ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

дизайн освіта креативні індустрії

18 КНУКіМ 19 квітня 2019

Збірник матеріалів конференції

МІНІСТЕРСТВО
КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ
І МИСТЕЦТВ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

Всеукраїнської науково-практичної конференції Київського національного університету культури і мистецтв

ДИЗАЙН-ОСВІТА ЯК ГАЛУЗЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

18-19 квітня 2019 року
Київ, Україна

УДК 76 + 655.533 + 391]: 316.77 (06)
В410

Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського національного університету культури і мистецтв
(Протокол № 51 від 8.04.19)

Редакційна колегія:
Н. С. Удріс-Бородавко
А. Г. Болтенков
О. П. Чистіков

Дизайн-освіта як галузь креативних індустрій: матер. Всеукр. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2019 р. / МК України, Київ. нац. ун-т к-ри і мист; редкол.: Удріс-Бородавко Н., Болтенков А., Чистіков О. – К.: КНУКіМ, 2019. – 275 с.

УДК 76 + 655.533 + 391]: 316.77 (06)
В410
© Автори публікацій, 2019
© Київський національний університет культури і мистецтв, 2019

ЗМІСТ

Удріс-Бородавко Наталя Сергіївна
ВСТУПНЕ СЛОВО 9

ДИЗАЙН: КУЛЬТУРА, СУСПІЛЬСТВО

Ірина Гардабхадзе
ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ ЯК ЗАСІБ АДАПТАЦІЇ ДО СОЦІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У ПОСТЦИФРОВИЙ ПЕРІОД.....11

Валерій Стрілець
СТРАТЕГІЇ Й КОНЦЕПТИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ 16

Наталія Литвиненко
ВПЛИВ УКРАЇНСЬКИХ ДИЗАЙНЕРІВ НА ВІТЧИЗНЯНУ ТА СВІТОВУ КУЛЬТУРИ 21

Христина Крамарчук
ВЕРБАЛЬНИЙ ЗНАК В ПОБУДОВІ СИСТЕМИ ВІЗУАЛЬНИХ ОБРАЗІВ – ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ 27

Любава Обуховська
ВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЯК ПРОВІДНИЙ ЗАСІБ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ В XXI СТ 32

Андрій Будник
ПЛАКАТНІ ПРОЕКТИ І КОНКУРСИ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СВІТОГЛЯДУ МАЙБУТНІХ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ.....37

Юліана Петровська, Олена Олешко
ВИСВІТЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ ЗАСОБАМИ ПЛАКАТУ 43

Катерина Кисельова
ШЛЯХИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ МОДИ 46

Приходько Ксенія
СОЦІАЛЬНА РОЛЬ КРЕАТИВНОГО ДИЗАЙНУ КОВОРКІНГ-ЦЕНТРІВ 53

ДИЗАЙН: ПРОЕКТИ, МЕТОДИ, ПРИНЦИПИ

Вікторія Олійник, Каріна Чернишова
ДИЗАЙН СУЧАСНИХ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ДРУКОВАНИХ ЖУРНАЛІВ 58

Аркадій Болтенков
ЧИННИКИ ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕРФЕЙСУ МОБІЛЬНОГО КОМУНІКАТИВНОГО ЗАСТОСУНКА ДЛЯ ЛЮДЕЙ З РОЗЛАДАМИ АУТИЧНОГО СПЕКТРУ 66

Наталя Удріс-Бородавко.
ДИЗАЙН ЕЛЕКТРОННИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ІНКЛЮЗИВНИХ ГРУП ЛЮДЕЙ З ВАДАМИ ЗОРУ.....71

Божко Тетяна, Чистіков Олексій
ТРАДИЦІЙНИЙ ГЕОМЕТРИЧНИЙ ОРНАМЕНТ ЯК БАЗИС ПРОЕКТУВАННЯ СУЧАСНОЇ АЙДЕНТИКИ В УКРАЇНІ 76

Олексій Чистіков
ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ НА ОСНОВІ РЕГІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТРАДИЦІЙНОЇ ОРНАМЕНТИКИ 82

Юліана Петровська, Василь Кузьмич
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ОБРАЗІВ ПЕРСОНАЖІВ ДЛЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР 89

Оксана Чуєва, Софія Книжникова
ОБРАЗИ ДОНЬОК ЯРОСЛАВА МУДРОГО В МИСТЕЦТВІ ТА ДИЗАЙНІ 93

Алла Поліщук
ТВОРЧІ АСПЕКТИ ПРОЕКТУВАННЯ ШРИФТОВОЇ ГРАФІКИ 100

Наталія Дядюх-Богатько
ДИЗАЙН ВИВІСОК В ІНДУСТРІЇ РЕКЛАМИ 90-Х У ЛЬВОВІ 104

Ліліана Вежбовська, Ганна Голубнича
ЕФЕКТИВНІСТЬ ПУБЛІЧНОГО ПРЕДСТАВЛЕННЯ МАСИВІВ ДАНИХ СОЦІАЛЬНО ЗНАЧУЩОЇ ТЕМАТИКИ ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОГРАФІКИ 108

Ярослав Гордійчук
ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ОБРАЗНОГО МИСЛЕННЯ ЗАМОВНИКА І ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНЕРА 114

Данило Косенко, Софія Прокопенко
ОСНОВНІ КОНСТРУКТИВНІ ЕЛЕМЕНТИ ДИЗАЙНУ СКЕЙТ-ПАРКУ 119

Юрій Дорошенко, Владислав Нещадим
МОДЕЛЮВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФАСАДНОГО ДЕКОРУ У ДИЗАЙН-ОСВІТІ 125

Юрій Холковський
ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ДЛЯ ВИРІШЕННЯ ПРИКЛАДНИХ ЗАДАЧ ДИЗАЙНУ СЕРЕДОВИЩ 132

Юрій Дорошенко, Владислав Нещадим
ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОМАТИЗОВАНОГО ВИГОТОВЛЕННЯ ДЕКОРАТИВНИХ ПАНЕЛЕЙ З ДЕРЕВИНИ.....138

Ольга Сосік
МОТИВИ ДЕКАДАНСУ В СУЧАСНОМУ ІНТЕР'ЄРІ 144

Олена Конопліна
ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ СЕРЕДОВИЩА АРАБСЬКИХ КРАЇН 150

Юлія Шеменьова
МУРАЛ-АРТ ЙОРДАНІЇ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО АРАБСЬКОГО МИСТЕЦТВА 157

Владислав Клівак
ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ЛАНДШАФТНОГО СЕРЕДОВИЩА У ВІРТУАЛЬНІЙ РЕАЛЬНОСТІ 165

Олексій Дубовий, Володимир Дубовий
ЕКОЛОГІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК ОЗДОРОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ І ЕЛЕМЕНТ ГОСТИННОСТІ.....169

Наталія Харкова
ДО ПРОБЛЕМИ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.....174

Богдан Бараняк
ЛЕТТЕРИНГ У ДИЗАЙНІ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА 179

Марина Вороніна
ГЕНЕРАЦІЯ НОВИХ КОСТЮМНИХ ФОРМ ЗА ДОПОМОГОЮ СИМЕТРІЇ 185

Ірина Чуботіна
ТРАНСФОРМАЦІЯ ЧОЛОВІЧОГО КОСТЮМУ В УКРАЇНІ 1960 – 1970-Х РР.: ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....190

Ірина Удріс
ІЛЮСТРАЦІЯ МОДИ XX СТОЛІТТЯ: КОНЦЕПТУАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНА ЕВОЛЮЦІЯВ КОНТЕКСТІ ЗАГАЛЬНОГО МИСТЕЦЬКОГО ПРОЦЕСУ 194

Олег Кардаш, Маргарита Пугаченко
ДИЗАЙН БІЖУТЕРІЇ: МЕТОДИ І ЗАСОБИ ФОРМОТВОРЕННЯ 201

Олександра Барбалат
САКРАЛЬНА ГЕОМЕТРІЯ У ДИЗАЙНІ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ ВІЗАНТІЇ КУЛЬТОВОЇ ТЕМАТИКИ: НАГРУДНІ ХРЕСТИ 205

Ольга Луковська
СУЧАСНИЙ АРТТЕКСТИЛЬ ЛЬВОВА 211

ДИЗАЙН: ОСВІТА, ВИХОВАННЯ

Лілія Саприкіна
ПРОЕКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ 213

Аліна Марченко
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ДИЗАЙНЕРІВ 217

Анна Ємельова
РОЗВИТОК ТВОРЧОЇ АКТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ОДЯГУ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ФАХОВИХ ДИСЦИПЛІН 220

Валерій Дмитренко
АКАДЕМІЧНИЙ ТА САМОСТІЙНИЙ РИСУНОК НА ПЕРШОМУ КУРСІ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ДИЗАЙНЕРІВ 224

Тетяна Ніколаєва, Тетяна Шафранська
КРЕАТИВНІ ПРОЕКТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УДОСКОНАЛЕННІ ДИЗАЙН-ОСВІТИ ФАХІВЦІВ З ДИЗАЙНУ ОДЯГУ 233

ДИЗАЙН: ПЕРСОНИ, ОБ'ЄДНАННЯ

Олена Папета
СЕМАНТИКА МІФОПОЕТИЧНИХ РЕКОНСТРУКЦІЙ В АВТОРСЬКІЙ КОЛЕКЦІЇ КОСТЮМІВ ЛЮДМИЛИ СЕМИКІНОЇ 236

Олена Цимбалюк
СЦЕНІЧНІ ОБРАЗИ «ЖИВОГО СРІБЛА» 240

Сергій Папета
ФІЛАТЕЛІСТИЧНА ГРАФІКА ЛЕОНІДА ДЕНИСЕНКА 244

Олександра Пенчук, Аліна Томкова
ТВОРЧІСТЬ ЙОШІ ЯМАМОТО В СУЧАСНІЙ ІНДУСТРІЇ МОДИ 248

Лілія Аметова
ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН У ТВОРЧОСТІ ЄВГЕНІЇ ГАПЧИНСЬКОЇ 253

Тетяна Шрамко
ОБРАЗНІ І ЗОБРАЖАЛЬНІ ЗАСОБИ СУЧАСНОГО ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ, ІНСПІРОВАНІ ХУДОЖНИКАМИ ЕПОХИ МОДЕРНІЗМУ (НА ПРИКЛАДІ АНІМАЛІСТИЧНИХ РОБІТ ФРАНЦА МАРКА) 260

Лілія Журавель-Змєєва
ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ У ТВОРАХ УКРАЇНСЬКИХ ХУДОЖНИКІВ ТЕКСТИЛЮ XXI СТ. 266

Інна Черкесова
ДИЗАЙН ТА ПРОЕКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ДИЗАЙНЕРІВ В КОНЦЕПЦІЇ «КЕНТАВРИСТИКИ» 271

Удріс-Бородавко Наталя Сергіївна,
кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри
графічного дизайну КНУКіМ,
член СДУ

ВСТУПНЕ СЛОВО

В українському соціумі другого десятиріччя XXI ст., під впливом європейських тенденцій, поступово оновлюється система цінностей. А відтак - змінюються багато гуманітарних галузей, зокрема принципи менеджменту у культурно-мистецькій сфері, дизайні та масових комунікаціях. Поняття «креативні індустрії» у науково-публіцистичних матеріалах найчастіше використовується у значенні особливого сектора економіки, заснованого на інтелектуальній діяльності. Охоплює вона рекламу, архітектуру, мистецтва, ремесла, дизайн, моду, фільми, музику, виконавче мистецтво, видавничу справу, дослідження, програмування, ігри та іграшки, телебачення, радіо та відеоігри тощо. А сам процес економіки креативності полягає у вмінні перетворити ідею на кінцевий продукт – бренд, який приноситиме прибуток протягом тривалого часу. Розвиток саме цього сектору економіки відіграє специфічну і важливу роль у сучасних суспільних процесах розвинутих соціумів.

Більше розширене трактування визначення «креативних індустрій» полягає у взаємодії творчості, культури, економіки та технологій, що виражається у здатності створювати і поширювати інтелектуальний капітал, має потенціал генерувати прибуток, робочі місця та експортну продукцію, водночас сприяючи соціальному включенню, культурному розмаїттю та людському розвитку. Іншими словами, економіка креативності базується на використанні трьох капіталів: інноваційного, творчого та фінансового.

Україна знаходиться на початковому етапі комплексного формування креативних індустрій як окремого сектору економіки. Але є галузі, які найбільш відкриті для реалізації цієї концепції. Такою сферою можна вважати дизайн, оскільки він поєднує всі зазначені вище складові. Більш того, організаційні процеси дизайн-діяльності можуть частково слугувати прототипом моделей креативних індустрій, що активно впроваджується методикою «дизайн-мислення».

В цьому контексті важливим виступає комплекс професійно-особистісних властивостей дизайнера, наявність яких забезпечує ефективність його діяльності:

1. Проектування знань – вміння аналізувати одночасні інформаційні потоки, відкидаючи зайве, та переформатовувати різноманітні відомості з метою отримання нового індивідуального синтетичного знання, – (висновку, узагальнення, ідеї), яке є необхідним в першу чергу проектанту для реалізації його цілей.

2. Методологічність дизайн-діяльності – комплексне поняття, що складається з:

- універсальності (спрямованості на теоретичну і практичну діяльність);
- інструментальності (здійснення діяльності через застосування методів

організації, управління та комунікації між суб'єктами в прямому і зворотному напрямах);

- рефлективності (засобів осмислення дизайнером як своїх власних дій, так і дій оточуючих, а також їхні наслідки);
- технологічності (спрямованості на досягнення поставленої мети, обґрунтування та способів діяльності);
- орієнтованості на вирішення проблеми;
- інтегративності.

Методологічність, згідно з актуальним сьогоденням, передусім зорієнтована на прогнозування можливої проблеми та випередження її появи.

3. Багатовекторність професійного та соціального спілкування. Ми трактуємо багатовекторність в двох аспектах: по-перше, це спілкування з численною кількістю різних соціальних груп, завдяки чому дизайнер може змінювати свою культурну форму, становитись носієм різних субкультур та відчувати їхній вплив. По-друге, дизайнер повинен вміти трансформувати свої знання відповідно до актуальних запитів різних груп, тобто вміти виокремити ту грань, яка зацікавить конкретного респондента (або групу споживачів) та забезпечить необхідні комунікативні процеси. Іншими словами, це вміння знайти підхід до свого клієнта або бізнес-партнера через систему знань, що його цікавить у першу чергу.

4. Середовищність професійного та соціального орієнтування. Середовище життєдіяльності дизайнера повинно розумітися ним не стільки в об'єктно-предметному контексті, скільки в контексті зв'язків та взаємодій. Ми наголошуємо на такій необхідній якості людини комунікативного суспільства як «здатність до аналізу комунікативного сетингу», яке полягає у ситуативному орієнтуванні в комунікативних оточеннях, місцях зустрічей і контактів, які мають оригінальні матеріальні та соціальні характеристики.

5. Комунікативна рівновага. Дуже важлива для дизайнера властивість. Сутність комунікативної рівноваги міститься у постійному усвідомленому балансуванні між протилежними станами соціальних зв'язків. Полярними точками у такій рівновазі є комунікація (як здійснення інформаційних процесів та організація комунікативного середовища) та відособлення (процес творчої переробки, осмислення отриманої інформації з метою співвідношення її суті зі власним «Я», з власною системою цілей, завданнями здійснюваних проектів).

Дизайн-освіта, як передусім, інтелектуально-організаційний продукт, що призначений сформувати зазначені якості дизайнера, стає водночас складовою та системочинником креативних індустрій.

В матеріалах цієї конференції розкриваються різні аспекти дизайн-діяльності та її теоретичного дослідження, що можуть стати у нагоді в переосмисленні дизайну та дизайн-освіти як галузі креативних індустрій. За всі подані ідеї та факти відповідальність несуть автори. Редакційна колегія передбачила подачу текстів у вільній формі, а оформлення списку використаних джерел згідно з офіційно затверджених систем.

