до «суспільства знань» і до smart-суспільства: виклики і можливості четвертої промислової революції. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 23–24 квітня 2018 р. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2017. С.199–201.

## ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН МАЙБУТНЬОЇ УКРАЇНИ

Зараз графічний дизайн оточує нас у всьому: від нематеріальних носіїв до величезних щитів з рекламою. Він торкнувся всіх сфер життя сучасного суспільства і політики в тому числі. На відміну від інших творчих напрямів, таких як живопис, танці чи музика, графічний дизайн завжди враховує потреби суспільства, проблеми людей, розвиток технологій і події, що відбуваються в окремій країні або у світі. Зараз графічний дизайн — це інструмент транслювання інформації, висвітлення проблем і шляхів їх вирішення. Але чим він буде у майбутньому?

У наукових розвідках початку ХХІ ст. констатувалось: «Як жодний інший вид практичної діяльності, графічний дизайн зазнав найбільших змін саме у зв'язку з переходом від традиційного (ручного) малювання з використання олівця й паперу до графічного проектування за допомогою комп'ютерних програм» [3, с. 53]. У наш час додалися нові можливості використання різноманітних ефектів, анімації в плакатах, відео, — і все це знайшло відгомін у графічному дизайні. Від цього відносно швидкого переходу до віртуального світу відбулася така ж різка зміна вигляду дизайну в цілому.

Перший дизайн за допомогою комп'ютерів був не структурований, строкатий, агресивний, зовсім не такий, яким він є тепер [1]. Зараз графічному дизайну властиві лаконічність, тягіння до мінімалізму, позбавлення від всього зайвого, декоративного. Це пов'язано з браком часу і психологічним напруженням у суспільстві. Життя соціально активної людини перенасичене різноманітними видами діяльності, — вона займається спортом, вчиться, працює, заводить стосунки, зустрічається з друзями, знаходить хобі, багато читає і сидить в соцмережах. При такому ритмі найбільш оптимальними є мінімалізм і функціональність у всьому, від дизайну одягу й інтер'єрів до листівок і візиток. У книзі Дж. Беккера «Менше означає більше. Мінімалізм як шлях до усвідомленого і щасливого життя» йдеться про те, що ідея мінімалізму, яка укорінилася в нашому житті, звільняє час на більш важливі речі, які допоможуть відчувати щастя частіше, до чого ми всі й прагнемо, а також допоможе зберегти навколишнє середовище.

З кожним роком все більше і більше помітне прагнення графічних дизайнерів до створення екологічного пакування й продуктів дизайну, багатозразових речей, які дозволяють менше споживати. До меншого споживання також можна віднести й переведення більшої частини поліграфії в онлайн; особливо це проявилось під час всесвітнього карантину, пов'язаного з поширенням коронавірусу. Ресторани, готелі, магазини максимально переходять в онлайн-режим, а отже менше друкують паперової реклами, що у свою чергу дозволяє зекономити ресурси й зменшити рівень відходів.

Технології вже стали невіддільною частиною життя людей, тому взаємодія між ними й дизайном неминуча. Як вже було сказано раніше, перехід поліграфії на електронні носії допомагає зробити нашу планету чистіше. «Дизайн майбутнього» — це вже не про красу, значно важливішою є

функціональність та екологічність, а декоративність відходить на другий план. Передбачити майбутнє українського графічного дизайну складно, але варто подивитися на досвід більш розвинених у цій сфері країн: Швейцарії, Великої Британії, Японії. Аналіз тенденцій розвитку дизайну цих країн показує, що графічний дизайн майбутнього — це абсолютно екологічний, мінімалістичний і багаторазовий продукт [4].

Нові ідеї та високоякісні роботи в графічному дизайні з'являються буквально по всьому світу. І хоча Україна поки що сильно відстає в цій сфері, ситуація починає змінюватися на краще. Як стверджує в одному зі своїх інтерв'ю відомий український дизайнер Микола Коваленко: «У нас багато талановитої молоді, і це означає, що все буде добре» [2, с. 15]. І це правда, — з кожним роком все більше українських графічних дизайнерів перемагають у всеукраїнських і міжнародних конкурсах, створюють екологічно-значущі проекти. Нинішні й колишні студенти вже починають втручатися й змінювати на краще вигляд сучасних українських міст.

**Висновок.** Український дизайн — досить молоде явище, яке не завершило своє становлення і все ще формується. Однак вже зараз можна стверджувати, що графічний дизайн майбутньої України різноманітний, технологічний та унікальний, саме за рахунок великої національної спадщини, яка у різні роки виявлялася у будь-яких формах у мистецтві. Різноманітність у дизайні дасть нагоду у майбутньому розвиватися таким сферам, як шрифт (акцидентні й унікальні шрифти до кожного нового продукту), рукотворні ілюстрації та 3D анімація (використання анімації в айдентичі, а також доповненій реальності).

Отже, в наш час немає певного стилю у графічному дизайні, зараз все змішується, взаємодіє і завдяки цьому створюється щось нове. Але подальші перспективи його розвитку пов'язані зі створенням національно-орієнтованого дизайну, який допоможе вивести його на рівень зі світовими лідерами цієї індустрії.

#### *Література:*

1. Вергунов С.В. Дизайн Украины: аспекты становления и развития. Вісник ХДАДМ. Харків: ХДАДМ, 2009. №2. С. 18–31.
2. Мохаммад Я. Николай Коваленко: «Олег, где макет?». С. 15–16. URL: <https://ru.calameo.com/books/005681852f67a3b1facd9> (дата звернення: 22.11.2020).
3. Сбітнева Н.Ф. Графічний дизайн України початку III тисячоліття: проблеми та перспективи розвитку. Вісник ХДАДМ. Харків, 2011. №6. С. 52–55.
4. Тренды в дизайне на 2020 год. Friendly Design. 2019. URL: <https://vc.ru/design/90991-trendy-v-dizayne-na-2020-god>. (дата звернення: 26.11.2020).

## ДИЗАЙН

Тема розробки дизайну елементів візуальної ідентифікації проєкта-виставки «Українські корівки» актуальна, тому що використання сучасного

дизайну сприятиме поліпшенню іміджу та залучення нової аудиторії до послуг компанії-замовника. А також допоможе привернути увагу людей до проблем онкохворих дітей, так як проєкт-виставка є благоїдною та проходитьиме за підтримки фонду «Пігулки», який захищає інтереси онкохворих дітей та їхніх сімей в Україні.