УДК 74.01/09

ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ ЯК ЗАСІБ АДАПТАЦІЇ ДО СОЦІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У ПОСТЦИФРОВИЙ ПЕРІОД

Гардабхадзе Ірина Анатоліївна,
с.н.с., доцент науково-дослідного інституту
Київського національного університету
культури і мистецтв
ORCID ID 0000 0002 8899 3267

Ключові слова: *дизайн, дизайн-мислення, суспільство, соціальна адаптація, інновація, трансформація, постцифровий період*

Перші десять років XXI століття принесли сучасному суспільству істотні зміни, які асоціюються з настанням Четвертої промислової революції. Передбачається, що ця революція стане генератором інновацій, що засновані на синергії злиття наукових напрямків, які стимулюються не індустріальними перетвореннями, а інтеграційними факторами зв'язку людини з навколишнім середовищем [1]. Оскільки її прихід заснований на досягненнях так званої «цифрової» революції, даний етап суспільних трансформацій можна охарактеризувати як постцифровий. Передбачається, що у постцифровому періоді базові цифрові компетенції вже втілені в основні сфери життєдіяльності суспільства, і настає стадія їхнього активного розвитку.

Однак за проривним розвитком технологій ховаються проблеми, які впливають практично на всі аспекти життєдіяльності суспільства, у тому числі – складнощі адаптації до соціальних

трансформацій. Проблема у тому, що у цей період може скластися ситуація, коли інструментарій нових технологій вже введений в експлуатацію, а їхнє освоєння широким колом користувачів відстає від темпів впровадження.

Соціальна адаптація – процес активного пристосування індивіда до нових умов соціального середовища, тобто можливості людини самостійно виконувати важливі життєві функції, досягнути певного рівню професійних компетенцій, здатності користуватися інструментарієм сучасних технологій і культурних досягнень. В умовах цифровізації існуючі моделі виробництва, споживання та зайнятості вимагають активної адаптації до нового життєвого середовища. В процесі Великого індустріального розвитку елементи традиційної культури змінилися новими індустріалізованими формами з такою швидкістю, що не всі члени суспільства встигли їх сприйняти. Причина цього – образи нового середовища не відповідали традиційному сприйняттю дійсності. Ця ситуація сприяла розвитку дизайн-діяльності як засобу узгодження естетичних запитів людини та предметного середовища.

Оскільки дизайн спрямований на гармонізацію людини з навколишньою дійсністю шляхом створення артефактів «людиною для людини», його цілі не змінюються зі зміною технологій проектування, а зміна зовнішніх умов компенсується гнучкістю формування нових завдань, модифікацією інструментарію, освоєнням нових компетенцій та методів проектування. Тому дизайн здатний функціонувати як буферна ланка, що згладжує різкі зміни зовнішніх умов, приймаючи ці зміни та одночасно реагуючи на них.

Дизайн ще називають рушійною силою інновацій, які орієнтовані на споживача. У контексті адаптації до соціальних трансформацій у ході формування нового стилю життя з урахуванням

тенденцій індивідуалізації та екологізації функцію гармонізації дизайну можна представити трьома складовими: «людина-суспільство», «людина-природа» і «людина-повсякденність побуту».

Здатність дизайну згладжувати різкі зміни навколишнього середовища використовується для трансферу методології дизайн-проектування в адаптаційні процеси інших напрямків діяльності. Носієм методології дизайн-проектування є ефективна концепція проектної практики, так зване дизайн-мислення.

Дизайн-мислення – це підхід до вирішення проблем, який в останні роки ефективно залучається у приватному і публічному секторах для стимулювання інновацій у виробничих, процесах, суспільстві і навіть в розробці політики. Оскільки у підході до вирішення проблем на основі дизайн-мислення людина займає центральне положення, стиль дизайн-мислення активно застосовується для вирішення проблем адаптації до соціальних трансформацій як індивідів, так й суспільства у цілому.

Комітетом Комісій Європейського Союзу розроблений документ під назвою «Дизайн як двигун інноваційної діяльності, що націлена на людину» [2]. Мета документа полягає у тому, щоб на основі аналізу фактичних і потенційних можливостей дизайну, як інструменту проектування, націленого на людину, обґрунтувати необхідність перетворення дизайн-діяльності у невід'ємну частину європейської політики інноваційного розвитку.

У результаті здатності до самовдосконалення у людини з'являється можливість розвивати не тільки самого себе, а й вдосконалювати навколишній світ, перетворюючи культуру, створюючи нове. Це визначення властивостей формування особистості добре підходить для опису суті дизайн-мислення.

Ефективність дизайн-мислення полягає у тому, що воно дозво-

ляє вирішувати проблеми найкращим засобом з мінімальними витратами. На кожному рівні організації діяльності будь-якого типу дизайн-мислення надає інструменти, необхідні для того, щоб мислити інноваційно і розкрити власний недооцінений творчий потенціал. У процесі адаптації до соціальних трансформацій постцифрового періоду для запобігання девальвації аксіологічних орієнтирів та професійних навичок як у дизайнерської творчості, так і в інших креативних галузях діяльності, необхідна еволюція назустріч високотехнологічним дизруптивним технологіям. Для дизайнерів нової генерації це означає реінжиніринг проектної культури і актуалізацію цифрових компетенцій у кожному з напрямків дизайну. Тому основна ідея концепції адаптації до соціальних трансформації постцифрового періоду полягає у засвоєнні та застосуванні прийомів та інструментарію інноваційних технологій проти деактуалізації компетенцій у дизайн практиці, дизайн-освіті та інших креативних галузях діяльності.

Нові умови цифрового середовища вимагають нового підходу для взаємодії дизайнерів з дійсністю, а також з аргументованою реальністю віртуальних світів. У свою чергу, нові умови форми взаємодії дизайнерів з цифровим світом вимагають і нового складу компетенцій, якими дизайнеру треба оволодіти у результаті дизайн-освіти. Каталізатором генерації актуальних компетенцій є високотехнологічні дизруптивні технології, які вимагають оновленого інтегрального підходу до проектування дизайн-виробів. Сучасні традиційні освітні установи нездатні вирішити перманентну проблему дизайн-освіти – «цифровий» розрив між освітніми програмами і вимогами ринку. На зміну приходять нові підходи і моделі організації підготовки, які здатні привити дизайнерам актуальні цифрові компетенції. Один з ефективних варіантів подолання цифрового розриву для засвоєння актуальних

цифрових компетенцій представлений моделлю масової онлайн освіти. Наприклад, сьогодні доступні онлайн курси, які присвячені основам дизайн-мислення. В онлайн курсі компанії Coursera [3] дається огляд дизайн-мислення на основі моделі, яка спрямована на представлення дизайнерського мислення як підходу до вирішення проблем.

Список використаних джерел:

1. Shaping the Future of the Fourth Industrial Revolution. eBook. URL: <https://www.penguinrandomhouse.com/books/598250/shaping-the-future-of-the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab-founder-and-executive-chairman-world-economic-forum-with-nicholas-davis/9781984822611> [Date of access 17.02.2019].

2. Design as driver of user-centered innovation. Commission of the European Communities [Commission Staff Working Document]. Brussels. 7.4.200. URL: <http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument. cfm?doc_id=2784> [Date of access 20.02.2018].

3. Design thinking for innovation. Coursera, URL: <https://ru.coursera.org/learn/uva-darden-design-thinking-innovation> [Date of access 17.02.2019].

УДК: 7.012-028.22:[659.125:159.937

СТРАТЕГІЇ Й КОНЦЕПТИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ

Стрілець Валерій Федорович,
старший викладач кафедри дизайну і технологій
Київського національного університету культури і мистецтв

Ключові слова: *дизайн, концепт, стратегія, середовищний підхід, дизайн меблів.*

Дизайн стає інструментом формування предметного та інформаційно-комунікативного середовища, – відзначає дизайнер О. Бойчук. Розширюється спектр напрямів дизайну: предметного і комунікативного дизайну, дигітального дизайну і дизайну систем нової реальності, а також біодизайну, мультисенсорного, екологічного і ергономічного дизайну, нанодизайну, які у розвитку проектної культури набувають все більшого значення, визначаючи змістовне ядро окремих процесів і проблем дизайну.

Сьогодні дизайн – це міждисциплінарна науково-практична дисципліна, специфічний вид проектно-художньої діяльності зі смисло- і структуроутворення об’єктів матеріальної та духовної культури, формування збалансованого просторово-предметного середовища життєдіяльності людини. Він трактується як предмет наукових досліджень та проектної діяльності в системі «людина-середовище». У філософському розумінні дизайн – це ціліс-

на система професіонального мислення, яка здатна творити ідеї у напрямку максимального упорядження життєдіяльності людини згідно з її потребами, етичних та естетичних норм цієї епохи та соціокультурного осередку. Дизайн загалом як діяльність містить такі структурні елементи: суб'єкт (дизайнер, споживач), об'єкт (дизайнерський продукт), ситуаційний стан (людина, предмети, їх взаємодія, умови для лояльності), середовище (інвайронментологія) [2, 46].

Людина стала суспільною особистістю, здатною планомірно і цілеспрямовано діяти, трансформувати простір, формувати предметний світ, змінюючи довкілля, своє життя і власну сутність. Її розвиток у просторово-часовому континуумі і в культурі взаємозв'язків зі світом зумовлювалися процесами розвитку науки, матеріальної та духовної культури, формуванням цілісного соціосистемного середовища. Тому людина, потреби її діяльності розглядаються в контексті суб'єктно-об'єктної цілісності.

Дизайн соціосистемного середовища прийнято розглядати в широкому соціокультурному контексті формування цілісних соціокультурних ситуацій – гармонійна структуризація предметного і процесуального аспектів системи «людина-предмет-середовище», а також програм організації таких систем. Тобто в останній третині XX ст. відбувся відхід від художнього конструювання окремих виробів до комплексного вирішення цілісного середовища в тріаді «людина – предмет – середовище». На цій основі дизайн меблів, розглядається в контексті формування цілісного середовища життєдіяльності людини.

Складову дизайну соціосистемного середовища, підходи до дослідження та вирішення цієї проблеми зумовлюють ідеології урбосинергетики, інвайронменталізму, геосоціосистемології, методики системологічного аналізу та синтезу кількісно-якісних

морфологічних, праксеологічних, текстологічних та аксіологічних показників і характеристик [2, 14; 46].

Дизайн постіндустріального суспільства сьогодні розглядається, як: компонуюча діяльність, покликана отримати функціонально нову якість; композиційна діяльність, спрямована на створення нової художньо-осмисленої форми; ціннісна категорія; філософська категорія що визначає світобачення і стиль життя сучасної людини.

На основі аналізу наукових досліджень С. Мигаля, та власних, ми можемо стверджувати, що для постіндустріального дизайну та формування гармонійного середовища життєдіяльності людини будуть важливими наступні концепти й стратегії його розвитку:

- людина – центральний організатор соціосистемного середовища, носій соціокультурних традицій і виконавець усіх функціонально-технологічних процесів;
- кожному виміру простору – ієрархічної просторової системи надається конкретне функціональне навантаження;
- використання «природного» генерування форм і образів, різноманіття прийомів і засобів їх формотворення;
- створення дизайнерського продукту з використанням ресурсо- і енергоощадних, нешкідливих і безвідходних технологій виробництва;
- використання традиційних та нових екологічно безпечних матеріалів;
- проектування об’єктів з тривалим терміном служби, з урахуванням подальшої утилізації, можливості розподілу та вторинного використання сировинних матеріалів, з мінімальною шкодою для екології;
- використання в предметному дизайні та дизайні середовища поєднання аромату і акустики, навіть коли джерелом проектних ідей є аромат чи звук;

- урахування «життєвого циклу продукту» під час формування та розвитку дизайнерських продуктів та послуг;

- створення багатофункціональних різноманітних архітектурно-просторових структур меблів і обладнання середовища у контексті концепції сталого розвитку;

- забезпечення людині психологічного комфорту та повноцінного естетичного освоєння навколишнього середовища, врахування індивідуальних потреб і запитів кожної особистості [2, 46-48].

Глобалізаційні процеси, розвиток науки, матеріальної та духовної культури, дизайну та його інформаційне забезпечення виконують функцію методологічного орієнтира у виборі підходів і методів виконання системних завдань [2, 48].

Дослідження науковців Мигаля, С., Диди І., Казанцевої Т. дизайну постіндустріального суспільства висвітлюють принципи середовищного підходу до проектування дизайну меблів: антропоцентричну спрямованість, соціосистемне середовище, інноваційність, індивідуалізм, хаос, параметризм, метафоричність, постійний експеримент, узгодження, цілеспрямованість, адгокізм, структурогенез, морфогенез, тектогенез, інтеграційність, єдність, фрактальність, варіантність, оптимальність, знаковість, динамічність, адаптивність, гармонійність, економічність [2, 54-57].

Усвідомлення середовища як предметно-просторової і соціально-культурної цілісності, продиктоване об’єктивною логікою розвитку самого житла, і вивчення можливих ліній розвитку середовища дає перспективні орієнтири для практичної діяльності дизайнера.

Список використаних джерел:

1. Абизов В. Фактори та умови, що визначають дизайн середовищних систем і об'єктів // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Мистецтвознавство. 2008. Вип.19. С.71–73.

2. Мигаль, С., Дида І., Казанцева Т. Біоніка в дизайні просторово-предметного середовища: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 228 с., іл.

3. Словник з дизайну і ергономіки / За ред. В. О. Свірка. Київ: Український науково-дослідний інститут дизайну та ергономіки, Спілка дизайнерів України 2009. 131 с.

УДК 658.512

ВПЛИВ УКРАЇНСЬКИХ ДИЗАЙНЕРІВ НА ВІТЧИЗНЯНУ ТА СВІТОВУ КУЛЬТУРИ

Литвиненко Наталія Миколаївна,
кандидат технічних наук, с.н.с.,
доцент кафедри технологій і дизайну
Київського національного
університету культури і мистецтв

Ключові слова: *дизайн, українські дизайнери, колекція, суспільство, моделі одягу*

Зараз, коли усе більше уваги звертають на роль дизайнера в суспільстві, не відмовляючись від характеристики його професійної роботи над формою виробів, стали підкреслювати його можливості в організації навколишнього предметного середовища та в гармонізації внутрішнього світу людини. Як відомо, дизайн з самого початку свого існування тісно пов'язаний із пластичними мистецтвами: скульптурою, живописом, архітектурою, орнаментикою, невід'ємною властивістю яких є естетичність. Сьогодні вважається, що дизайнер може реалізовуватися на всьому багатоманітному полі людської життєдіяльності, що його метод мислення – пошук естетично осмислених, оригінальних рішень. В сьогочасних умовах кризового стану суспільства дизайнерська діяльність потрібна більше, ніж звичайно, оскільки зростає потреба естетично наповнити життя людини [1].

Зважаючи на своєрідність та багатоманітність дизайнерської діяльності сьогодні, виділяють два спрямування: роботу над авторськими проектами окремих речей та проектами для виробництва, що опрацьовують товарну цінність речей, торкаються найскладніших соціально-естетичних механізмів формування ідеалу та функціонування художньої культури. І в тому, і в іншому напрямі все більше з'являється українських дизайнерів, що успішно працюють на світовому ринку і доводять свою якість.

Не в останню чергу інтерес міжнародної індустрії моди до української моди дизайнери пояснюють політичними причинами, адже після подій на Майдані увага світу зосереджена на Україні [4]. Світ моди також стежить за політикою, тому дизайнери використовують цей інтерес для правильної роботи на імідж [2]. Революція гідності, майдан – все палає. Світ звертає увагу на українців і, здається, вперше серйозно помічає, на що ми здатні. Важливою виявилася позиція оргкомітету Ukrainian Fashion Week, який спочатку намагався перенести дати проведення, але після зустрічі з частиною дизайнерів-учасників було прийнято рішення не змінювати дати. В інтерв'ю Громадському, редакція якого, як і багато інших медіа, підтримали проведення Тижня Моди, голова оргкомітету UFW Ірина Данилевська пояснила: «Українці – талановиті! Вони знають не тільки як руйнувати минуле, а й як створювати своє майбутнє. Ми маємо запропонувати на перші шпальти світових видань не тільки Київ у димовій завісі. Нехай там з'являться фото дизайнерських колекцій. Ми доведемо, що ми – конструктивні і цікаві сусіди! Ми будуємо нову країну!» [5].

Дизайнери не оминали болючих тем, та виражали свою підтримку у будь-який можливий спосіб: Лілія Пустовіт зробила колекцію з поєднанням жовто-блакитних відтінків та з елементами, що нагадують бронежилети, Кристина Бобкова випустила моделей на

подіум під аранжований гімн України, Олексій Залевський зробив закритий для гостей показ, на якому присутньою була виключно преса. На подіум з гратами при цьому виходили моделі у «тюремному» смугастому одязі. Олена Рєва зробила показ на тлі стилізованого прапора зі словами «Єдина країна», а Іван Фролов доповнив образи моделей балаклавами. Переживали не тільки українці: дизайнер грузинського походження Бічола Тетрадзе виходив до гостей свого шоу з прапором України на плечах.

Талановита людина зі світу моди – талановита у всьому. Таким доказом став українець Олексій Залевський. У 2015-му він дебютував у ролі кінорежисера зі стрічкою «Джок». Сюжет фільму розгортається довкола життя біохіміка Леоніда Вон Штайна. Світова прем'єра відбулась на 17-му Шанхайському Міжнародному Кінофестивалі SIFF, українська – на церемонії відкриття 36-го Ukrainian Fashion Week. Перед цією подією фільм вже встиг отримати нагороди за найкращі режисуру та музику на лондонському фестивалі The International Filmmaker Festival of World Cinema.

Крім того, у 2015-му році UFW розпочав проект «Витоки», присвячений національному костюму як джерелу натхнення. Ініціатор та куратор проекту Марічка Квітка заявила його як спільний для Національного центру народної культури «Музей імені Івана Гончара» та UFW, а Тиждень Моди, підкресливши культурологічну цінність для молодого покоління українців, запросивши молодого дизайнера Яну Червінську. Партнером проекту стало телевізійне шоу Нового каналу «Супермодель по-українськи». Показ, що проходив у Мистецькому Арсеналі, зібрав настільки велику аудиторію, що зал не міг вмістити всіх бажаючих. На учасницях телевізійного проекту демонструвалася спеціально зібрана колекція національних костюмів від музею та з приватних колекцій, а Яна Червінська показувала абсолютно актуальні образи, створені виключно

за допомогою національних технік [5]. Фани TV-проекту, можливо, вперше відкрили для себе красу і велич українського костюму. Не залишився осторонь і світ, який дізнався про експеримент Ukrainian Fashion Week завдяки публікації у Vogue Italy геніальних фотографій Дмитра Комісаренка.

У офіційному розкладі UFW з'явилися яскраві бренди A.M.G., the COAT by Katya Silchenko, Navro. Поява цих брендів ознаменувала ще одну тенденцію у fashion-бізнесі України – вдале поєднання комерційно успішних моделей з ефектними showpieces. Робота дизайнерів виявилася настільки успішною, що ці колекції з першого сезону потрапили в галереї найавторитетніших в світі ресурсів про моду vogue.com (USA) та Nowfashion (France).

Тим часом українська мода заручилася підтримкою Британської Ради – у 2015-му Ukrainian Fashion Week оголосив старт програми Fashion DNA. В рамках неї вісім дизайнерів пройшли відбір на кількаденний воркшоп з британськими експертами з брендінгу, створили та випустили спеціальне видання Fanzine, а у лютому наступного року ще й презентували свої роботи в Лондоні [5].

Джамала виграла Євробачення–2016. При цьому костюми для співачки розробили одразу кілька дизайнерів, а за процесом їх створення та відбору наживо спостерігали читачі українського Vogue. У фіналі українка виступила у костюмі від Івана Фролова – асиметричному, розшитому кришталем та з мереживом. Образ співачки настільки вразив, що одразу ж став частиною виставки Good Evening Europe, приуроченої до 60-ліття Євробачення.

Антон Белінський – це представник нового покоління українських дизайнерів, який вже встиг дійти до півфіналу престижного LVMH Prize у 2015-му, показав свою колекцію у Нью-Йорку та потрапив на сторінки чи не всіх найпрогресивніших світових видань. Після повернення зі Штатів дизайнер за підтримки Ukrainian

Fashion Week відкрив проект для тих, хто працює, не звертаючи уваги на традиційну сезонність та інші вимоги тижнів моди, але точно заслуговує уваги – One Day Project [5].

У наступному, 2017-му році Україна стає ще ближчою до світових подіумів. Капелюхи львів'янина Руслана Багінського надягають блогери К'яра Фераньї та Еймі Сонг, арт-директор Vogue Анна Делло Руссо, зірки Victoria's Secret Ельза Хоск та Жізель Олівейра і актриса Софія Річі, а найголовніша модель останніх двох років Белла Хадід та її багатомільйонна аудиторія просто закохуються у картуз Ruslan Baginskiy.

Українські дизайнери у складі UFW презентують свої колекції у Лондоні і показують їх на тлі вражаючої інсталяції – у вигляді архаїчної автобусної зупинки. Згодом шість українських брендів їдуть до Парижу, де разом з One Day Project та UFW показують свої роботи під час Paris Fashion Week.

В Україні остаточно затвердився світовий тренд на екологічну та етичну моду – завдяки поборниці апсайклінгу Ясі Хоменко, а також Ксенії Шнайдер, Gunja Project та Polina Veller, яка виробляє одяг та аксесуари з використаних вінілових банерів.

На 41-му сезоні Ukrainian Fashion Week було представлено окрему зону Fashion Tech, присвячену новим матеріалам, технологіям виробництва, методам та платформам продажу, вивченню попиту та його аналізу, що використовують новітні цифрові розробки. Адже майбутнє – це вже зараз [5].

А от українська дизайнерка Олена Даць постійно наголошує на те, що український одяг асоціюється з гарною якістю і натуральними тканинами, що є не менш важливо для покупців.

Вже кілька сезонів поспіль українська вишиванка не сходить зі світових подіумів. Вишиті сорочки та сукні можна побачити на багатьох голлівудських зірках. Тут варто назвати ім'я Віти Кін.

Саме вона є авторкою знаменитих суконь-вишиванок. І вона стала першим українським дизайнером, чиї речі носять найвідоміші і найстильніші жінки світу. Фішкою її марки є якість та приділення уваги саме дрібним деталям [4].

Отже, дизайн слід розглядати як специфічний вид естетичної діяльності, більше інших пов'язаний з технічними та соціокультурними перетвореннями. Поза естетичних образів дизайн також існує і в загальнокультурному, і в національному, і в особистісному вираженні.

Увесь предметний світ, створюваний людиною засобами дизайну за законами краси й функціональності є у відомому сенсі результатом проникнення естетики у всі сфери культурного буття, – в техніку, виробництво, сферу комунікацій, сферу соціальної психології.

Список використаних джерел:

1. Яковенко М. Дизайн як сучасна форма вираження естетичного початку в культурі [Електронний ресурс] / М. Яковенко – Режим доступу: http://www.info-library.com.ua/books-text-12063.html. – Назва з екрану. – Дата звернення: 02.04.2019.

2. Українська мода дебютує на London Fashion Week [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.dw.com/uk/українська-мода-дебютує-на-london-fashion-week/a-19055749. – Назва з екрану. – Дата звернення: 02.04.2019.

3. 50 відтінків моди. Українські дизайнери про те, що носитимуть наступної осені та зими. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2400086-50-vidtinkiv-modi-ukrainski-dizajneri-pro-te-so-nositimut-nastupnoi-oseni-ta-zimi.html. – Назва з екрану. – Дата звернення: 02.04.2019.

4. Українське – це стильно. Як наша культура змінила світову моду. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://lviv1256.com/lists/ukrajinske-tse-stylno-yak-nasha-kultura-zminyla-svitovu-modu/. – Назва з екрану. – Дата звернення: 02.04.2019.

5. Рідна мода. 20 років fashion в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://fashionweek.platfor.ma/. – Назва з екрану. – Дата звернення: 02.04.2019.

УДК7.01+72.01

ВЕРБАЛЬНИЙ ЗНАК В ПОБУДОВІ СИСТЕМИ ВІЗУАЛЬНИХ ОБРАЗІВ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ

Крамарчук Христина Петрівна,
кандидат архітектури,
доцент кафедри дизайну та основ архітектури
Національного університету
«Львівська політехніка»

Ключові слова: *лінгвосеміотика, вербальний знак, слова-первні, архетип, генотип, національна самосвідомість*

Ще в 1990-х О. Забужко (2006, с.103) наголошувала на проблемі національного збування (вкоріненість до землі, рідна мова, традиція – як екзистенційні виміри) як частинки нації російськомовних «українців». Сьогодні проблема «міжнаціональної «російщини» – як родової ознаки нового етносу» з «фальшивою мовою» до нашого терену, ландшафту позбавляє людину буттєвості. Кожна мова має свою власну образну і смислову метафорику, яка закладена в словах і втілює рівні світовідношення людини: від нижчого до вищого 1) предметно-практичний, 2) ритуально-обрядовий, 3) практичний-духовний та 4) духовно-теоретичний (Кирилюк, 2005, с.4-5). Мова формує ментальність і якою мовою ти розмовляєш, мислиш в повсякденні – через такий образно-метафоричний потенціал цієї мови й актуалізуються вроджені архетипні структури. Важливим у методі формування системи візуальних образів національного спрямування є інтроспекція у мовну свідомість.

Новизною цієї наукової розвідки є залучення лінгвістичних методів при формуванні системи візуальних образів національного характеру. А також важливість компоненти вербального знаку в структурі художнього образу як складової у формуванні національної свідомості ї її вищого ступеню – національної самосвідомості, беручи до уваги насиченість культурного простору російською мовою в українській чи англійській транслітерації. Наприклад, бренд «Ломті» (ломтікі, а укр. скибки – хрусткі житні хлібці) або бренд молочної продукції «Весела Бурьонка» (укр. Буренька).

Для виявлення вербального знаку і його смислового поля нами запропоновано лінгвосеміотично-структурний аналіз (Крамарчук, 2006).

І. Здійснення словесно-структурно-смислової детермінації (укладається на основі наукового і народного етимологічного аналізу синонімів, омонів, паронімів) на основі трьох рівнів смислового вираження слова: 1) мова Божественна (універсумна, вселадна), яка укладена духовно-теоретичним рівнем світовідношення людини, 2) священна мова (практично-духовний рівень та ритуально-обрядовий рівень світовідношення), 3) світська мова (предметно-практичний рівень).

Результат: 1) виявлення можливої семантичної ієрархії об'єкту (образу), введення його в статус символу і відповідно укладання символьно-знакових систем; 2) виявлення початкового фундаментального лексикону „ключевого слова" (Карасев, 2001), слова-первня (Хмельовський, 2000, с.128), що є вихідним смислом. Слова-первні це носії архетипу в слові і виражають праформи, прасенси, прасимволу.

ІІ. Дослідження області предметного значення поняття, всі можливі конотації та образне вираження в культурі.

Результат: виявлення генотипно -морфотипних проявів архетипу (вербальний знак та його образного представлення); які переводяться у формалізовану мову національно-культурних моделей. Національ-

но-культурні моделі фундаментальних форм життєдіяльності людини виявляються на основі однокореневого куща багатьох понять, їх багатознакового представлення, що відображає історично-етнічний духовний досвід.

ІІІ. Дослідження буквографем вербального знаку за принципом ізоморфності буквенного виразу слова (морфологія букви-графеми) і омовленої реалії (Крамарчук, 2015).

Результат: розширення смислового поля вербального знаку і представлення його по відношенню до об'єкта як іконічний, індексальний і символічний.

Наприклад, лексема «цар», яка утворює складніші поняття означає «інакшість, аномальність в природі, неповторність, красу, жертву».

1) Мова Божественна (універсумна): «божий цар»— причастя. Христос – Цар-царів.

2) Мова священна: цар-дівиця, цар-дзвін, цар-колос, цар-дуб, цар-сосна, царина — новина; площа≡царина≡майдан, цариця кукурудза на Поділлі, тому що, саме з кукурудзяної муки там поширений хліб, тридев'яте царство у казках.

3) Світська мова: царик – здрібніло-зневажливе «маленький цар».

Генотип (ідіотип) «Цар-» проявляється морфотипно 1) як винятковість в природі -- скупчення вертикальних елементів з однієї основи, три-дільність 2) образна унікальність 3) візуальна метафора корони (квітка беладонни— царичка, риба-цар – суцільний коронoподібний плавник, жук-олень (царєник). Можна визначити такі структури: Цар-Трійця-Тризуб, Цар-Жмуток-Спориш, Цар-Близнюки (Двійнята).

Отже, вербальний знак «Цар-« в словосполученнях вводить у вищий ієрархічний семантичний рівень об'єкти середовища, пієтизує, сакралізує їх. Ці образи без лексеми «Цар-« формували б світську мову середовища.

Дослідження буквографеми Ц («ці») — виявлення осі, центру у поняттях: ціль, цятка, циба (довга нога), ци-буля, цирк, церква, цяця, цар. Вода +ця стає водиця і отримує статус опієтизованої.

Підходи до виявлення смислів слова і його образного потенціалу: 1) як калямбурна методика розкодування, 2) як вільна поетична етимологія, 3) як ідеографема букви в слові (буквографеми) стає зрозумілим коли врахувати останні дослідження з психо-біології людини: структура коду текстів ДНК є набором графічних знаків «букв» і відповідає структурі мови етноносія (Гаряев та інші, 2001). Про звуко-смисле-словесний зв'язок так писав Г. Башляр: «фонетичне звучання слова (означник, означаюче) космологічно мотивується смисловим змістом (означуване)». Отже, у словах і позначених ними речах, явищах працює принцип ізоморфності (подібності форми, будови, функції, смислу) мікро і макрокосмосу.

Формування системи візуальних образів національного спрямування відбувається: 1) з використанням україномовних вербальних знаків, які вводять в священний, опієтизований вимір об'єкти, в даній розвідці задекларовано лексеми («Цар- », «Три-; Трой», «Дід» та «Баба»); 2) повернення до старих назв реалій, наприклад, Дунай (стара назва Криниці), Бог – давня назва Бугу, та національних «вербальних стереотипів» з прикметниковими ознаками, напр. вербові вулички, тополині шляхи; 3) пошук слів безеквівалентної лексики (Думи, Хлібороб, Яйце-Райце); 4) з укладанням нової символьно-знакової системи, наприклад, розвиток образу кача, качки як світотворчого птаха і провідника душ, який не розвинутий у сучасному образному культурному ряді, вшанування пам'яті Небесної сотні. Або ж конструювання нового близького нам символу – ластівки – за аналогією характеристик птаха і самовідданості героїв (в українській традиції вже існують символи: сокіл – козаки, крук – воїни УПА). Відхід від образів загальнолюдських (наприклад, голуб – символ душі), а праця

над образами унікально національними і в певних контекстах.

[1]ГЕНОТИП – це носій інформації Логоса в Слові, через мову нації, що є формотворчим визначником проявлених знань народу через Слово. Слово є складовою формування образу в свідом ості, що визначається зовнішнім предметним світом, внутрішнім психічним світом людини, культурою і мовою народу. Генотипний прояв образу це національний формовияв знаку, його формоутворення та колорит образу

[2]Тридев'яте царство — можливо мова універсуму.

[3]Вставки Крамарчук Х.

Список використаних джерел:

1. Гаряев, П. та інші. (2001). Волновые биокомпьютерные функции ДНК. В Сознание и физическая реальность. Т.5. №6, с.30-48.

2. Забужко, О. (2006). Хроніки від Фортінбраса. Київ: Факт.

3. Карасев, Л. (2001). Онтология и поэтика. В Литературные архетипы и универсалии / под ред. Мелетинского Е.М. (с.304-311) Москва: Российский Государственный Гуманитарный институт.