Мета проєкту – розробка дизайн-продукту, а саме логотипу, поліграфії, дизайну сайту та візуального дизайну соціальних мереж, що дасть змогу організаторам виставці зробити сучасне мистецтво частиною повсякденного життя.

В ході виконання завдань проєктної практики за темою дипломного проєктування було здійснено сегментування ринку продукту [6] на харчовому ринку України та на ринку дизайну айдентики проєктів, які створені для поліпшення іміджу компанії. Згідно інформації, наданої замовником (бриф), основні конкуренти серед фірм, які присутні на ринку молочної продукції України – (і елементів айдентики фірм) – «Агромол» [4], «Villa Milk» [8], «ЛАГО» [7].

Проаналізувавши елементи дизайну ідентифікації цих фірм, були підведені підсумки щодо ключових моментів, на які в подальшій праці треба звернути увагу. Існуючі логотипи благоїдних акцій та графічного супроводу проєктів не відповідають трендам графічного дизайну. За технічним виконанням логотипи часто відстроєні не по сітці, тому виглядають диспропорційно, а також обрана колірна гама викликає негативні асоціації.

Отже, для того щоб створити конкурентоспроможний продукт, фірмі-замовнику необхідно звернути увагу на такі елементи, як колірна палітра, використання сітки у логотипі та елементах графічного дизайну, а також сучасних тенденцій при розробці концепцій дизайну проєкту-виставки «Українські корівки».

У ході перед проєктного аналізу було проведено сегментування ринку споживачів, інформацію було використано для складання описового портрету представника цільового споживача: жінка віком 27 – 40 років. Активна місцянка, що цікавиться культурними та соціальними подіями, планує своє дозвілля навколо мистецтво-творчих та інших креативних заходів. Часто працює або буває у центрі міста. Займається активно спортом, не вважає необхідним створювати родину. Така людина відчуває потребу в спілкуванні та поліпшенні свого ідеалізованого «образу Я» шляхом активної участі у благоїдних акціях.

Проведений аналіз перед проєктної ситуації та аналіз «аналогів» дизайну логотипів став основою рішення щодо стратегії охоплення ринку, а саме концентрований маркетинг [5]. Ми зосереджуємо свої зусилля та ресурси на одній групі цільових споживачів, описовий портрет представника якої було описано вище.

Також, ми визначилися зі стратегією позиціонування елементів дизайну проєкта-виставки «Українські корівки». Так, як мета виставки – привернути увагу пересічного громадянина до проблематики дитячих онкозахворювань та благоїдної діяльності фонду «Пігулки» яскравим нестандартним способом, який не висвітлює проблематику раку у жалобній конотації, добрим рішенням буде обрати таку стратегію позиціонування – «за спожива-

чем» – створення нового дизайну елементів айдентики проєкта-виставки, який залучає до себе увагу, і впровадження нового стилю на час виставки в існуючі акаунти соціальних мереж фірми-замовника з вже «напрацьованою» аудиторією, з урахування потреб представників цільових груп.

Перед тим, як було розпочати безпосередньо розробку елементів дизайну проєкту-виставки «Українські корівки», було сформульовано його головну ідею та концепцію дизайну, адже саме від сформованої ідеї буде залежати зовнішній вигляд дизайну.

**Ідея розробки елементів дизайну проєкту-виставки** – поліпшити імідж компанії засновника цієї події.

З цього випливає формулювання концепцій дизайну елементів візуальної ідентифікації для проєкта-виставки «Українські корівки». В ході дослідження елементів дизайну айдентики конкурентів були виявлені основні тенденції в розробці фірмового стилю для благодійних проєктів та виставок і було запропоновано три альтернативні концепції проєкта-виставки «Українські корівки».

Перша альтернативна концепція – «Символ корівки, як об'єкт самовираження, свободи та креативної енергії». Така концепція актуальна, тому що відповідає не тільки експонатам виставки, а саме розмальованим двометровим корівкам з яскравими ілюстраціями та інтерактивними принтами, а й перетинається з основним напрямком та логотипом фірми-замовника (корівкою).

Логотип враховує існуючі тенденції [2] та складається з напису мінімально натикаючого на українські коріння, а також графічної частини із спрощених стилізованих графічних витворів мистецтва, які представлені на виставці.

Друга альтернативна концепція – «Мистецтво допомагає». Для створення концепції була обрана орієнтація на головне посилення цієї виставки, а саме допомогу онкохворим дітям. При її реалізації буде створена велика кількість поліграфії, яка міститиме у собі QR-код для переказу грошей у фонд «Пігулки».

Третя альтернативна концепція – «Сучасне мистецтво, як частина повсякденного життя». Робимо акцент на створенні вільного арт-простору, ідей та неповторності українських митців. При її реалізації інформація про благодійні внески відходитиме на другий план, а інформація про виставку і митців на перший. У концепції враховано один із сучасних трендів – спрощення [3].

Отже провівши тестування концепцій серед фокус-групи, яка грала роль дизайнерів і до якої входило 6 незалежних експертів: студенти 4 курсу спеціалізації «Графічний дизайн» Харківської державної академії дизайну і мистецтв, можна зробити висновок, що експертна група віддала перевагу за всіма критеріями першій концепції – «Символ корівки, як об'єкт самовираження, свободи та креативної енергії», тому що усі оцінки були вище зони середніх значень, порівняно з результатами інших двох аналогів.

Втілення даної концепції дозволить розробити логотип та елементи дизайну фірмового стилю, які будуть формувати позитивний образ замовника, а також виділятися на фоні конкурентів. Також продукт враховує

сучасні тренди на графічний дизайн та дизайн фірм конкурентів, тож продукт здатний виконати поставлені завдання, тому у подальшому буде розроблений візуальний стиль саме за обраною концепцією.