4. Кирилюк, О. (2005) Універсалії культури і семіотика дискурсу. Казка та Обряд: Монографія (с.4-5). Одеса ЦГОНАНУ: Автограф.

5. Крамарчук, Х. (2006 Роль лінгвістичного аналізу у виявленні семіотичних принципів як правил формування національних символьно-знакових систем архітектурно-предметного середовища. В «Збірник наукових праць» Науково-дослідного інституту українознавства. (Т.Х , с.322-335). Київ: Фоліант.

6. Крамарчук, Х. (2015). Принцип ізоморфізму архітектурно-предметних реалій і їх буквеного виразу. У Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Архітектура. (№ 836, с. 236–243). Львів: НУ «ЛП».

УДК 72.012:[766:659.3](043.2)

ВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЯК ПРОВІДНИЙ ЗАСІБ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ В XXI СТОЛІТТІ

Обуховська Любава Василівна,
старший викладач кафедри
комп'ютерних технологій дизайну
і графіки
Єрмоленко Данило Валерійович,
студент 4-го курсу кафедри
комп'ютерних технологій дизайну
і графіки
Національного авіаційного
університету (Київ)

Ключові слова: *візуальний контент, сприйняття світу, візуальна комунікація, якісне зображення, внутрішній посил, наочна інформація.*

З кожним етапом розвитку людства новітні технології, без сумніву, впливають на наше сприйняття світу. У більшості аспектів ми звикли бачити світ таким, яким нам диктує наше наочне сприйняття. Візуальна картинка іноді бере гору над логічними способами сприйняття. Логіка, в деяких випадках, абсолютно не допомагає людині зробити правильний вибір при перегляді чергового добре поданого візуального ряду певної інформації. Візуальний контент, як його ще називають сьогодні, доволі швидко захоплює світ, оскільки відсоток саме візуального сприйняття досягає найвищого показника – близько 70% зі ста можливих. В епоху інтернет та модернових гаджетів деякі вчені задаються питанням, чому всього 70 %, а не всі 99% [1]. Дійсно, візуальний вплив в наш час – це невід'ємна складова кожної людини. Робити певні висновки та ана-

ліз щодо того чи іншого візуального контенту – це вже справа кожного, але його стовідсоткове сприйняття як факту існування ми можемо доволі впевнено констатувати вже зараз.

Не зважаючи на світову статистику, вчений Г. Почепцов зазначає [1], що: «багатозначність – це не риса візуальної комунікації». Вчений впевнений, що візуальна комунікація – це лише умовність для сучасного світу, тим самим ставив її існування та ефективність під сумнів. Слова вченого щодо візуальної комунікації зачепили багатьох, адже він вважає, що саме цей вид комунікації не несе в собі змісту, а є лише втіленням певного виду повідомлення. Саме на цьому моменті слова вченого можна вже поставити під сумнів, адже кожне повідомлення це і є текст, який несе в собі відсоток певного змісту, незмістовних повідомлень просто не існує. Кожна візуальна інформація несе в собі внутрішній посил, який або спонукає людину до певних дій, або ні. Рухома сила візуальної інформації доволі велика і несе в собі значну внутрішню мотивацію, яка відображається на тих або інших реаліях нашого повсякдення.

З іншої сторони, світ переповнений і навіть, можна сказати, повністю забруднений рекламою. Вона буває якісна або неякісна. Автори тут висловлюють думку більшості людей, що неякісну рекламу просто не можна випускати на вуличні білборди, обкладинки, стенди і т.д. Наприклад, слід запровадити спеціальний механізм, який буде успішно впроваджуватися під наглядом провідних спеціалістів щодо якості та розповсюдження реклами в Україні; він буде, без сумніву, дуже корисним в сучасних реаліях.

На даний момент реклама перевіряється лише за одним шаблоном – це перевірка складу реклами, її посил. Щодо недопуску реклами з неякісним візуальним дизайном, фотографі-

єю, ілюстрацією, само собою зрозуміло в сучасних реаліях. Звісно, у кожної людини різні погляди щодо цього, проте для керуючих рекламних агентств є ще фінансова сторона питання, а не естетична. І в нашій державі дилетантство в цій сфері вже давно перетнуло межу допустимих порушень гармонійно-естетичної цілісності. Візуальний контент повинен створюватися виключно професіоналами, які розуміються на композиції, кольорознавстві, естетиці, психологічних та етичних аспектах тощо.

Складова «дизайн» в такому визначенні як «візуальний контент» є надзвичайно важливим і має стояти на перших позиціях алгоритму розробки, звісно, після самої концепції контенту. Гармонійне поєднання структурованого контенту в поєднанні з витриманим, стильним та цікавим дизайном – це ключ до великого успіху тієї чи іншої візуальної складової реклами. Доволі складно розробити вдалий візуальний ряд, ілюструвати відповідну думку, яку б людина за потреби хотіла донести аудиторії. Іноді на розробку може піти декілька років, а іноді геніальні візуальні концепти народжуються за декілька хвилин. Саме структуризація дій замовника / виконавця несе в собі основний ресурс для отримання справді унікального та вишуканого продукту – продукту, який запам'ятовується і «чіпляє» своєю глибиною змісту чи користю. Але іноді трапляється, що ще до початку розробки шляху структуризації думка може прийти в голову тієї чи іншої людини і саме ця ідея принесе той очікуваний унікальний продукт. Тобто робота від зворотного.

Не будемо наводити статистику щодо відсоткового відношення використання візуального ряду в тих чи інших нішах, таких як інтернет, банери, газети, листівки і т.п. Аналітичні дослідження масово доступні в інтернеті та інших джерелах.

Усім зрозуміло, що в XXI ст. будуть переважати технології нового покоління, приміром, як інтернет. Інтернет не є доволі новим винаходом для людства, але відносно тих самих плакатів, корені яких закладені в Німеччині ще на початку XVI ст., звісно, новітніший. Люди робили дані вироби методом гравюри і називали «летючі аркуші», оскільки вони мали виключно політичний характер. Переглядаючи деякі з них, автори були здивовані, адже той рівень дизайну та посилання був дуже високим, не незважаючи на досить давні часи. Якщо повернутися у сьогодення, то можна побачити, що на просторах веб-ресурсів все рідше можна зустріти дійсно якісний та цікавий візуальний контент, який буде спонукати до певної дії.

Розповсюдження кількісної реклами на даний момент є основним критерієм у роботі власників рекламних агентств. Саме кількість на думку розробників відіграє значну роль. Але насправді ця думка є хибною і стверджувати так є доволі непрофесійно. Адже візуальна складова будь-якої речі завжди цінилася за рахунок своєї відмінності від інших, ексклюзивності. Чим менше було цих речей, чим більше вона цінувалася. Для прикладу можна навести геніальні картини видатних світових художників. Вони не робили по 2-5 копій своїх робіт. Звісно, в них на це були свої, об’єктивні причини, але автори даного дослідження схильні думати, що головною ідеєю було створення єдиного та унікального візуального контенту, який водночас створює разом з цим всю інформаційну глибину та художній задум його автора. Моніторинг та створення унікального візуального ряду з якісним наповненням і посилом в Україні є доволі високим і перспективним. Досить велика кількість молодих спеціалістів, які готові вступити в ряди людей, котрі б на весь світ заявили про Україну і потенціал українських фахівців на ринку візуального контенту як про-

відного засобу передачі інформації в XXI ст. Але даний вид діяльності вже на корені обрублюється вищими чинами, які не хочуть інвестувати в майбутнє нашої держави та покращити її за допомогою таких маленьких, іноді непомітних, але рішучих кроків.

Отже, не потрібно лишатися осторонь візуальної складової будь-якої роботи (проекту), оскільки вона забезпечує належне інформування громадян, загальнодоступність і смислову зрозумілість, широку комунікацію, є ексклюзивною, перспективною і розрахована на очікуваний результат. Висновок у кожного залишиться свій, адже все починається з індивідуальності та власних міркувань.

Список використаних джерел:

1. Почепцов Г. Теория коммуникации / Г.Г.Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.

УДК 76.03/.09

ПЛАКАТНІ ПРОЕКТИ І КОНКУРСИ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СВІТОГЛЯДУ МАЙБУТНІХ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ

Будник Андрій Вікторович,
кандидат мистецтвознавства,
старший викладач кафедри
графічного дизайну
Київського національного
університету культури і мистецтв
ORCID 0000-0002-0719-2231

Ключові слова: *плакат, культура, графічний дизайн, студент, арт-проект, дизайн-освіта*

Виклики часу формують нові за змістом і формою задачі для графічного дизайну в суспільному житті, що відповідно вимагає поточних змін у фаховій підготовці студентів дизайнерських факультетів чисельних профільних вишів країни. Практично всі вищі навчальні заклади, що мають спеціалізацію «дизайн», у навчальних планах програмують розробку плакатів. Прикро, що великий обсяг завдань не завжди стає відомим глядацькому загалу і, відповідно, не працює на цивілізаційний і політичний курс, обраний Україною.

Не секрет, що молодому графічному дизайнеру дуже важко експонувати свої твори на публіці, оскільки участь у багатьох виставках платна, оренда виставкових приміщень знаходиться поза межами студентських бюджетів. Навіть вже експонований проект може відбутися непомітно, оскільки запрошення засобів масової інформації теж потребує не абиякого фінансування. Тож, залишається виключно сегмент соціальних мереж, які обмежені виключно

«друзями» своєї вікової категорії. Постає питання – як потрапити на очі замовникам, продюсерам, кураторам, арт-ділерам? Щоб затребуваність творчого потенціалу і фахових навичок молодого дизайнера згодом перетворилася на матеріальний еквівалент, треба з чогось починати. Тож, на допомогу мають приходити дизайнерські конкурси, проекти, фестивалі, пленери і т. п. Задачі заходів культури та вищих навчальних закладів з естетичного виховання глядача і студента співпадають. Мета ВНЗ не тільки навчити студента історії мистецтв, відповідним комп'ютерним програмам, фаховим дисциплінам, а й просто відірвати молоду людину від гаджетів, перенести у реальне життя, спонукати бути патріотом, небайдужим членом суспільства, привити правильну рефлексію. Далі розглянемо декілька основних культурних заходів, в яких беруть участь студенти КНУКІМ, КУК ті інших ВНЗ України.

Плакатний проект «Народжені Карпатами». Триває три роки поспіль з 2016 до 2018 року в рамках Міжнародного фестивалю мистецтв «Карпатський простір» у середмісті Івано-Франківська, а також інших містах України [2; 3; 4]. Акцію просвічено видатним особистостям, дотичним до Карпатського регіону. Освітньо-виховний проект з формування громадської активності серед студентів творчих спеціальностей з різних регіонів України шляхом виконання плакатів-портретів особистостей із західних регіонів студентами зі східних регіонів (Донецька, Луганська, Харківська області). За наявності напливу (починаючи з 2014 року) в українських вишах студентів із східних областей (тимчасово окупованих або з-під української юрисдикції) залучення до подібних проектів стало важливим фактором інтеграції молоді зі Сходу до українського культурного простору і суспільного життя. Базові навчальні заклади проведення проекту – КНУКІМ, КУК.

Загальна колекція за три роки складає понад 100 плакатів (деякі передано до профільних музеїв).

Плакатний конкурс на театральну афішу до рок-опери «Біла ворона». Спільними зусиллями Національної оперети України і кафедри графічного дизайну Київського національного університету культури і мистецтв було організовано і проведено дизайнерський конкурс на кращу афішу для рок-опери «Біла ворона». Кожен студент є творчою особистістю, тому йому стала близька сама тема відносин непересічної особистості і соціуму, що її розкрито художніми засобами у постановці театру оперети. 43 студенти-учасники створили 47 плакатів. Пальму першості отримала Валерія Чемерис з першого курсу. Ще 10 найкращих плакатів експонувалися у театральному фойє під час прем'єри рок-опери. Частина творів потрапила у short-list Міжнародного конкурсу театральної афіші у Кишиневі. Решта учасників отримали безцінний досвід участі у подібних випробуваннях. Базові навчальні заклади проведення проекту – КНУКІМ, КУК.

Проекти «Майдан: простір творчості» і «Приручення метафор». Помітним учасником виставкової діяльності в рамках загального дизайнерського процесу лишається навчально-творча майстерня графічного дизайну НАОМА під керівництвом Віталія Шості з проектами «Майдан: простір творчості» і «Приручення метафор» (25 творів). Останній проект студентів під керівництвом членів секції плакату і графічного дизайну КОНСХУ Віталія Шості, Олени Батенко і Світлани Кошкіної демонструє графічні метафори сучасних проблем життя окремої людини і в цілому суспільства. Студент-дизайнер знаходить значущу громадську тему і створює власну графічну розповідь чим доводить, що, обмеживши себе світом речей і графічними метафорами, можливо розкрити будь-яку проблематику. Цілком заслужено проект «Приручення метафор»

було відзначено щорічною премією КОНСХУ за найкращу роботу в галузі плакату і графічного дизайну імені Георгія Нарбута за 2018 р.

Плакатний проект «Звуки музики» у рамках Міжнародного музичного фестивалю «O-FEST», Київ, Співоче поле (2018). Присвячено витокам і сучасному стану української музичної культури: від Давньої Русі до андерграундних груп і класичної вітчизняної естради. Обсяг – 50 плакатів, експонованих простонеба. Базові навчальні заклади проведення проекту – КНУКІМ, КУК, Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника.

Зрозуміли позитивність тенденції використання публічних проектів у навчальному процесі й лідери регіональної освіти, такі, наприклад, як ХДАДМ. У Харкові було започатковано плакатну акцію Design Against Fur («Дизайн проти міху»), під егідою міжнародної організації «Етичного ставлення до тварин» метою якої є формування свідомості людей, збереження життя тварин. До проектів природоохоронного спрямування варто додати й масштабний мистецький проект «Екологічна весна» з плакатною екологічною акцією «Зелений Харків».

Кілька років поспіль на кафедрі Графічного дизайну ХДАДМ триває соціоекологічний проект «Народжені в Україні: родом, духом, справами – українці», аналогічний «Народжені Карпатами», тільки більшого географічного обхвату. Мета проекту так само, як і на Міжнародному фестивалі «Карпатський простір» – через плакатний формат познайомити публіку із українськими діячами культури, науки, мистецтва, які змінили світ на краще.

У загальноукраїнському і міжнародному масштабах відбуваються виставки і видання проекту «Діячі України / Prominent Ukrainians» групи Pictoric, яка базована на творах студентів і випускників КДАДПМіД і використує у плакаті візуальну мову книжкової ілюстрації, переважно дитячої [2]. З локальних проектів

Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука можна відзначити виставку портрету-плакату фундаторів та викладачів, що їх зробили студенти кафедри графічного дизайну Академії під кураторством Володимира Грищенка.

Всеукраїнська виставка «Україна від Трипілля до сьогодення в образах сучасних художників». Студенти Дмитро Олейников, Катерина Вигівська, Яна Гальчук, Анастасія Ямборко (КНУКІМ), Микита Хаврюченко, Олег Єфименко (КУК) стали учасниками плакатного сегменту престижної всеукраїнської імпрези і потрапили на сторінки каталогу [9]. Темою творів стало відзначення подій української революції 1917-1921 рр.

«Ржищів. Дніпро. Ніч». Участь у ІІІ-му Всеукраїнському живописному пленері взяли студентки КНУКІМ Марія Підвезенна і Олександра Фараон. Роботи на тему спадщини трипільської цивілізації було експоновано на постпленерній виставці у Центральному будинку художника НСХУ і надруковано у каталозі [7].

«Софія – Премудрість Божа». До міжнародного арт-проекту власними плакатними творами долучилися Наталія Вакуленко, Ірина Головко, Юлія Масюченко, Олена Нашилова (КНУКІМ), Лариса Жуніна, Тетяна Семчук, Анастасія Снісар (КУК) [8]. Студенти продемонстрували обізнаність у історії Київської Русі та впливі її культурного спадку на сучасність.