*Література:*

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. 8-е изд. Київ : ИД «Вильяме», 2017. 832 с.
2. Волков І. Десять главных тенденций 2021 года в разработке логотипов. 2020. URL: <https://vc.ru/design/180223-desyat-glavnyh-tendenciy-2021-goda-v-razrabotke-logotipov> (дата звернення 14.04.2021)
3. Лісничка В. Упрощение: что происходит с логотипами модных брендов. Телекритика. 2019. URL: <https://telekritika.ua/uproshhenie-cto-proishodit-s-logotipami-modnyh-brendov/> (дата звернення 15.04.2021).
4. Агромол // Agromol: веб-сайт. URL: <http://agromol.com.ua> (дата звернення: 04.02.2021).
5. Какой маркетинг выбрать: преимущества и недостатки трех стратегий охвата рынка // Элитариум: веб-сайт. URL: <http://www.elitarium.ru/strategija-rynok-koncentrirovannyj-differencirovannyj-nedifferencirovannyj-marketing/>(дата звернення 19.02.2021).
6. Принципы сегментирования рынка // Studme: веб-сайт. URL: [https://studme.org/11570718/marketing/printsiyu\\_segmentirovaniya\\_rynka](https://studme.org/11570718/marketing/printsiyu_segmentirovaniya_rynka) (дата звернення: 04.02.2021).
7. Продукты из молока экстра-класса // Lago.Kiev: веб-сайт. URL: <https://lago.kiev.ua/gu/> (дата звернення: 04.02.2021).
8. Villa Milk // Villamilk: веб-сайт. URL: <https://villamilk.com> (дата звернення: 04.02.2021).

, 3 .

: . .

## **СИНТЕЗ МИСТЕЦТВА ТА НАУКОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Постановка проблеми:** В наші дні аудіовізуальне мистецтво виходить на домінуючий рівень. Розроблення нових матеріалів для створення візуального мистецтва, посідає велике місце в розвитку культури, через те, що виступає мистецьким артефактом. Мистецтво переходить на рівень екранної виразності, з появою новітніх технологій. Завдяки синтезу мистецтва та науки, було створено нові форми мистецтва, що сприяло можливості розширити створення об'єктів сучасного мистецтва.

Тлумачення концепту “аудіовізуальне мистецтво” нині характеризується великою варіативністю та виробляється в рамках оперування класичними, в мистецтвознавчому дискурсі концептами “екранне мистецтво”, “екранна культура”, а також новітнім – “аудіовізуальна культура”.

**Аналіз досліджень:** Вплив технологічної складової, відіграє провідну роль сучасного аудіовізуального мистецтва. Можливість розширення телебачення, кіномистецтва, мультимедіа тісно пов'язано з науково-технологічним розвитком. Стилiстики мультимедійного високотехнологічного аудіовізуального проекту як основної складової денотативного поля концепту “аудіовізуальне мистецтво”. “. Еволюція екрана та аудіовізуального мислення”, де концепт “аудіовізуальне мистецтво” взагалі прирівняний

до “мультимедіа” На перший план також виходить висока технічність та інноваційність як риси досліджуваного концепту. Позичування “ Зміст сучасного аудіовізуального мистецтва, залежить від збагачених виразними засобами розвитку технологій”[1].

Мета дослідження: Завдяки розвитку культурного та економічного обміну між країнами дедалі більше товарів і послуг залучаються до ринкового обороту, ускладнюється галузева структура цієї сфери, підвищуються обсяги міжнародної торгівлі. Приплив ресурсів у цю сферу пов’язано переважно зі зростанням духовних та естетичних потреб людини в сучасному світі, підсиленням впливу культури на якість людського капіталу та економічним зростанням. З прогресом інформаційних технологій та Інтернету, що сприяє стрімкому підвищенню інформаційних потоків у економіці та інтенсифікації культурного обміну між країнами, цей вплив дедалі підсилюється, поширюючи таким чином внесок культури на розвиток суспільства і процес глобалізації світової економіки що сприяло розвитку аудіовізуального мистецтва.

Виклад основного матеріалу: Значний розвиток технологічного процесу дав змогу розширити кордони візуального мистецтва, це можна назвати еволюція екранних технологій. Еволюція засобів вираження екранних мистецтв наочно демонструє, як в процесі подолання чисто механічного використання досягнень техніки, що фіксує зображення і звук, відбувається вторгнення технології у сферу художньої творчості з його образністю, метафоричністю, прагненням уникнути дзеркального зображення предмета. Естетизація зображення і звуку в аудіовізуальній творчості, як правило, пов’язана з відхиленням від стандартного, звичного глядачеві сприйняття об’єктів і явищ. Тобто доповнюючи реальність, що нас оточує. Нестандартна оптика, незвичний ракурс і освітлення, незвичайна звукова партитура — ці та інші компоненти складають значну частину ресурсів екранної виразності.[3]

Розвиток засобів екранної виразності, зазнає зміни в міру еволюції загальної культурно-естетичної парадигми та вдосконалення технічних можливостей, сьогодні входить в нову фазу, пов’язану з подальшим впровадженням в аудіовізуальну творчість комп’ютерних технологій. Завдяки цьому явно окреслилася тенденція до інтеграції різних засобів комунікації (кіно, телебачення, Інтернету, мобільного телефонного зв’язку), яка на наших очах оформляється інформаційно і технологічно. Що веде до створення єдиної екранної культури. Однією з характерних рис нових цифрових технологій стала інтерактивність, тобто можливість споживача екранної культури бути не тільки пасивним споживачем, а й активним учасником процесу комунікації. Йдеться про створення екранних творів, в багатоваріантному розвитку сюжету яких може брати участь глядач, про різного роду комп’ютерних іграх, аж до віртуальної співучасті в дії, і про можливості користувача Інтернету здійснювати різного роду інтерактивне спілкування, аж до співтворчості. За допомогою технологій стає все більш доступною високоякісної аудіовізуальної апаратури сьогодні кожен охочий може створити свій власний екранний твір. подібна ситуація призводить до часткової інтеграції аматорського аудіовізуальної творчості в професійні медіа, що також є частиною процесу конвергенції інформаційних процесів.

[4, с 10] Науковці звертаються до аналізу аудіовізуального мистецтва, як до основної складової аудіовізуального мистецтва. Так В. Познін досліджує концепти “аудіовізуальний продукт” й “аудіовізуальний твір”, наголошуючи, що останній належить саме до “аудіовізуального мистецтва” (в симбіотичному поєднанні візуального й аудіального компонентів) та створюється в процесі аудіовізуальної творчості: “Сьогодні, коли електронна техніка і технології займають усе більше місця у процесі створення аудіовізуального продукту, точніше буде сказати, що природу аудіовізуальної творчості визначають технологія опрацювання зображення та звуку плюс творчі можливості людини, яка вільно ними володіє...” [2]

**Висновок.** Сучасне аудіовізуальне мистецтво «поступово входить у згоду із ритмом глобалізації, яка стандартизує економічні й фінансові структури, створюючи із різноманітності форм її пряму протилежність — однаковість» [5] Завдяки розвитку науково-технічному взаємозв'язку ми стаємо на шляху до новітнього віртуального мистецтва, відкриваючи все більш інноваційних можливостей як в культурному розвитку так і в технічному.