Маркером стану плакатної справи патріотичного спрямування став «Всеукраїнський конкурс патріотичного плакату» 2015 року, на якому студенти Ольга Король і Володимир Болбас поділили два почесних третіх місця, а їхні твори було оприлюднено у каталозі [1].

Долучаються до арт-процесу і представники творчих факультетів і відділень графічного дизайну інших вишів – Київського національного університету технологій та дизайну, Київського

університету імені Бориса Грінченка, Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Специфіка діяльності цих вишів полягає у організації конкурсів і проектів внутрішнього спрямування, як, наприклад, з тематики енергозаощадження у КНУТД або особистості Б. Гринченка в університеті його ж імені.

Таким чином, за відсутності фінансової спроможності і технічної можливості проведення молодими дизайнерами персональних виставок, заходів, плакатні проекти стають чудовою творчою гартівнею для креативної молоді. Українські студенти-дизайнери стають співучасниками позитивних змін у культурі, політиці, громадському житті, вихованні, захисті навколишнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Всеукраїнський конкурс патріотичного плакату. – К.: НСХУ. – 2015. – 24 с.: іл.

2. Діячі України. Prominent Ukrainians. Альбом. – Київ: Видавництво Артбук. – 2016. – 248 с. іл.

3. Народжені Карпатами. Плакатний проект. Київ: Софія-А. – 2016. – 24 с.

4. Народжені Карпатами – II. Плакатний проект. Київ: Софія-А. – 2017. – 24 с. – укр., англ.

5. Народжені Карпатами – III. Плакатний проект. Київ: Софія-А. – 2018. – 24 с.

6. Поліщук Т. «Народжені Карпатами». – [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://day.kyiv.ua/uk/article/taym-aut/narodzheni-karpatamy. – Назва з екрану. – Дата звернення 06. 04. 2019.

7. Ржищів. Дніпро. Ніч. III-й Всеукраїнський живописний пленер. – К.: Софія-А. – 2019. – 32 с.: іл.

8. Софія – премудрість Божа. Міжнародний арт-проект. – К.: Софія-А. – 2017. – 64 с.: іл.

9. Україна від Трипілля до сьогодення в образах сучасних художників. Каталог восьмої всеукраїнської виставки. – К.: НСХУ. – 2018. – 300 с.: іл.

УДК 76.03/.09

ВИСВІТЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ ЗАСОБАМИ ПЛАКАТУ

Олешко Олена Петрівна,
кандидат архітектури, доцент
кафедри дизайну та основ
архітектури
Петровська Юліана Романівна,
кандидат архітектури, старший
викладач кафедри дизайну
та основ архітектури
Національного університету
«Львівська політехніка»

Ключові слова: *екологія, соціальний плакат, екологічний плакат, образ*

Створення соціального плакату обумовлено екологічними процесами навколишнього середовища. Суспільство, яке перебуває на етапі змін, має надзвичайно гостру потребу в соціальній рекламі, адже вона привертає увагу людей до конкретних проблем. Постійний аналіз ситуації навколишнього середовища виявляє екологічні проблеми, у яких більшою мірою винне людство. Для еволюції суспільства є необхідність соціальної реклами, а зокрема плакатів. Соціальний плакат не є новим вирішенням подачі інформації, проте з появою нових та назріваючих екологічних катастроф, він потребує все нового погляду на трактування та вирішення образів. Потреба сучасного суспільства в ефективному, яскравому і переконливому соціальному плакаті є важливим засобом та не зникає з плином часу. Пошук нових форм та ідей втілення соціального повідомлення відкриває можливості для розвитку, тому залишається актуальність плакату, як жанру візуальної комунікації між автором

і глядачем. На даний час екологічні плакати інтенсивно розвиваються. Всесвітні організації задають напрям для їхнього розвитку. Можливість екологічних катастроф посилює зацікавленість дизайнерів до нових форм вирішення екопроблем. Людство накопичує проблеми, які з рівня малого містечка поступово перетворюються у глобальні, воно захопилось технічним прогресом (технічна революція, розвиток народного господарства, індустріалізація та ін.), тому не відразу усвідомило загрозливі наслідки нових технологій і залишки надбань Першої та Другої світових війн. Рух на захист навколишнього середовища почав набирати важливості після 70-х рр. XX ст. Для глобальної екологічної пропаганди починають застосовувати плакат. Екологічні проблеми стають соціальними, так як і соціальні – екологічними. Загрози, що починають турбувати людство, стають очевидними. Плакати набувають емоційності, лаконічності, використовуються метафори та символи. Адже екологічний плакат без метафори не буде мати відгуку у серцях людей.

У формуванні соціального плакату відіграє важливу роль застосування метафор. Вони посилюють враження від задуманого митцем образу та додають глибинного змісту розуміння нагальних проблем. На основі цього поняття формується візуальний ряд соціальних повідомлень у плакатному мистецтві. При створенні образу з використанням популярних символів екологічної тематики метафора має безпосередній вплив на глядача. Також цей прийом дає змогу висловити думку лаконічно, з мінімальним застосуванням візуальних об’єктів і технічних інструментів, якими вони створюються. Задля вирішення екологічних проблем їх потрібно бачити не лише дизайнеру, а й кожному. Більшість плакатів цієї тематики створюються в експресивній манері для виразності думки та залякування глядача. В такому залякуванні можна простежити агресивне та грубе втілення метафори. На нашу думку, метафора повинна зберігати позитивне мислення, натякати, бути приємною

та гідною, а користувач повинен прагнути утримати і розвинути невидимий сенс повідомлення. Метафора є чіткою, зрозумілою та не дає шансу для омани.

Для пробудження екосвідомості людини міжнародні організації виступають замовниками соціального плакату з екологічними проблемами. Основними з них є: криза глобального потепління, зменшення обсягів питної води, забруднення морів та океанів, надмірне та нераціональне використання електроенергії, використання великої кількості пластикових виробів, нагромадження великих сміттєвих звалищ, океанських плям «сміття» та відсутність вторинної переробки, систематична вирубка лісів, лісові пожежі, браконьєрство на цінні та рідкісні види тварин та рослин, забруднення повітря і, як наслідок, знищення озонового шару планети, кислотні дощі, опустелювання, забруднення ґрунтів хімікатами. Усі ці пункти екологічних проблем висвітлено у соціальних плакатах. Замовники не обмежують дизайнера у висловленнях, і зазвичай замовлення носять некомерційний характер. При аналізі візуальних повідомлень можна побачити, що кожен плакат містить у собі зашифровані посилання, котрі не завжди зображуються безпосередньо. Митець визначає тему роботи і думає над її ідейним втіленням. Використовуються відомі символи та образи: планети Земля, людського тіла, частин рослин та тварин. Світоглядне сприйняття індивідуума також дає можливості для нового трактування своєї ідеї. Екологічна тематика дозволяє мислити як конкретно, так і узагальненою формою, що представляє цілісний образ явища чи предмету.

Проблеми екології з'явилися і залишаються донині. На жаль, вони не зникнуть, доки ми не змінимо своє світосприйняття. Художники-графіки, об'єднані ідеєю спільної турботи про Землю та єдності людини і природи, хочуть застерегти людство від можливої небезпеки за допомогою агітаційної спрямованості соціальної реклами.

УДК 74.01/.09

ШЛЯХИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ МОДИ

Кисельова Катерина Олександрівна,
кандидат технічних наук,
доцент кафедри дизайну
та технологій
Київського національного
університету культури і мистецтв

Ключові слова: *екомода, екодизайн.*

За короткий період, що можна окреслити приблизно в сто – сто п'ятдесят років, людина, озброєна досягненнями науково-технічної революції майже повністю вичерпала природні ресурси, накопичені планетою за мільярди років. Техногенна діяльність призвела до катастрофічного забруднення ґрунту, повітря і вод, навколоземного простору, й серйозно загострила питання можливості глобальної екологічної катастрофи. Провідні вчені, що працюють в напрямку збереження екосистеми Землі наголошують, що на сьогоднішній день людина майже вичерпала ресурси не тільки для свого розвитку, але і для підтримки свого існування. Глобальність проблем відображає загальну кризу філософії «суспільства споживання», якою живе сучасний світ.

За таких умов, все більшої актуальності набувають концепції на користь забезпечення збалансованого «сталого розвитку», діяльності людини в гармонії з природою та захисту інтересів майбутніх поколінь. Ідея «сталого розвитку» (sustainable development)

отримала провідний статус після Конференції ООН «Саміт Землі» в Ріо-де-Жанейро (Бразилія) в 1992 р., в якій брали участь голови держав 150 країн світу.

Глобальні катастрофи природного та техногенного характерів, колосальне перевиробництво продуктів, темпи накопичення відходів, які неможливо переробити, відчутне забруднення повітря, води і ґрунтів, зменшення озонового шару, непоправна антропогенна зміна ландшафту призвели до бурхливого розвитку екопроцесів та екосвідомості всередені сучасного суспільства, а також сприяли зміні філософії дизайну в бік екологізації.

Поняття «екодизайн», а слідом і «екомода» актуалізувалися наприкінці 60-х, початку 70-х роках XX ст. під впливом філософії «хіпі», які пропагували повернутися до природної чистоти через любов. Проповідуючи турботу про світ і природу, вони закликали суспільство зайняти активну позицію з приводу екології. Вважається, що перші борці за навколишнє середовище з'явилися на хвилі «літа любові» 1967 р., як проект групи ванкуверських журналістів, науковців і хіпі, які відправилися знімати на відеокамеру місце ядерних випробувань на Алясці, щоб показати це всьому світу. Згодом ця група активістів заснувала найбільшу громадську організацію в світі «Грінпіс». Саме вони загострили питання відповідальності за бездумне використання природних ресурсів та необхідності дбайливого відношення до оточуючого середовища, а поняття «природні матеріали», «природна їжа», «екологічний дизайн» та «екологічний одяг» підтяглися згодом. Більшість організацій, що займаються екологією та компаній, що випускають екологічно чистий одяг або косметику з'явилися саме в той час.

Отже, спробуємо зрозуміти, що криється під поняттями «екодизайн» та «екомода», а також сформулюємо напрямки їх існування та розвитку. За Вікіпедією, «екодизайн – напрямок в дизайні, що приділяє ключову увагу захисту навколишнього середовища на

всьому протязі життєвого циклу виробу. У розрахунок беруться, в комплексі всі сторони створення, використання та утилізації виробів. У довіднику з дизайну під редакцією Г. Міневрина екологічний дизайн визначено, як «область комплексної дизайнерської діяльності, яка прагне до реалізації в проектованих об'єктах зближення вимог природного середовища та культури, що викликає необхідність врахування цінностей, досягнутих попередніми поколіннями в сфері взаємовідносин людини і природи» [1, с. 61]. Визначення «екомоди» в україномовній Вікіпедії відсутнє, замість нього пропонується визначення «повільна мода» – «slow fashion», англомовна версія ставить знак рівності між «екомодою» та «сталою модою» – «sustainable fashion» метою якої є «створення системи, що може підтримувати себе на протязі невизначеного часу з точки зору впливу людини на оточуюче середовище» [4]. Визначення різняться, їх аналіз потребує окремого дослідження, але суть понять розкривається через однакові тези, спробуємо їх структурувати.

Основні напрямки розвитку «екодизайну» та «екомоди» можна поділити на три великих групи вимог: екологізація виробництва; екологізація матеріалів; екологізація споживання. Перша з них – екологізація виробництва, її можна охарактеризувати, як ефективне використання природних ресурсів (в першу чергу енергоресурсів) при проектуванні та виготовленні виробів, впровадження безвідходних технологій, забезпечення можливості повторного використання матеріалів з мінімальним екологічним збитком, впровадження безпеки утилізації, а також, дотримання виробником прав працівників та норм захисту середовища. Друга – це дотримання стандартів щодо матеріалів, забезпечення їх натуральності (наприклад, хлопок та льон замість синтетичних полімерних матеріалів) або навпаки ненатуральності (синтетичні хутро та шкіра замість натуральних), нетоксичності, безпеки у використанні, тощо. Третя група вимог – екологізація споживання,

яка в першу чергу характеризується обмеженістю особистого використання, а також, поверненням до речей кращої якості та довговічності, зміною структури попиту в бік екологічно безпечних виробів, впровадженням багатофункціональних речей, тощо.

Для більшості виробництв найгострішим питанням є енергоефективність, але для підприємств легкої промисловості це питання є не вельми актуальним, оскільки доля затрат на енергоресурси не перевищує 3-10%. Набагато гострішою є проблема збереження води, яка використовується на стадіях первинної обробки сировини, в фарбувальних, відбілюючих, оздоблювальних, відмочно-зольних, дубильних розчинах, а також, для промивання матеріалів після їх обробки.

За даними Всесвітнього Фонду дикої природи (WWF) на виробництво однієї пари джинсових брюк необхідно до 8500 літрів води. За неофіційними даними, для виробництва одягу для середньостатистичної європейської сім'ї на рік необхідно 200 000 літрів води. Нажаль, ця вода в процесі виробництва дуже забруднюється різними хімічними сполуками. Отже, в 2011 р. «Грінпіс» заснував програму «Greenpeace global Detox campaign» [3], що спонукало таких всесвітніх велетнів, як ZARA, MANGO, H&M публікувати щорічні дані щодо підвищення їх екологічної відповідальності. В 2013 р. Levi's випустила відео, в якому показує як на створення пари джинсів витрачається в 2 рази менше води, ніж раніше.

Другим напрямком першої групи вимог є економія дорогої сировини (вовна, хутро, шовк, льон, тощо), що переважно реалізується через впровадження безвідходних технологій та забезпечення можливості повторного використання матеріалів.

Так, однією з перших, компанія NIKE ще у 1993 р. зайнялася переробкою зношеного взуття, його перетворювали в гранули, які в подальшому використовувалися як покриття для спортмайданчиків. Компанія H&M має лінії одягу Conscious і Conscious

Exclusive, вироблені з перероблених або легких в переробці матеріалів, а також, щорічно присуджує 5 премій Global Change Awards з фондом в 1 мільйон євро за екопроекти. Все частіше в магазинах з'являється одяг та взуття з позначкою «eco-friendly». Головна його відмінність в тому, що такий одяг виготовляється з переробленої вторинної сировини. Ряд всесвітніх виробників одягу, таких як H&M, Marks&Spencer, Topshop проводять акції щодо збору речей власного виробництва для повторної переробки. В усіх магазинах H&M з 2018 р. введена практика постійного прийому будь-яких непотрібних речей, за здачу яких гарантується скидка.

Цікаву концепцію економії сировини пропонують прихильники «альтернативної економіки», які вважають, що виробництво одягу повинно бути дрібносерійним або індивідуальним. Орієнтація на виконання індивідуального заказу (бренд Ada Zanditon) дозволяє значно економити дорогі органічні тканини.

Третім напрямком першої групи є впровадження безпеки утилізації. Цей напрямок в основному представлений боротьбою за натуральність сировини, оскільки такі матеріали мають невеликий період розпаду, приблизно 2-3 роки. Оскільки речі з натуральних матеріалів завжди дорогі, цей сегмент мало цікавить транснаціональні корпорації, здебільшого їм займаються місцеві виробники, що випускають одяг невеликими тиражами. Але це не дозволяє конкурувати з мас-маркетом по ціні.

Четвертим напрямком першої групи є забезпечення прав працівників. Існують сертифікаційні знаки, такі, як FAIRTRADE, які вказують на те, що виробник пройшов незалежний аудит, щодо умов праці. Fair Wear Foundation (FWF) – ще одна некомерційна організація, яка сертифікує виробників які дотримуються внутрішніх високих стандартів. Наприклад, крупний бренд Jones Apparel Group, перед заключенням договорів з постачальниками проводить обов'язкові перевірки.