#### *Література*

1. Концепції візуальні мистецтва. Наукові записки. Серія: Мистецтвознавство. – 2017. – №1. (вип. 36)
2. Poznin, V. F. (2006), Audiovisual'nyy produkt: tekhnologiya plyus tvorchestvo [The Audiovisualproduct: technology plus creativity]. St. Petersburg, St. Petersburg State Univ. of Film and television. (in Russian)
3. Выразительные средства экранных искусств: эстетический и технологический аспекты тема диссертации и автореферата по ВАК РФ 17.00.09, доктор искусствоведения Познин, Виталий Федорович (2009)
4. Познин В.Ф. Выразительные средства экранных искусств: эстетический и технологический аспекты, 2004.
5. Хосе Ортега-и-Гассет. Дегуманизация искусства

., 4 , « »

#### **КНИЖКОВИЙ, ПОЛІГРАФІЧНИЙ ТА ПЛАКАТНИЙ ДИЗАЙН ЕЛЬ ЛИСИЦЬКОГО**

Ель Лисицький — представник радянського авангарду, що займався графікою, живописом, виставковим дизайном та архітектурою, просував радянське мистецтво в Європі. Він експериментував і запроваджував нововведення до кожної зі сфер своєї діяльності, чималий внесок зробив і у розвиток графічного дизайну, саме тому дуже корисно проаналізувати зразки книжкового, поліграфічного й плакатного дизайну, створені цим майстром.

Архітектурна освіта та просторове мислення Лисицького знайшли відображення у більшості його робіт. Особливо це помітно у створених художником т зв. «проунах», які нагадують супрематизм, бо містять абстрактні комбінації простих різнокольорових геометричних фігур, однак площинне зображення виходить в архітектуру через зображуваний об'єм. Окремі деталі та загальні композиційні прийоми «проунів» Лисицький використовував також для створення плакатів та інших поліграфічних об'єктів. Однією з характерних рис «проунів» є динамічність, яка підкреслюється за допомогою



контрасту й ритмів. Стримана палітра обмежена кількома основними кольорами, а як акцент найчастіше використовується червоний.

Схожі рішення наявні й у плакатах, де в якості основи Лисицький використовує елементарні геометричні форми. Художник майстерно працює з простором, активно застосовує тоновий і колірний контраст, користується ритмом та діагональною композицією для зображення динаміки. Яскравим прикладом такої роботи є пропагандистський плакат «Клином червоним бий білих». На ньому зображений червоний трикутник, що вклинюється і розриває білий круг на чорному тлі. Важливо, що текст, набраний простим рубаним шрифтом, є невід'ємною частиною композиції, грає не менш важливу роль, ніж інші елементи.

Прикладом майстерного оперування геометричними формами є створена художником книга «Супрематичний сказ про два квадрата». У дизайні цієї книжки Лисицький вміло працює з композицією та простором, використовує мінімум тексту, а розповідь ведеться за допомогою візуальних засобів. Головними образотворчими засобами є пляма і лінія, а також базові фігури супрематизму — квадрат і коло. Розмір букв змінюється в межах одного слова, ніби вказуючи на фонетичні особливості, сенсові наголоси та ритм прочитання слів, які Лисицький виділяє виразними засобами набору: ущільнює, розряджає, збільшує чи зменшує в потрібних місцях шрифт. Тобто типографіка стає повноцінним графічним елементом, складовою частиною образотворчого ряду. Схожі прийоми він застосовує в ілюстраціях до книги В. Маяковського «Для голосу», де зображення будуються за допомогою геометричних фігур і шрифтових форм з використанням червоного і чорного кольорів.

Крім того, Лисицький займався оформленням багатотиражних видань, наприклад, працював над журналом «Вещь». При аналізі прийомів верстки помітний принцип кратності, закладений в основу техніки роботи з модульною сіткою. Журнал має трьох- та двоколонкову верстку. Колонки розділені вертикально друкарськими лініями, розміри текстових блоків рівні за шириною, а розміри ілюстрацій кратні розмірам блоків. Також важливою складовою творчості Лисицького виявилися досліди в галузі фотомонтажу та фотодизайну. Користуючись фотознімком як образотворчим засобом і спираючись на різноманітні технічні прийоми, художник створив ряд виразних плакатів та обкладинок.

**Висновок.** Спираючись на розглянуті роботи Ель Лисицького, можна виділити характерні риси, а саме: художня виразність, винахідливий та просторовий підхід, стримана кольорова палітра. У графічному дизайні Лисицький започатковує традицію віртуозного оперування абстрактними геометричними формами, принципів модульності у верстці, роботи з мінімумом засобів для досягнення максимальної виразності зображення та використання типографічних прийомів, де візуальне подання тексту виступає частиною оповіді.

*Література:*

1. Харджиев Н. И. Эль Лисицкий — конструктор книги. Искусство книги. 1962. № 3. С. 154.
2. Архитектурная теория Эль Лисицкого. URL: <http://arx.novosibdom.ru/node/399> (дата звернення : 06.04.2021).

3. Советский конструктивизм в рекламе и дизайне. URL: <http://www.raruss.ru/soviet-constructivism/3963-soviet-reklame-design.html?start=1> (дата звернення : 06.04.2021).

**Chevalkova Nataliia**, a second-year student of Fine Arts Faculty

Scientific adviser: Kuznetsova V. M.

## HAYAO MIYAZAKI ANIMATION ART

Hayao Miyazaki is an internationally famous Japanese animator, director and screenwriter. His the most famous films are Princess Mononoke, Howl's Moving Castle, The Wind Rises, Ponyo, and Spirited Away.

Spirited Away is the story of a modern Japanese girl, Chihiro. She and her parents move to a new home, and on the way, they stumble upon a town that looks like an abandoned amusement park. In the empty restaurants, they find mountains of treats: despite Chihiro's warnings, the adults pounce on the food and turn into pigs. The girl realizes that she is in the netherworld. To save her parents and return to reality, she has to work for spirits and deities [1].

In Spirited Away, Miyazaki's ideas and authorial handwriting are particularly evident: the close attention to domestic details, the many strange, uneven characters, and food as the most important element of the plot. The most important theme for Miyazaki is ecology: among the characters there is a river keeper who has forgotten his own name after the riverbed has been fill in [2].