Друга група вимог – дотримання стандартів щодо матеріалів. Екологічні матеріали можна умовно поділити на чотири категорії: 1) з традиційних джерел (бавовна, льон, шовк, вовна), отриманих без хімікатів; 2) з легко відновлювальних культур (конопля, бамбук, кропива); 3) з переробленої натуральної сировини (перероблена бавовна, вовна); 4) з переробленої синтетичної сировини (пластикові пляшки, автомобільні шини). Найбільш відомою організацією, щодо сертифікації екологічно чистих матеріалів є Global Organic Textile Standard (GOTS), що займається продукцією, що містить мінімально 70% органічних речовин. Вони також перевіряють всі хімічні матеріали, такі як барвники та допоміжні речовини на відповідність певним екологічним та токсикологічним критеріям. Але, необхідно зазначити, що саме на цьому найбільше спекулюють виробники. При перевірці товарів під різними знаками «еко» виявляється, що приблизно половина не відповідають зазначеними вимогам.

Третя група вимог – екологізація споживання, її найбільше пропагують громадські організації і в ній найменше зацікавлені великі виробники. Нажаль, сучасна людина ще далека від обмеження особистого споживання, про що свідчать різноманітні дослідження. Наприклад, обсяг вартості одягу, що був куплений та не носився в гардеробі британців складає приблизно 47 мільярдів доларів, а середній американець викидає до 40 кілограмів одягу за рік. Всі статистичні дані свідчать, що в розвинутих країнах щорічний обсяг споживання товарів легкої промисловості за останнє десятиріччя виріс приблизно в 2 рази. Але, все більше людей вже не споживають та не викидають бездумно все підряд, а замислюються, чи можна подарувати старим речам і сміттю друге життя, обсяг «зеленого одягу» в структурі виробництва постійно зростає. Дуже популярними останнім часом стали напрямки ресайклінг, апсайклінг і фрісайклінг. Бібліотеки речей, де можна взяти одяг на прокат – но-

вий тренд європейських міст. Екоодяг поступово стає ідейним атрибутом сучасної людини, яка думає про навколишній світ.

В результаті проведеного дослідження уточнені значення термінів «екодизайн» та «екомода». Сформовані три основні напрямки розвитку екомоди та екодизайну в залежності від груп вимог: екологізація виробництва, екологізація матеріалів, екологізація споживання.

Список використаних джерел:

1. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / под ред. Г. Миневрина, В. Шимко. – Москва: Архитектура. –2004. – 288 с.

2. Экодизайн. [Электронный ресурс] – Доступ к ресурсу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Экодизайн. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 25.02.2019

3. Detox My Fashion . – [Electronic resource] – Mode of access: https://www.greenpeace.org/international/act/detox/ – Title from the screen. – Last access 06 April 2019

4. Sustainable fashion. – [Electronic resource] – Mode of access: https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_fashion – Title from the screen. – Last access 06 April 2019

УДК: 7.012

СОЦІАЛЬНА РОЛЬ КРЕАТИВНОГО ДИЗАЙНУ КОВОРКІНГ-ЦЕНТРІВ

Приходько Ксенія Олександрівна
аспірант І року навчання аспірантури за спеціальністю 022 Дизайн Київського національного університету культури і мистецтв

Ключові слова: *простір, дизайн середовища, коворкінг, інтер'єр, креатив*

Сьогодні практичне усвідомлення ідеї щодо актуалізації участі дизайну в розробці багатьох суспільно-значущих проблем, що зачіпають інтереси широких кіл суспільства, а також змінюють і збагачують ціннісні орієнтації в дизайнерській діяльності, є загальним поняттям мистецтвознавчої науки у галузі дизайну. Дизайн об'єктивно вже став необхідною частиною загальної естетичної культури, а також вагомою складовою матеріальної культури людства. І саме гармонійний розвиток людини та суспільства як соціально-культурної цілісності знаходиться в органічному зв'язку та прямій залежності від гармонійного розвитку всіх сфер життєдіяльності людей в адекватному предметному середовищі,створеному інтелектом і працею суспільства, за умов максимального збереження навколишнього природного середовища [4, с. 4-15].

Чимало науковців прагнуть розкривати питання дизайну як культуроутворюючої категорії. До них можемо віднести В. Сьомкіна, Г. Захаренко, Н. Александрова та ін.

У провідних державах світу дизайн на сьогодні є не лише професійно проектним, але й економічним і культурним явищем,

а в особі дизайнера суспільство має фахівця, діяльність якого забезпечує вбудування в економічний механізм господарювання культурного чинника через врахування визначеної концепції стилю, всіх складових соціально-культурних аспектів, притаманних певній проектній ситуації [3].

В умовах техногенного пресу, що існує, дизайнер, зокрема, створює художні форми предметних об'єктів дизайн-діяльності, які сприймаються і оцінюються суспільством, а найкращі з дизайнерських розробок перетворюються на культурні зразки-взірці, які визначають перспективні напрямки формоутворення промислових виробів та просторової організації предметного середовища [5, с. 148]. Продукція дизайну призначена, в першу чергу, для практичного використання в різних соціальних і культурних середовищах. Дизайн як сфера комплексної, багаторівневої за функціями наукової та проектно-художньої творчості, тісно пов'язана з науково-технічним прогресом, із розвитком найсучасніших технологій і матеріалів.

Глобалізація суспільства привели не лише до посилення зв'язків і стирання кордонів між існуючими елементами інноваційної інфраструктури, а й до появи нових, невідомих раніше елементів. У цій іпостасі набирає популярність коворкінг (від англійського co-working – спільно працює). Дизайн коворкінг-центрів має особливу концепцію, та суттєво відрізняється від проектування офісів та офіційних закладів громадських обговорень. Набір мінімальних вимог до обладнання коворкінг-центру виглядає наступним чином: обладнане робоче місце; переговорні кімнати; конференц-зали (з обладнанням для презентацій), приміщення для прийому їжі, з необхідним набором устаткування і мінімальним, але достатнім, набором продуктів для проведення кава-брейків [2]. Особлива увага в коворкінг-центрах приділяється створенню комфортної робочої обстановки та організації робочого простору таким чином, щоб максимально підвищити ефективність роботи і рівень творчого мислення учасників.

Для забезпечення соціальної ролі коворкінг-простору потрібно забезпечити і ряд наступних умов:

1) вдале місце розташування: наближеність до центру міста, сусідство з бізнес-центрами, забезпечення їх взаємодії з резидентами коворкінгу;

2) наявність зонування простору: зони відкритого і закритого робочого простору, зона перемовин, зона прийому їжі, зона проведення лекцій і семінарів, зона відпочинку, дитяча ігрова кімната;

3) ергономічний підхід: пристосування робочих місць, предметів і об'єктів праці виходячи із психологічних і фізіологічних особливостей людини з метою оптимізації загально продуктивності;

4) інтер'єр: креативні дизайнерські рішення, кольорова гамма, яка може впливати на продуктивність праці;

5) оснащення: зручність роботи, інформаційна безпека, необхідна технічна оснащеність, сучасне обладнання [1, с.133-135].

Важливе значення варто приділяти саме дизайну інтер'єру коворкінг-центрів. Креативне мислення дизайнера у розробці проекту допоможе запустити бізнес та створити вдалий формат для роботи і залучення гостей коворкінгу. Для того, щоб ідентифікувати дизайн коворкінг-центру як елемент інноваційної інфраструктури, у ході дослідження нами були виявлені основні характеристики вже визнаних елементів інноваційної інфраструктури.

Розглянемо соціальну роль креативного дизайну коворкінг-центру на прикладі київського креативного простору – «Часопис», який розташований за адресою: м. Київ, вул. Льва Толстого, 3. «Часопис», один із перших та найбільш відомих коворкінгових бізнесів в Україні, входить у партнерство з великим міжнародним провайдером коворкінгових та колівінгових послуг «rent24». Подальше спільне розширення планується як в Україні, так і в інших країнах Центральної та Східної Європи. Щопонеділка тут проходять театральні імпровізації і психологічний клуб. Щовівторках – майстер-класи зі стартапами. У середу – зустрічі з суспільно значущих людьми: політиками та громадськими діячами. Щочетверга засідання кіноклубу інтелектуального кіно із митцями кіноіндустрії та гра «Мафія». П'ятницю і суботу відводять на творчі зустрічі та музичні концерти [6].

Насичена програма, яка розписана по днях тижня забезпечує постійний потік відвідувачів, адже різноманіття подій в культурного

центру столиці привертає увагу різних верств населення. Сам коворкінг, завдяки ергономічному та креативному дизайну, – завойовує серця відвідувачів.

Простір «Часопису» поділений на кілька зон, кожна з яких має своє призначення. У головній залі, яка називається «Бібліотека», переважає кольорова гама у пастельно-сірих кольорах. В залі розташовані столи зі стільцями, а також великі стелажі з книгами та журналами, які можна вільно брати і читати. Місця під вікном обладнані розетками та перехідниками для ґаджетів усіх типів. Рівнем нижче розташовані «Камінна зала», яка виконана у світлих, молочних кольорах, оснащена великими м'якими кріслами, зробленими на замовлення. «Talk'ова» зона включає в себе наявність настільних ігор і відрізняється креативним дизайном, за периметром зони розміщені темні шкіряні дивани, а над кожним із них у вигляді душової кабіни розміщенні світильники. Зона «Кінозал» оснащення сучасною технікою і дозволяє переглядати фільми компанією з 5 та більше осіб. Також, у закладі є фуд-зона, зокрема кухня, виконана у яскравих кольорах, які спонукають збудженню апетиту. Тут можна розігріти принесену з собою їжу, приготувати її власноруч, або ж замовити у баристи готову продукцію до споживання. Зона під назвою «Дванадцять» дозволяє організувати переговори або презентацію. Там же можна безкоштовно роздрукувати/відсканувати потрібну документацію. Представлена зона виконана у сірому кольору з яскравими салатовими акцентами на меблях.

Завдяки формуванню унікального внутрішнього середовища коворкінгу, зароджуються інноваційні ідеї та проекти, які можуть знаходити підтримку в рамках бізнес-інкубатора, технопарку, технополісу. Креативне рішення дизайну інтер'єру коворкінг-простору забезпечує зацікавленість та привертаю увагу все нових відвідувачів.

Сучасний дизайн коворкінг-центрів, а саме, його місце та роль щодо розвитку економіки та виробництва, формування середовища життєдіяльності, слугує внеском у соціально-культурну проблематику суспільства, його матеріальну та художню культуру.

Список використаних джерел:

1. Артюхин Я. «Коворкинг» как пример акмеологической среды / Я. Н. Артюхин // Акмеология. – 2013. – №1. – С. 135-136.

2. Бабич С., Пархименко В. Коворкинг: концепция и перспективы // Наука и инновации. – 2014. – Т. 6. – №136.

3. Егоркина А., Ерохина Л. Коворкинг: история возникновения и развития идеи новой формы организации труда // Экономика и предпринимательство. — 2015. — №5/2(58/2).

4. Сьомкін В. Основні положення: концепція виставково-ярмаркової діяльності в Україні (обґрунтування та перспективи) [Текст] / В. В. Сьомкін // Виставки і ярмарки — в Україні і за кордоном. – 1997. – №7. — С. 4–15.

5. Сьомкін В. Дизайн, тенденції та напрямки розвитку: монографія [Текст] / В. В. Сьомкін. — К. : Альтерпрес, 2009. — 528 с.

6. Креативний простір «Часопис» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.chasopys.ua/

УДК 76.03/.09

ДИЗАЙН СУЧАСНИХ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ДРУКОВАНИХ ЖУРНАЛІВ

Олійник Вікторія Анатоліївна,
кандидат мистецтвознавства,
старший викладач кафедри мистецтв
Чернишова Каріна Юріївна,
магістрант кафедри мистецтв
Київського університету культури

Ключові слова: *журнал, мистецтво, культура, дизайн.*

Для розширення свого світогляду та саморозвитку людині необхідна інформація, яку можна отримати з різних джерел: з інтернет-мережі, через засоби масової інформації тощо.

Найбільш розповсюдженими друкованими виданнями, що популяризують інформацію та оприлюднюють її, є газети та журнали. Між собою ці види періодики, в основному, відрізняються об'ємом опублікованих матеріалів, форматом номеру та циклом випуску. При цьому журнал, у порівнянні з газетою, має меншу інформаційну оперативність (виходить не частіше одного разу на місяць), але може надати більш глибокий і всебічний аналіз порушеної теми [3].

Журнали класифікуються за тематикою: загальнонаціональні, регіональні, місцеві, корпоративні. Є також періодичні видання для певних соціальних груп і вікових категорій людей [7]. Крім того, варто відзначити макетні та художні особливості журнальної періодики, котрі, перш за все, зумовлені видовими поліграфічними від-

мінностями (наявність обкладинки, багатосторінковість, видавничі стандарти, політика конкретного журналу тощо). Так, журнал, на відміну від газети, має більш широкі можливості в дизайні: відрізняється креативним підходом композиційної організації, прийомами подачі інформації, графічним і шрифтовим рішеннями, великим асортиментом візуального контенту, структурними особливостями та їхнім оформленням в цілому.

Гейл Грін, керуючий редактор газети «National Post» (Канада), ще п'ять років тому писав: «Ілюстрації та дизайн – частина розповідання історій» [4]. Тобто заохочення людини до купівлі конкретного журналу ґрунтується не лише на його інформативному наповненні, а й на візуальному складнику. Тому, задля зосередження уваги читача на певному журналі, дизайнер має зробити цей продукт актуальним, сучасним та естетичним – тобто якісним у всіх можливих сенсах.

У залежності від контенту та призначення створюється доволі стандартизоване або зовсім нестандартне дизайн-оформлення журнальної періодики. Аналізуючи офіційні, наукові, суспільно-політичні, популярні та мистецькі журнали, можна зауважити яскраві відмінності візуальної подачі між ними. Наприклад, дизайн журналів політичної та наукової галузей має: 1) чітке підпорядкування шаблону; 2) композиційно стриману та планомірно структуровану логічну верстку; 3) мізерне використання художньо-графічних прийомів.

Противагою таким стандартизованим виданням є журнали культурно-мистецького спрямування, котрі без перешкод презентують вільну реалізацію дизайнерських ідей, креативне оформлення, інноваційний підхід. Завдяки особливому, нестандартному вигляду обкладинки, шрифтового вирішення та колористики, читач може швидко виділити, запам'ятати та ідентифікувати яскравий мистецький журнал серед подібної поліграфічної продукції іншого спряму-

вання. Журнали з мистецьким контентом розвивають художньо-образне мислення людини, розширюють її пізнавальні обрії в галузі культурно-мистецького життя країни і світу в цілому, створюють сприятливі умови для формування особистості, інформують про культурні події. Тим не менше, варто зауважити, що на даний момент такий продукт журнальної періодики ще не має чіткого відокремленого жанрового визначення, оскільки одні науковці вважають їх літературно-мистецькими виданнями, а інші – класифікують як фахові журнали, орієнтовані на певну категорію читачів [1].

За статистичними даними 2017 року в Україні тиражувалося близько 1715 періодичних видань за рік [5]. Оскільки відомо, що більшість з них стосувалися п'яти основних сегментів преси українського сучасного ринку з найбільшою аудиторією («Видання загального інтересу», «Телегід», «Жіночі видання загального інтересу», «Автомобільні видання» і «Видання про здоров'я та здоровий спосіб життя»), то можна аргументовано констатувати порівняну кількісну слабкість на цьому тлі позиції журналів культурно-мистецького спрямування. Найпопулярніші серед них – «Образотворче мистецтво», «Артанія», «Шо», «ART Ukraine», «Дніпро», «Березіль», «Аристократ», «Студії мистецтвознавчі», «artКурсив» тощо.

Для аналізу було обрано друковану журнальну періодику України з культурно-мистецьким контентом, яка, на нашу думку, найбільш яскраво та різнобічно демонструє свої особливі дизайнерські характеристики: «Образотворче мистецтво», «artКурсив», «ART UKRAINE», «Шо». Вивченню підлягали основні прояви дизайн-оформлення журналів: зовнішній вигляд (дизайн обкладинки і логотипу, зокрема), макетне та шрифтове рішення, верстка, колористика, ілюстративний контент (якість та природа зображень). Так, аналітичними критеріями оцінки даних зразків періодики стали: 1) характеристика змісту та історія розвитку журналу; 3) аудито-

рія впливу; 4) дизайн обкладинки та логотипу; 5) аналіз макетного рішення та верстки; 6) шрифт; 7) колористика; 8) ілюстративний матеріал. Розглянемо все це більш докладно далі.