My Neighbor Totoro (1988) is another popular film by Miyazaki. It is the story of two sisters, eleven-year-old Satsuki and four-year-old Mei. Together with their father, the girls move from the city to the countryside to be closer to the hospital where their mother is. There they meet the black niggers (the same characters found in Spirited Away, where they carry coal in the boiler room) and Totoro, a strange furry creature who sleeps during the day and flies on a volley at night [3].

In Princess Mononoke (1997) the events are set in medieval Japan. Prince Ashitaka fights a boar demon who infects him with a deadly curse that simultaneously gives him incredible strength. There is no cure in his village, so he sets out for the west, where the witch doctor tells him that he can find it. The journey leads Ashitaka to the Iron City, whose inhabitants are fighting the forest's inhabitants, the beasts and the wolf-grown San girl. Mononoke is very beautiful and one of the most violent films of Miyazaki.

Hayao Miyazaki won the Oscar for the Best Animated Feature Film Spirited Away. He was awarded a Golden Lion of the Venice Film Festival for his contribution to the world filmmaking.

### References:

Фантастический реализм Хаяо Миядзак: Из чего состоят фильмы гения аниме. Retrieved from: <https://kinoart.ru/cards/fantasticheskiy-realizm-hayao-miyadzaki-iz-chego-sostoyat-filmy-geniya-anime>

Хаяо Миядзак: как начать смотреть его фильмы. Retrieved from: <https://arzamas.academy/mag/931-miadzaki>

Хаяо Миядзак — 80! Retrieved from: <https://meduza.io/feature/2021/01/05/hayao-miyadzaki-80-esli-vy-esche-ne-fanat-ego-multfilmov-u-nas-est-tselyh-desyat-argumentov-chtoby-vy-posmotreli-ih-vse>

## РЕТРОФУТУРИЗМ ЯК ДЖЕРЕЛО НАТХНЕННЯ ДЛЯ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ ОДЯГУ

Епоха за епохою дизайнери переосмислювали досвід і спадщину моди минулого. Нерідко натхненням для дизайнерів слугували технології. Ретрофутуризм - це бачення майбутнього минулими поколіннями. У 60-х роках модельєр П'єр Карден був першим адептом футуризму: він створював одяг геометричних форм, трапецієподібні сукні, вирізав на них дірки в формі дивних геометричних фігур, доповнював це круглими шоломами, пластиковими окулярами на півобличчя і кольоровими лосинами (рис.1). Дизайнер використовує штучні матеріали: прогумована тканина, метал, пластик, вініл. Крім того, Карден винаходить власну тканину Кардін. Вона дуже міцна, а при виготовленні одягу за допомогою термопреса тканині можна було надати будь-яку форму, яка згодом не змінювалася. Це було дійсно революційно. У 1965 році інший дизайнер, Пако Рабанн, запропонував модні сукні з так званих «матеріалів майбутнього» - пластика, целофану і металу. Незвичайно футуристичні моделі одягу Пако Рабанна з'явилися резонансом у світі моди, що негайно позначилося і в кіно. На екранах глядачів з'явилися актриси в одязі з металевих пластин, пластика і інших штучних матеріалів. Рабанн створював костюми для персонажа Джейн Фонда в фільмі 1968 року «Барбарелла». Саме так, за поданнями Кардена і Рабанна, повинні були одягатися люди в майбутньому. Пізніше це модне віяння охрестили ретрофутуризмом.

Мода на ретрофутуризм, що впливає з самої назви, поєднує в собі зворушливі речі з 30-х, 40-х, 50-х і 60-х і уявлення про одяг майбутньо-



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

го, найбільш показовою ілюстрацією яких можуть служити костюми героїв серіалу «Стартрек» або фільмів «Зоряні війни». В середині минулого століття люди вважали, що в майбутньому всі будуть користуватися літаючими машинами або регулярно здійснювати поїздки на космічних кораблях. Відповідно, і одяг повинен бути таким же неймовірним (чомусь найнеймовірнішими вважали латекс і металік, в які одягали героїв з ніг до голови). Втрачений між минулим і майбутнім ретрофутуризм став стилем, який тепер стоїть поза часом. Тому дизайнери періодично показують його в своїх колекціях. Ультрасучасні матеріали, на кшталт металізованих тканин у Burberry Prorsum, поєднуються з цілком звичними тренчами. Асиметрія і архітектурний крій виробів у Balenciaga, Roland Mouret і Lanvin роблять їх схожими не на одяг, а на об'єкти мистецтва. Об'ємні форми у Chanel і Fendi наче створюють нові пропорції людей майбутнього, а напівпрозорі тканини в колекції Theyskens 'Theory нагадують про одяг інопланетян.

Модна тема «Гаттака» (Оновлений футуризм) сезону FW 2020/21 - погляд в бік футуризму, але під новим кутом. У цій темі відображено прагнення людства знайти нову живу планету і розвивати космічний простір за допомогою нових технологій SCI-FI. Але при цьому тема, створена за мотивами однойменного фільма-антиутоpii «Гаттака» 1997 року випуску, просякнута ностальгією за минулим, як і підкреслено в кінокартині. Черевики в модній темі «Гаттака» виглядають так, ніби-то з'явилися з майбутнього: незвичайні фігурні каблукі, металізовані матеріали або поєднання кількох різних стилів в одній парі.

Напевно, найбільш екстравагантна футуристична колекція Парижського тижня моди - це колекція Ріка Оуенса. Те, що показав дизайнер - це

антиутопія, виражена через моду. За словами Ріка, його надихала група Kiss і культура ацтеків, з антиутопічним німецьким фільмом 1927 року «Метрополіс» (рис.2).

Колекцію Balmain можна охарактеризувати, як футуристичну етніку. Креативний директор будинку моди Олів'є Рустен змішав традиційні африканські коди з традиційними футуристичними. Наприклад, перетворив африканські концентричні візерунки в оп-арт. Використовуючи всього кілька кольорів у всій колекції, дизайнер зосередився на їх контрастних поєднаннях: чорний і білий, чорний і жовтий, жовтий і блакитний і т.д. Потужним шийним прикрасам, характерним для африканських племен, дизайнер надав космічні форми, склавши їх з трикутників і кіл. Аксесуари - традиційні для Сомалі. хустки на голову, в яких моделі виглядають ніби космічні полонниці. Матеріали для "одягу майбутнього": прозорі силіконові елементи і кольорова пластикова бахрома (рис.3).

Нова хвиля інтересу до космосу почалася з поширенням нових технологій. Дизайнери звернули увагу не стільки в сторону космосу, скільки в сторону взаємодії людського тіла і машини, створюючи колекції на межі науки і фантастики. Чим швидшими темпами буде йти науково-технічний прогрес, тим далі буде йти дизайнерська думка, і може, через багато років, люди в схожому одязі будуть відвідувати інопланетні міста майбутнього.

## **АВТОПОРТРЕТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МИСТЕЦЬКОЇ САМОРЕФЛЕКСІЇ (НА ПРИКЛАДІ ФОТОГРАФІЧНОЇ СЕРІЇ С. СОЛОНСЬКОГО «КОЛИВАННЯ»)**

Часто робота художника стає відзеркаленням емоційного стану та несе на собі відбиток тієї епохи, в яку вона була створена. Особливо яскраво це можна спостерігати в жанрі автопортрету. Як звертають на це увагу дослідники (як то С.В. Крузе), автопортрет дає можливість авторові залишитися наодинці з собою, відрефлексувати та звільнитися від зайвого емоційного багажу. Внутрішні конфлікти часто стають каталізатором творчих імпульсів, які, в свою чергу, виступають одним з інструментів внутрішньої регуляції діяльності. Автор іноді, навіть не усвідомлюючи, може перенести на холст, свідчення цього конфлікту, особисті ідеї та теми, що його хвилювали на певному етапі.

Одним з прикладів такого «автобіографічного» проекту є серія представника харківської школи фотографії Сергія Солонського «Коливання» (1993-1994, також відома як "Body"), яка була виставлена в харківській галереї «СOME IN» в жовтні — листопаді 2019 р. В експозицію були включені масштабні роботи, які, на перший погляд, стилістично нагадували друковано графіку — офорт чи меццо-тінто. За рахунок довгої витримки Солонський отримав ефект розмитості та легкої напівпрозорої «завіси» на фото, що дозволило авторові досягнути більшої символічності та знакової насиченості.

Динамічні пози фігур ніби переносять глядача у стан нереальності, що нагадує образи, які залишаються в пам'яті після прокидання, коли обличчя зі сну розмиті та тільки їх обриси залишаються в пам'яті. Серія С. Солонського нагадує знімки пікторіалістів XIX ст., для яких моделлю фотомистецтва був символізм та імпресіонізм з їх інтересом до нечіткості, «туманності» зображень.

В своїх «деперсоналізованих» автопортретах автор трансліює експресію, відчуття нестабільності та боротьби з внутрішнім «я». На одному зі знімків бачимо сплетення двох фігур, що ніби перетворюються на єдиний організм. Разом з тим, в цьому є відчуття конфлікту між сіамськими близнюками, які даремно намагаються відділитися один від одного.

В цій серії автор повністю відходить від документальності фотографій, створюючи самостійний художній образ за допомогою поєднання елементів в кадрі та полярності сенсів. Внутрішні метаморфози автор перетворює на візуальні образи, демонструючи глядачеві спротив та боротьбу між своїми ж «внутрішніми демонами». Аудиторія сприймає зображення крізь призму власного досвіду та свого ж темпераменту, відповідно, постає питання поліфонічності інтерпретацій фотографії. В цьому ж випадку у глядачській свідомості формується власний «підпис» до зображення, що тісно пов'язаний з тим внутрішнім коментарем, в якому виражено ставлення глядача до кадру. Таким чином, розмитість форм та часткова неясність змісту роботи в її символічній багатозначущості трактування образу, прекрасно поєднується в цій серії автопортретів, сближуючи творчість художника з символістською естетикою.

., 4

## ДЕКОНСТРУКЦІЯ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ

Деконструкція (від лат. De «зверху донизу – навпаки» і constructio «споруда», «осмислення») - поняття сучасної філософії і мистецтва, що означає розуміння за допомогою руйнування стереотипу або включення в новий контекст [2]. Термін було введено філософами і літераторами, як важіль для критики текстів. Однак, архітектори, кінематографісти, графічні та мультимедійні дизайнери сприйняли деконструкцію як нове віяння теоретичної практики. Деконструкція в моді - явище 1980-х - 1990-х років, означає критичне осмислення форми і її вільна інтерпретація в костюмі. Актуальність обраної теми обумовлена широким інтересом сучасних дизайнерів до пошуків нестандартних форм костюма. Крім того, по всьому світу набирає популярність відмова від продукції масмакрету. Люди, які знаходяться в пошуку себе, стикаючись з деконструкцією, знаходять новий вектор свідомості в їх житті.

Деконструктивізм в костюмі став одним з послідовних напрямків, побудованих на протистоянні ідеї моди, критиці комерційної одягу, антимоді, шукалися шляхи нового соціального спрямування в моді. «Як буквальний де-



Рис. 1

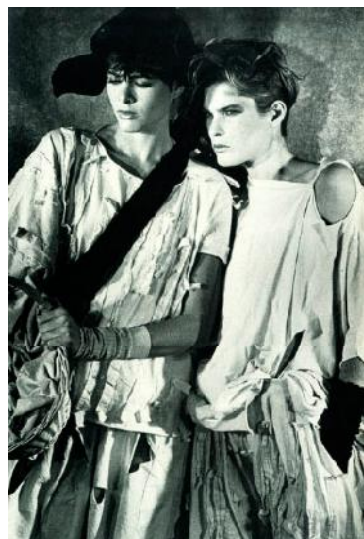


Рис. 2

монтаж одягу і втілення естетизовано дисфункції, що деконструкція «в моді» зводиться до антімодного вислову (навмисного бажання авангарду знищити «моду») або висловом нігілізму (тобто відсутності віри)» [2]. І все ж прихильники деконструктивізму сприймали його протест неоднозначно і не виступали проти ідеї порядку як такого. У деконструктивізму безладність була частиною встановленої системи. Деконструктивізм у моді позиціонував безлад як структурний елемент.

Васильєва вважає, що «ідея протистояння порядку, або, навпаки, його підтримку, виявилася для моди таким же нелегким завданням, як і для філософії. Деконструктивізм не говорив про переваги хаосу, але послідовно протистояв жорсткій ієрархічній структурі мислення, ідеології та влади» [1].