Журнал «Образотворче мистецтво», заснований ще у 1935 році як видання спілки радянських художників та скульпторів України під назвою «Малярство і скульптура» в місті Києві, висвітлює візуальне мистецтво, практики сучасних митців та виставки, українське мистецтво у світі, а також вітчизняні мистецькі школи та традиції, глибинні джерела творчості, окреслює портрети художників минулого і сучасності тощо [1]. Найперший випуск журналу мав непримітну сіру обкладинку з шрифтовими написами чорного кольору без використання фотографій та ілюстрацій. У 1939 році на обкладинку додається кольорова фотографія репродукції картини художника, змінюється шрифт назви журналу. А в 2006 році фон обкладинки змінює колір з сірого на яскравий, з'являється логотип назви журналу та додаються ще декілька фотографій на обкладинку.

У 2012 році ми бачимо, що відбувся редизайн логотипу та загалом стилю обкладинки: вся площина її передньої частини тепер має кольорову ілюстрацію або фотографію, в залежності від випуску, а задня набуває яскравого забарвлення тла, на якому можна також побачити твір мистецтва. У випуску №2 2013 року несуттєво змінюється логотип, який залишається й надалі.

Тобто, як видно, від 1935 року дане видання пройшло низку трансформацій, змінюючи назви, обсяг, періодичність, творчі підходи [1]. Сучасний журнал має палітурку з тонкого картону, при цьому в деяких номерах – глянцева обкладинка, в інших – матова. Текстові блоки статей здебільшого розміщені статично, але випуск 1/2 2012 року має діагональну верстку. В цілому зараз можна відзначити креативний вигляд журналу, в дизайні якого використовується достатньо велика кількість яскравих фотографій,

графічних елементів та широка палітра кольорів.

Двомовний (російсько-український) журнал «ШО» презентує низку яскравих і самобутніх проектів, пов'язаних з літературою та сучасною культурою України, а також ближнього і далекого зарубіжжя [8]. Видається в Києві з 1995 року і орієнтований переважно на молодь, завдяки своєму креативному та цікавому оформленню, та творчих людей, які цікавляться актуальними тенденціями культурно-мистецької сфери.

Палітурка з твердого картону і формат, наближений до А5, надає цьому виданню подібності з книгою. Колористична яскравість кожного номеру привертає увагу нетиповими ілюстраціями та графічними елементами. Логотип, що складається зі слів «ШО» та «смотреть, слушать, читать», може змінювати колір з кожним наступним номером, але завжди статичний і незмінний в шрифтовому вирішенні. Задня частина обкладинки також яскрава, де розміщуються фотографії видатних діячів мистецтва, авторів статей та їх цитати. Форзаци ілюстровані.

Внутрішній журнальний блок розподіляється на дві частини: перша складається з білого крейдованого паперу, де розміщується головна інформація (тексти, фотографії тощо), а друга – з офсетного паперу, де друкуються у чорно-білому виконанні тексти літературних творів та ілюстрації до них. Сторінки розвороту мають 2 або 3 колонки, проте текст може змінювати своє вирівнювання. Оскільки журнал систематизує контент за трьома основними напрямками і розподіляється на розділи, то використовуються різні графічні елементи для такого візуального розподілу. По колористиці видання досить яскраве, з великою кількістю зображень, які розміщаються по-різному: на все тло розвороту, на формат сторінки, з рамкою, в графічному елементі, без кольорового фону тощо.

Так, проаналізувавши декілька номерів журналу «ШО», можна

зазначити, що він має власну сталу стилістику оформлення і верстки статей, проте за колористикою та ілюстраціями – своєрідний, характерний та самобутній.

Журнал «ArtКурсив» – мистецький альманах, який засновано Інститутом проблем сучасного мистецтва у 2008 році в місті Києві і аудиторією якого є митці та інші зацікавлені відповідними темами читачі. На його сторінках можна відчути настрій сучасного арту, простеживши найновіші тенденції у театрі, кіно, музиці та мистецтві [9].

Зовнішній вигляд журналу відразу асоціюється з мистецькою тематикою, оскільки номери містять на обкладинці зразки перформансу. Палітурка виконана з тонкого картону, дизайн її простий, адже містить лише фото, помітний логотип та мінімальну інформацію про номер. Журнальний блок складається з двох типів паперу: на глянцевому розміщені кольорові фотографії, а на офісному – чорно-білі. Логотип має курсивне накреслення з основним кольором та додатковим – червоним. Заголовки акцентуються розміром літер. Оформлення альманаху майже позбавлене графічних елементів, проте, переглядаючи його, ми відчуваємо творчий настрій, завдяки тематичним світлинам та характерній колористиці.

Журнал «ART UKRAINE» (рік заснування – 2007, місто – Київ) – це провідне українське періодичне видання про мистецтво, яке спеціалізується на візуальному його прояві, вітчизняному та всесвітньому, публікує інтерв'ю, критичні огляди, колонки та тематичні рубрики від провідних фахівців, художників та кураторів. Даний журнал видається щокварталу і має достатньо широку читацьку аудиторію: колекціонери, експерти, художники, галеристи, мистецтвознавці та інші поціновувачі мистецтва.

Видання характеризується креативним дизайном, різноманітним шрифтовим вирішенням – від статичного до хаотично-динамічного. У верстці головних цитат використовуються прийоми

зміни шрифтового кеглю та кольору, а також для виділення певного текстового блоку застосовуються кольорові рамки або інша декоративна графіка. Обкладинка візуально розподіляється на дві частини: верхню займає логотип, нижню – переважно фотографія. Напис логотипу щоразу змінює тло відповідно до колористики фотографії, яка подається нижче, що створює цікавий ефект. При цьому логотип не змінює тип шрифту, але може відрізнятися його кеглем та розташуванням з кожним наступним випуском номеру. Журнал використовує декілька шрифтів у кольорових варіантах. Верстка фотоматеріалів також достатньо різноманітна: світлини можуть накладатися одна на одну, верстатися «в обріз», переходити на розворот, оформлятися в плашки відповідного кольору, а також декоруватися графічними елементами.

Отже, виходячи з проведеного аналізу, можна зазначити, що сучасні українські мистецькі журнали яскраво виділяються на тлі відповідної поліграфічної продукції іншого змістового спрямування. Зокрема, вони публікують велику кількість фотографій з творами великих митців, а також презентують інноваційні засоби і прийоми дизайну, нестандартні художні техніки. У результаті ми маємо оригінальний арт-продукт, що постійно розвивається у стремлінні до актуальної візуалізації та стилістичної індивідуальності. Тобто у сенсі дизайн-оформлення ця група журнальної періодики, на нашу думку, може цілком аргументовано претендувати на окреме класифікаційне визначення як арт-журнал.

Список використаних джерел:

1. Глушко М. Мистецькі журнали в сучасній Україні: особливості контенту // Вісник ЛНАМ. Серія: Культурологія. Вип. 29. Львів, 2016. С. 47–57.

2. Роздержавлення преси в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://cedem.org.ua/news/rozderzhavlennya-presy-v-ukrayini-pidsumky-roku-ta-vyklyky/ – Назва з екрану. – Дата звернення: 05.04.2019.

3. Разница между журналом и газетой. [Електронный ресурс] – Режим доступа: https://thedifference.ru/chem-otlichaetsya-zhurnal-ot-gazety/ – Заголовок с екрана. – Дата обращения: 05.04.2019.

4. Дубина Н. Состовляющие хорошей газеты: дизайн, верстка, контент. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://compuart.ru/article/24444 – Заголовок с екрана. – Дата обращения: 05.04.2019.

5. Лебедева О. Сколько в Украине выходит газет и журналов? [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ubr.ua/market/media-market/skolko-v-ukraine-vykhodit-hazet-i-zhurnalov-3851061 – Заголовок с екрана. – Дата обращения: 05.04.2019.

6. Гваришвили Э. Зачем люди до сих пор берут газеты и журналы, если весь контент есть в интернете? [Электронный ресурс]– Режим доступа: https://www.the-answer.ru/questions/zachem-lyudi-do-sikh-por-berut-gazety-i-zhurnaly-esli-ves-kontent-est-v-internete/ – Заголовок с екрана. – Дата обращения: 02.04.2019.

7. Виды журналов. ГОСТ 7.60-90 «Издания. Основные виды. Термины и определения». [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gumfak.ru/izdat_shtml/gost76090/gost7609012.shtml – Заголовок с екрана. – Дата звернення: 02.04.2019.

8. Шоиздат. Про проект. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.sho.kiev.ua/ – Заголовок с екрана. – Дата обращения: 02.04.2019.

9. 9. Art курсив. Інформаційно-ілюстрований додаток до теми «Мистецький рух України XX–XXI століть». [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mari.kiev.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/ART-kursiv-04.pdf – Заголовок с екрана. – Дата звернення: 02.04.2019.

УДК 76.021

ЧИННИКИ ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕРФЕЙСУ МОБІЛЬНОГО КОМУНІКАТИВНОГО ЗАСТОСУНКА ДЛЯ ЛЮДЕЙ З РОЗЛАДАМИ АУТИЧНОГО СПЕКТРУ

Болтенков Аркадій Геннадійович,
асистент кафедри графічного дизайну
Київського національного
університету культури і мистецв

Ключові слова: *інтерфейс, комунікація, аутизм, функціональність, ергономіка, естетичність, технологічність*

Проектування вдалого дизайну інтерфейсу мобільного комунікативного застосунка залежить від багато факторів: естетичні, ергономічні, технічні, тощо. В першу чергу вони забезпечують легке користування застосунком. Один з найважливіших критеріїв – це швидкість роботи в інтерфейсі, від цього безпосередньо залежить задоволеність користувача продуктом. Тому, чим простіше та інтуїтивно зрозуміліше буде спроектований інтерфейс, тим краще і менше тимчасових і розумових витрат для отримання кінцевого результату.

Щоб функціонувати і брати участь в навколишньому світі, люди повинні використовувати свої почуття, тому сенсорна інтеграція дозволяє організувати наші відчуття, осмислювати їх, фільтрувати інформацію і адекватно реагувати на ситуацію. У багатьох людей з розладами аутичного спектру цей процес порушений. Вони можуть сприймати відчуття або як занадто

сильні, або як занадто слабкі, зазнавати труднощів систематизації та усвідомлення інформації, що надходить від органів чуття.

Нами виділено головні чинники, дотримання яких забезпечують ефективний дизайн інтерфейсів комунікаторів для людей з розладами аутичного спектру: технічний, ергономічний, естетичний.

Технічні фактори формують правильну оцінку ролі технічних факторів, сприяють вирішенню багатьох наукових та інженерних задач при проектуванні, виготовленні та експлуатації виробів [1].

Мобільний застосунок у вигляді електронного комунікатора повинен бути заснований на системі невербального спілкування PECS, де є чітка катологізація дій, які виділені кольором, оскільки людина с розладом аутичного спектру може закріплювати певну дію за певним кольором. Картки PECS передбачають деякий алгоритм дій або потреб, яка людина з розладами аутичного спектру хоче показати, тобто на одну картку PECS відповідає одній певній дії чи потребі.

Ергономічні фактори проектування впливають на психофізіологічні та естетичні характеристики об’єкту проектування. Щоб швидко зчитувати інформацію, необхідно, щоб вона була представлена як можна простіше для сприйняття. У сучасному світі швидко змінюваних даних це найбільш актуально. Тому в інтерфейсах слід позбавлятися зайвого «сміття» у вигляді всіляких візуальних ефектів, складних градієнтів і елементів, перевантажених іконок і нестандартних шрифтів. Це допоможе зосередити увагу користувача на задоволенні інформаційної потреби і дозволить скоротити час виконання операції. Це забезпечується логічною структурою побудовою блоків і елементів. Ергономіка інтерфейсів спрощує розміщення інформації. У цьому допоможе використання модульних сіток. В інтерфейсі існує безліч варіантів як креативного, так |і більш раціонального розташування елементів застосунка.

Ієрархічність графічного інтерфейсу користувача – одна з властивостей, що визначають інтуітивність інтерфейсу, адже в тематично згрупованих блоках простіше орієнтуватися. Розташовані в ієрархії від загального до конкретного групи в цілому дають повнішу і наочну картину роботи з інтерфейсом в цілому. Таким чином, підвищується якість і економиться час. За час розвитку графічного інтерфейсу користувача сформувалася певна база звичних структур, які використовуються для проектування і оформлення більшої частини сайтів, застосунків і програм. Це сильно підвищує ергономічність і допомагає користувачеві швидше зорієнтуватися в інтерфейсі, навіть якщо він відкрив його вперше. Знайоме розташування елементів, значно прискорить користування інтерфейсом.

Естетичні фактори, засоби та принципи передбачають, що естетична свідомість виступає невід'ємною частиною й формою суспільної свідомості, супроводжуючи людство в процесі його культурного розвитку. Рівень естетичного сприйняття формується на підставі практики. Чим різноманітніша практика людини або суспільства, тим багатші та складніші їхні потреби в естетичному довкіллі. Ступінь розвитку естетичного почуття впливає на характер діяльності людини, зумовлює ступінь її тяжіння до досконалості, гармонії та краси.

За естетичну складову комунікативного застосунка відповідає вдалий дизайн, який влючає в себе важливі складові, такі як колір, композиція, стилізація, форма. Правильна форма є найбільш дієвою для людини, що має проблеми с розладами аутичного спекру. Бажано використовувати картки квадратного формату. Також не бажано використовувати гострих та різких форм. Натомість більш ефективно застосовувати скруглення, або за можливість використовувати пластичні форми, тому що гострі форми у лю-

дини з розладами аутичного спектру можуть викликати надмірне посилення і недостатній вплив на сенсорні системи.

Інтерфейс добре сприймається, якщо він зроблений в єдиному стилі, та немає стилістичного перевантаження у вигляді складної графіки. Дизайн елементів в мінімалістичному стилі не повинен бути перевантажений деталями. Більш дієвим буде використання так званого flat-дизайну (дослівно – плоского дизайну). Мінімум деталей, тіней, об'ємних об'єктів і текстурування [5].

Колір також грає важливу роль в сприйнятті інтерфейсу. «У більшості додатків колір повинен вживатися стримано і добре поєднуватися з іншими елементами візуальної мови – символами, піктограмами, текстом – і просторовим відношеннями між ними» [2]. Люди з розладами аутичного спектру найчастіше прив'язують певний колір з певною дією. Використання простих відкритих кольорів сприяє встановленню чітких асоціативних звязків зі сферою дій у користувача.

При розробці інтерфейсу мобільного комунікатора треба спиратись на юзабіліті та ергоногомічність. Юзабіліті виступає як показник ступіня зручності користування мобільним застосунком, а ергономічність показує кількість витрачених фізичних сил для використання мобільного застосунка Треба враховувати, що використання подібного комунікатора розрізовано і на людей з розладами аутичного спектру, тобто з різними порушеннями сенсорних систем, і на звичайних нейротипічних людей.

Список використаних джерел:

1. Калимуллина О., Курбанова Є. Правила розробки графічного інтерфейсу в сфері інформаційних технологій. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://novainfo.ru/article/4645 – Назва з екрану. – Дата звернення: 05.04.2019.

2. Кон І. Соціологія особистості / І. Кон. – М., 1967. – 236 с.;

3. Купер А., Рейман Р., Кронін Д. Алан Купер про інтерфейс. Основи проектування взаємодії / А. Купер, Р. Рейман, Д. Кронін. СПб.: Символ-Плюс, 2009. – 688 с.

4. Морозов В. Искусство и наука общения: невербальная коммуникация / В. П. Морозов; [под. ред. В. Медведєва]. – М. : ИПРАН, 1998. – 164 с.

5. Старикова Ю. Основы дизайна. Конспект лекцій. - М.: А-Приор,2012. — 112 с.