Згодом цей термін увійшов в активне вживання оглядачами і критиками. Він став маркером ХХ століття для позначення ризикованих змін і трансформацій, своєрідний бунт проти культурних форм модернізму. Саме це значення використовувала американський оглядач моди Емі Спіндлер, яка назвала «деконструкцію» розпадом спадщини моди на порозі останнього десятиліття ХХ століття. «Фактично саме деконструктивізм виявив критичну платформу моди,» – стверджує Васильєва, а також підкреслює, що саме це дозволило вважати «костюм аналітичним прецедентом». Працюючи над цією темою мистецтвознавець каже, що «елементи деконструктивізму ми виявляємо в колекціях різної спрямованості і різного стилю, і це дозволяє розглядати деконструкцію базової ідеологією моди другої половини ХХ століття» [1].

Підвищенню авторитету деконструктивізму сприяла архітектурна виставка 1988 року в нью-йоркському Музеї сучасного мистецтва. Яка в якомусь роді регламентувала це поняття в дизайні. За рахунок чого модна

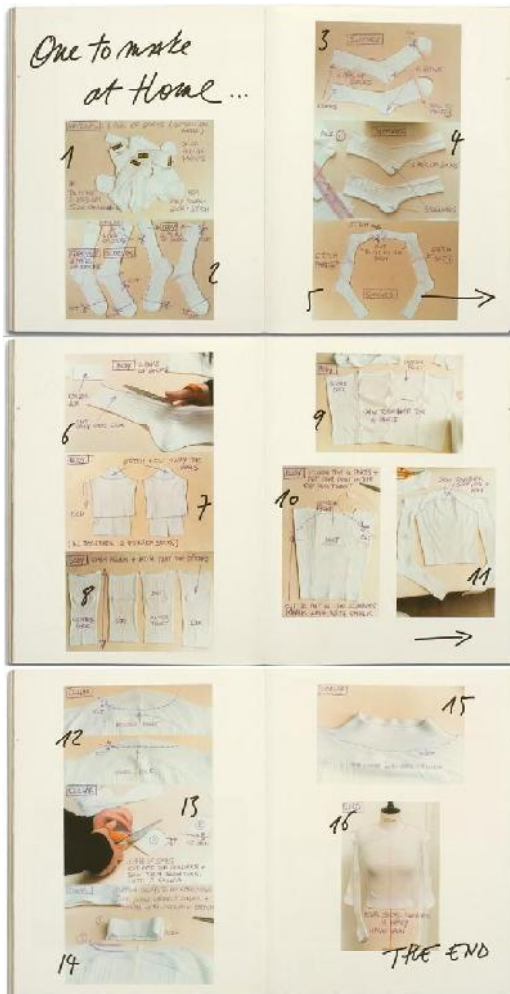


Рис. 4

Рис. 3

індустрія звернула на нього увагу і відкрила для себе нові можливості в рамках дизайну. Одними з перших в моді деконструктивізм використовували в 1981 році японські дизайнери Йоджі Ямамото і Рей Кавакубо. Їх роботи на той момент викликали шок і були прийняті суспільством вкрай неоднозначно (рис.1,2).

Мода і архітектура завжди були тісно сплетені між собою, вони користуються загальним лексиконом з такими поняттями як: форма, структура, конструкція, фактура і т.д. Підтвердження цієї заяви можуть служити роботи Мартіна Маржеля, який розділює подібні погляди. Для нього архітектура - це елемент оснащення тіла. «У деконструктивізмі ці категорії швидше вступають в протиріччя з людським тілом, ніж підтримують його форми. Костюм виявляється зосередженням не тільки прикладних рішень - будова костю-





Рис. 5



Рис. 6

ма стала смисловою стороною одягу. Деконструктивізм позначив форму, можливість її збереження або порушення, центральної ідеологічної складової костюма» [1]. Маржела продавав підкладки, вирізані з «вінтажних» суконь, даючи ним “шанс нового життя”, тобто як самодостатні сукні. Або ж він брав старі жакети, перекроював їх, зшивав, по-новому обробляв так, що шви і виточки перевертаються і виявляються з лицьового боку. Деконструкція - головний прийом, який асоціюється з одягом Maison Martin Margiela. Він вивів деконструкцію в одязі на новий рівень і фактично побудував навколо неї весь свій бренд. Апогеєм майстерності деконструкції від Маржела можна, мабуть, вважати інструкцію, яку він опублікував у журналі A Magazine, номер якого курирував: в ній пропонується зшити джемпер з 8 пар шкарпеток (рис.3,4). З приходом у бренд креативного директора Джона Гальяно, бренд загравав новими фарбами. Він зберіг ДНК бренду Margiela, вичленував ключові аспекти з'єднавши, це зі своїм баченням. В кожній новій колекції видно, наскільки активно і глибоко він працює з архівами марки. Більшість виробів побудовані на протиставлення тканин, форм і фактур - це можуть бути напівпрозорі тканини з щільною костюмною; на показ виставляється внутрішня структура одягу - шви, обтачка, кишені. Або ж він перекроює старі жакети збираючи виріб ніби по шматках (рис.5,6).

«Безформне передбачає порушення принципу антропоцентризму, суперечить ідеї особистості - цільної унікальності. І в цьому сенсі сама ідея аморфного протистоїть ідеї моди, де фігура індивіда виявляється одним з найбільш важливих елементів» [3]. Моду і філософію порівнювати складно, оскільки ці поняття спираються кардинально різні принципи. Однак декон-



Рис. 7



Рис. 8

структивизм в моді завжди був близький до філософських трактатів. А тому подібне порівняння просто неминуче.

Беручи за основу вище сказане, можна також надати приклад власного занурення в деконструкцію (рис.7,8). Заперечення стандартних, звичних способів крою та технічної обробки помітно на авторській одиниці з колекції «straight distortion», натхненної роботами авангардного художника. Хаос що зароджує порядок; асиметрія, що створює гармонію; опір стандартизації. Безлад у образі, косі рядки, необроблені краї і зворотня сторона тканини - всі ці прийоми в повній мірі передають концепцію деконструкції в дизайні одягу.

*Використана література:*

1. Васильєва Е. Деконструкция и мода: порядок и беспорядок // «Теория моды: одежда, тело, культура». С-П: «Новое литературное обозрение» 2018. 60 - 73 с.
2. Gill A. Deconstruction Fashion: The Making of Unfinished, Decomposing and Re-Assembled Clothes // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture. Printed in the United Kingdom, 1998. 31 - 35 p.
3. Loscialpo F. Fashion and Philosophical Deconstruction: A Fashion In-Deconstruction. Inter-Disciplinary Press, Oxford, 2011. 17 p.

## ГЛАВНЫЙ СТРАХ ХУДОЖНИКА ИЛИ АНАТОМИЯ КИСТИ

Каждый из художников помнит то время, когда он отчаянно пытался избегать работ, в которых необходимо нарисовать кисти. Любые попытки их изобразить выглядели неестественно, и казалось, что это могут сделать лишь избранные. Однако, когда он начинает разбираться в строении кисти, постепенно этот страх исчезает. Изучить в первую очередь необходимо ее основу, а именно кости.

Кисть состоит из 27 костей. Все они соединены между собой. 8 из них образуют запястье, еще 5 образуют пястье, а оставшиеся 14 – фаланги пальцев. Все они располагаются близко к поверхности, так что их можно легко прощупать.

Если сгибать и разгибать пальцы, то можно заметить, что большой палец состоит из двух фаланг, тогда как все остальные пальцы из 3. Именно поэтому их не 15, а 14. Каждая фаланга пальца имеет свое название: верхняя – ногтевая (причем на ее кончиках имеются ногтевые бугристости), средняя – промежуточная и нижняя – основная. Их так же могут назвать I, II и III фалангой (считая сверху вниз). Основная фаланга больше промежуточной, а промежуточная в свою очередь больше ногтевой. Пальцы в своем строении так же имеют суставные площадки для соединения между фалангами и фаланги с пястью. Обратите внимание, что суставы пальцев располагаются по окружности.

Основанием пальцев служат пястно-фаланговые суставы. Согнутый в этом суставе палец становится длиннее на толщину пястной кости. На тыле кисти структура пальцев ясно видна, так как головки пястных костей сильно выступают. Однако, с другой стороны (ладони) кожа и мягкие ткани закрывают значительную часть основных фаланг. Как следствие – пальцы выглядят значительно короче. И все же, если сильно выгнуть ладонь и разогнуть пальцы до предела, головки пястных костей начинают слегка выступать под кожей, и мы можем увидеть основание пальцев. При противоположном действии, сгибании, основание пальцев соответствует складке, которая появляется на ладони.

Ближе к предплечью от основания пальцев можно обнаружить пять продолговатых костей, соответствующих каждому из пальцев, которые располагаются веером. Эти кости образуют единый блок – пястье. Все они нумеруются по порядку от большого пальца к мизинцу. I пястная кость соответствует большому пальцу, II соответствует указательному, III – среднему, IV – безымянному, а V – мизинцу. Первая кость легко отводится вместе с большим пальцем в сторону, остальные четыре – нет, они связаны вместе сверху и снизу. Пястная кость I пальца самая короткая и широкая, II кость – самая длинная, тогда как длина остальных убывает по направлению к мизинцу. Эта диагональ (а также пластика указательного пальца) формирует пластическое движение кисти.

Каждая пястная кость состоит из тела, головки и основания, а место

между костями заполнено мышцами, которые управляют пальцы. Головки пястных костей покрыты суставными площадками, которые продолжаются и на их ладонную поверхность. Шарообразные головки, которые как было уже сказано ранее сильно выступают, особенно при сгибании кисти в кулак, имеют большое пластическое значение. Головка III пястной кости выступает сильнее остальных. Зачастую, у полных людей, у женщин и у детей на выпрямленных пальцах появляются характерные ямочки.

Когда разгибаешь кисть, то верхние концы пястных костей сильно приближаются к предплечью. Когда сгибаешь, то они наоборот отдаляются, а также проявляется выпуклость, в глубине которой можно прощупать мелкие кости. Эта поверхность сильно сокращается при разгибании кисти, практически исчезая визуально. Эта часть кисти называется запястье.

Кости запястья располагаются в два ряда. К первому ряду относятся ладьевидная, полулунная, трехгранная и гороховидная кости, а ко второму ряду – большая многоугольная (она же большая многогранная), малая многоугольная (малая многогранная), головчатая и ключковидная. Из них на ладони можно прощупать далеко не все, а значит лишь часть из них оказывает сильное пластическое значение. К ним относятся гороховидная кость (находится со стороны мизинца) и возвышение, образованное выступами ладьевидной и большой многоугольной кости (со стороны большого пальца).

Строение всех кистей отличается от любой другой, каждая из них индивидуальна и имеет свой характер. Именно знание анатомии поможет не потеряться во всем их разнообразии и не застрять в том времени, когда ты еще боялся ее рисовать.

ВСЕУКРАЇНЬСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ  
ХДАДМ ЗА ПІДСУМКАМИ РОБОТИ 2020/2021 НАВЧАЛЬНОГО РОКУ

---

.....	3
.....	7
.....	11
.....	13
.....	16
..... 1970-80 ( ).....	18
.....	20
.....	23
.....	25
.....	26

ЗА ПІДСУМКАМИ РОБОТИ 2020/2021 НАВЧАЛЬНОГО РОКУ

---

.....	31
.....	33
..... « , ».....	35
.....	37
..... « »	39
..... « ».....	41
.....	43
.....	44
.....	47
.....	49
( ..... ).....	52
.....	54
..... — .....	57
.....	61
..... - .....	63
.....	66

. . . . .	70
. . . . .	72
. . . . .	74
. . . . .	81
. . . . .	85
. . . . .	86
. . . . .	93
. . . . .	97
. . . . .	102
. . . . .	106
. . . . .	110
. . . . .	113
. . . . .	115
. . . . .	118
. . . . .	121
. . . . .	123
. . . . .	125
. . . . .	127
Mihdieieva M. Fonts in Design . . . . .	131
. . . . .	133
. . . . .	136
. . . . .	138
. . . . .	141
. . . . .	143
Nezhelskaya A. Formation of architecture under the influence of ukrainian avantgarde modernism . . . . .	147
. . . . .	148
. . . . .	150
. . . . .	153
. . . . .	154
Nikolaev I. Color Theory for Designers. . . . .	158
Pavlenko M. Surrealism . . . . .	160
. . . . .	161
. . . . .	163
. . . . .	164

70-	167
	169
	171
Rybak M. Ecodesign	174
Simson K. Using ukrainian symbols in the modern interior	174
	176
	177
	179
	182
	184
	186
« » « »	187
	190
	192
Chevalkova N. Hayao Miyazaki Animation Art	194
	195
( « »)	197
	198
	203

2020/2021

---

---

28 2021 .

860 20.03.2002 .

---

---

31.05.2021.	60 80 1/16.	:	:
	13.00.	100	.
, 61002,	-2,	.	, 8.
61002,	.	.	, 8.