УДК 76.021

ДИЗАЙН ЕЛЕКТРОННИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ІНКЛЮЗИВНИХ ГРУП ЛЮДЕЙ З ВАДАМИ ЗОРУ

Удріс-Бородавко Наталя Сергіївна,
кандидат соціологічних наук, доцент,
завідувач кафедрою графічного дизайну
Київського національного університету культури і мистецтв
ORCID ID 0000-0003-1831-5476

Ключові слова: *інтерфейс, слобозорі, інклюзивність, електронна бібліотека, сайт*

Дизайн як комплексна мультифункціональна діяльність відіграє величезну роль у розвитку суспільства та його соціальних трансформаціях. Графічний дизайн виконує важливу функцію, забезпечуючи комунікацію між усіма соціальними групами за допомогою візуальних засобів. Одним з напрямів фахового мислення та професійної майстерності графічних дизайнерів є усвідомлення значущості своїх функцій та соціальна орієнтованість частини їхніх проектів. Іншими словами, частина професійної діяльності графічних дизайнерів спрямована на внесення соціальних ініціатив, що нерідко має гуманітарний доброчинний характер.

Серед розроблених кафедрою графічного дизайну проектів є такі, що мають важливу соціокультурну значущість, адже спрямовані на соціальну адаптацію інклюзивних груп. Один з таких проектів – дизайн сайту онлайн-бібліотеки для людей з вадами зору. Завдання проекту доволі складне, оскільки, по-перше, в інформаційному

просторі обмаль гідних інтернет-ресурсів з таким функціоналом. По-друге, рекомендації з дизайну подібних сайтів обмежуються короткими інструкціями, які розглядають здебільшого питання програмування, та стислими лекційними описами щодо адаптації звичайних сайтів, реалізованих іншими дизайнерами. Правильне моделювання інформаційного ресурсу передбачає вивчення питання з різних боків, тож спочатку автори дослідили ситуацію в Україні з інформаційними ресурсами для сліпих та слабозрячих і з'ясували, що при наявності окремих акцій та заходів (наприклад, введення інструкцій шрифтом Брайля в аптечних мережах, представлення відомих картин в опуклій формі, зручній для тактильного сприйняття), проблема дуже актуальна. Книги, що у невеликих тиражах друкуються шрифтом Брайля, потребують численних витрат у виданні, створюються трудомістким процесом, а самі незручні у зберіганні. Доступ до них обмежується, зокрема в Києві, однією бібліотекою, до якої дістатися в сучасному мегаполісі досить важко.

Наступні аспекти проектування стосуються грамотного дизайну навігації та доступності інформації на спеціалізованих сайтах. Над вирішенням цих питань світові спільноти розробників працюють з кінця XX ст. На одному із засідань Консорціуму Всесвітньої Павутини (World Wide Web Consortium, W3C) було запропоновано гайдлайни для поліпшення доступності інтернет. Ініціатива отримала підтримку таких великих спонсорів, як Microsoft, IBM, Adobe, і зараз всі популярні браузери мають налаштування доступності та підтримку розмітки WAI-ARIA для надання можливості повноцінного використання Інтернету людям з фізичними обмеженнями (порушенням роботи органів зору та опорно-рухового апарату). На даний час існують керівництва для вебу з метою підвищення доступності контенту: міжнародний стандарт WCAG2.0 для ко-

ристувачів з різними обмеженнями здоров'я (зір, слух, моторика та ін.). Вони враховують не лише зручність користування сайтом на комп'ютері, але й їхніми мобільними версіями, адже кількість користувачів гаджетами серед слабозрячих зростає.

З метою проектування інтерфейсу онлайн-бібліотеки було досліджено особливості сприйняття та поведінки людей з вадами зору. Виявлено декілька важливих факторів, які допоможуть підвищити доступність сайтів.

1. Масштабована верстка, яка дозволяє збільшувати інформацію на сайті до 500% без появи горизонтальної прокрутки в браузері.

2. Контрастність подачі тексту – відповідні шрифти та фонові плашки, щоб полегшити читабельність слів. Наприклад, у користувачів з розладами колірного зору виникнуть труднощі або вони зовсім не побачать текст, якщо він не буде контрастувати з фоном. Часто взагалі варто обходитися чорно-білим варіантом. Контрастність текстів можна перевірити за допомогою спеціальних програм, наприклад Colour Contrast Analyser, розширень для браузера, наприклад «Contrast Ratio Checker» для Chrome або онлайн-додатків.

3. Візуалізація навігації за допомогою кнопок, зокрема Tab та Enter. Дуже важливо, щоб на сайті коректно працював фокус – при натисканні на кнопку TAB виділялося наступне посилання / кнопка, а також в рядку стану браузера відображалось посилання, куди буде здійснений перехід). Цих вимог часто не дотримуються при розробці звичайних сайтів, що ускладнює роботу з ними для людей навіть з нормальним зором. Але якщо проектується сайт для інклюзивної групи, це правило є одним з головних.

Під час збору інформації автори дійшли висновку, що згідно з концепцією «екологічності» та «універсальності» дизайну більшість сайтів потребує наявності версії для інклюзивних груп. Перехід до них здійснюється за допомогою кнопки «Панель для

людей з вадами зору», що вже введено у державні сайти інших країн та частково з'являється в Україні (зокрема, сайт Міністерства освіти і науки). За допомогою неї можна перейти до версії сайту, дизайн якого задовольняє потреби людей з обмеженими можливостями. Наприклад, передбачена можливість налаштувати відображення кольору на сайті, що допоможе людям з дальтонізмом, або змінити інтервали між літерами і рядками, вибрати зрозумілий шрифт, що необхідно людям з дислексією.

Образна складова дизайну сайтів для людей з вадами зору не є першоактуальною. Але вона може частково реалізовуватися за допомогою піктограм – вони повинні бути, передусім зрозумілими (чітка форма, однозначне трактування зовнішніх контурів), контрастними, але в той же час нести емоційну складову.

На прикладі розробки інтерфейсу онлайн-бібліотеки, можна узагальнити, що дизайн сайтів для інклюзивної групи людей з вадами зору призначений, передусім, для вирішення функціональних питань, а естетичність полягає у композиційній гармонії та доцільності кожного вибору дизайнера для полегшення сприйняття інформації адресатом.

Проектування з метою вирішення соціальних запитів є важливою складовою вищої освіти в галузі дизайну. Розробка таких проектів не лише мотивує до розширення світогляду графічного дизайнера через вивчення питань психофізіології, психології поведінки людини, соціології тощо, але й формує соціальну відповідальність та активну громадську позицію у реалізації соціальних інновацій в країні.

Список використаних джерел:

1. Golub K. Digital libraries and the blind and visually impaired. – [Electronic resource] – Mode of access: http://sid.usal.es/idocs/F8/FDO24698/digital_libraries_blind_impaired.pdf. – Title from the screen. – Last access 06 April 2019

2. Gerstenberger D. Library services for the blind a brief review and overview [[Electronic resource] — – Mode of access: https://nfb.org/images/nfb/publications/fr/fr04/issue2/f040202.html – Title from the screen. – Last access 06 April 2019

3. Геллер А. Государственный сайт, доступный для людей с ограниченными возможностями (чек-лист доступности). – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://habr.com/ru/company/design/blog/314910/ – Загл. с экрана. – Дата обращения 06. 04. 2019

УДК: 76.012:7.021.2]:744.9

ТРАДИЦІЙНИЙ ГЕОМЕТРИЧНИЙ ОРНАМЕНТ ЯК БАЗИС ПРОЕКТУВАННЯ СУЧАСНОЇ АЙДЕНТИКИ В УКРАЇНІ

Божко Тетяна Олександрівна,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри графічного дизайну
ORCID ID 0000-0001-5696-1941
Чистіков Олексій Павлович,
асистент кафедри графічного дизайну
Київського національного
університету культури і мистецтв

Ключові слова: *орнамент, айдентика, графічний дизайн, фірмовий знак*

У сучасному графічному дизайні все чіткіше окреслюється тенденція до візуалізації етнічних знаків та мотивів на їх основі. Такі проекти здатні апелювати до етнічної пам’яті поколінь та викарбовувати символи й образи, що увиразнюють та виокремлюють кожну з культур з загального конгломерату людства. Тож в центрі уваги дослідників постійно опиняються питання пов’язані з вивченням тих елементів візуальної культури, що приюють етнічній ідентифікації. Одним з таких елементів, безумовно, є український геометричний орнамент, автентично присутній у багатьох різновидах українського декоративно-прикладного мистецтва, таких як вишивка, ткацтво, килимарство та писанкарство.

Проблеми, пов’язані з визначенням етнічних особливостей кожної з націй через використання багатства форм і образів знаково-символічної системи декоративно-прикладного мистецтва

все частіше хвилюють науковців-дослідників. Так, подібні проблеми розглядаються у науковій публікації Л. Триноженко [9], у статті Король А. [3], у розвідках О. Карпенко [1] та В. Королєвського [4]. Цікавими науковими розвідками є також публікації Д. Солдатенко [8] та Л. Паславської [6], де вказується на відмінності інтерпретації традиційної символіки та орнаментики в декоративно-прикладному мистецтві та етнодизайні. «Лексикон української орнаментики» М. Селівачова [7] є фундаментальною працею, у якій досліджується історія, генеза, еволюція стилістики і форм в орнаментиці текстилю, різблення, кераміки та інших видів декоративного мистецтва та приділяється увага питанням етнокультурного районування, класифікації та типології.

З огляду літературних джерел вочевиднюється, що аспект використання геометричних орнаментів в сучасних проектах графічного дизайну висвітлюється все ще недостатньо. Отже, завданням даного дослідження є встановлення джерел натхнення при створенні сучасних знакових форм та виявлення тенденцій щодо їх видозмін; вирішення питань щодо способів трансформації української геометричної орнаментики в сучасних проектах графічного дизайну.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маючи за мету прослідкувати використання мотивів українських орнаментів у проектах графічного дизайну, звернемось до численної кількості прикладів застосування мотивів української орнаментики, віднайдених у ідентифікаційному просторі українського графічного дизайну.

Насамперед звернемось до вивчення наявних в ідентифікаційному просторі фірмових знаків та логотипів. Для аналізу було віднайдено та відібрано понад 30 знаків, в основу творення яких покладено мотиви орнаментики. Спостереження та співставлення знакових форм надало можливість стверджувати, що у сучасних знаках традиційні мотиви можуть не лише дублюватися та множитися на площині, а і трансформуватися, виокремлюватися та стилізуватися.

Досліджуючи фірмові знаки та логотипи, можна з упевненістю сказати, що найчастіше графічні дизайнери звертаються до мотиву восьмиконечної зірки, поширеного у ткацтві та вишивці на території всієї України. Восьмиконечна зірка може навмисно пікселізуватися, для наслідування ефекту вишивки, або утворювати композиційну схему, в межах якої додатково розміщуються допоміжні змістові елементи ідентифікації та тематичні стилізовані об'єкти. Також у фірмовому знаці може використовуватись лише половина мотиву, без втрати своєї впізнаваності, або використовуватись прийом контрформи.

Специфічною тенденцією побудови сучасних знаків на основі геометричних форм орнаментальних елементів є їх поєднання з іншими пластично-образними складниками або уподібнення до літерно-алфавітних знаків.

Надалі проаналізуємо графічні проекти, представлені рекламними плакатами та постерами. З їх споглядання унаочнюється, що орнаментальні мотиви української вишивки та ткацтва можуть впроваджуватись в рекламно-графічну продукцію їх первісному пропорційно-геометричному ритмі, доповнюючись образно-пластичними характеристиками шрифтових елементів, або з геометричних орнаментів може виокремлюватись який-небудь елемент, що суттєво збільшується та акцентується. Поряд з такими елементами все частіше використовуються «нейтральні» в образно-історичному значенні шрифти.

Проте поєднання українських орнаментів з етнічно-орієнтованими шрифтами складає окрему своєрідну тенденцію формування крупно габаритних візуальних комунікацій, таких як плакати й постери. Варто зазначити, що значна кількість плакатів, створених до державних свят, формуються саме завдяки впровадженню в образну мову геометричних орнаментів, характерних для української вишивки або ткацтва. При цьому орнаменти займають в пла-

катах ледве не домінуючу роль, поступаючись місцем та значенням лише державним символам та літерно-шрифтовим елементам.

Наступними носіями графічного дизайну, в яких зустрічаємо використання геометричних орнаментів є пакувальна продукція. В пакуваннях орнаменти найчастіше використовуються для відокремлення інформаційно-комунікативних елементів один від одного та «зонування» площини пакувань. Іншою тенденцію є впровадження орнаменту в якості елементу, що доповнює інформаційно-комунікативні елементи, але виступає дещо відокремлено від них (найчастіше збоку). Можемо підсумувати та виділити тенденцію застосування геометричних орнаментів в якості своєрідних маркерів, що додатково свідчать про зв'язок продукту з традиціями сільськогосподарської діяльності та культурою виробництва. Акцентуємо, що при використанні геометричних орнаментів на пакуваннях сам орнамент не підлягає трансформуванню. Він запозичується в своєму первісному вигляді та часто містить метричне чергування рівнопропорційних елементів. Тенденцією є використання орнаменту в одному з кольорів. Двоколірні або триколірні орнаменти на пакуваннях є вкрай обмеженими.

Ще одним об'єктом для вивчення тенденцій застосування українських орнаментів стали буклети та книжкові палітурки. В ході дослідження було з'ясовано, що геометричні орнаменти на таких носіях мають чітко відмінні тенденції впровадження. Так, на буклетах орнаменти мають тенденцію до позбавлення власного багатоколірного забарвлення й виступають в якості монохромного контрастного елементу, який може розташовуватись на тлі зображення, утворювати з цим тлом складне композиційно-вибіркове угрупування або доповнювати ілюстративний ряд за колористичними характеристиками, створюючи додаткову декоративну смугу.

Натомість у палітурках книжкових обкладинок орнаменти можуть відігравати роль патерну, заповнюючи собою більшу частину зображувального простору та збагачуючись за колористичною гамою.

В ході дослідження з'ясовано, що геометричні орнаменти та їх окремі елементи застосовуються у широкому спектрі продукції графічного дизайну. Відмічено, що більша частина таких елементів припадає на царину знакоутворення, айдентики та плакатів і постерів і значно менша використовується в пакувальній та друкованій рекламній продукції. Встановлено, що в царині айдентики геометричні елементи орнаментів найбільш піддаються візуальним трансформаціям, як-то: перехід у виключно лінійну графіку, використання ефектів контрформи та пікселізації. У царині знакоутворення елементи геометричних орнаментів часто набувають багатства забарвлення або підпорядковуються за колористичними характеристиками літерно-шрифтовим елементам (логотипам).

В плакатах та постерах використовується цілісний ряд геометричного орнаменту як в одноколірному, так і в двоколірному варіанті виконання. Тут орнаментальний ряд може підпорядковуватись образним характеристикам шрифтових елементів, а може й перебирати на себе роль візуально-змістового центру та поєднуватись з нейтральними в образному плані шрифтами. В інших носіях рекламно-графічної продукції, як-то пакування та рекламні буклети частіше зустрічається одноколірне або монохромне втілення орнаментальної стрічки, яка послуговує своєрідним маркером національної культури й національних традицій. Шрифтові вирішення таких носіїв в більшості випадків є образно-нейтральними й орнаменти послуговують маркерами національної культури

Список використаних джерел:

1. Карпенко О. Використання геометричних знаків-символів у народному декоративному та класичному авангардному мистецтві / О. Карпенко // Мистецтвознавство України. – 2008. – №9. – С. 45-59.

2. Коновалова О. Мотиви української народної орнаментики як складова знакової системи національного графічного дизайну / О. Коновалова // Сучасні стратегії університетської освіти: якісний вимір. – 2012. – №13. – С. 618-622.

3. Король А. Методика трансформації етнічних зображувальних мотивів у графічному дизайні / А. Король // Вид. від. ПНПУ імені В. Г. Короленка.– 2013. – №8. – С. 56-60

4. Королєвський В. Етнічні мотиви у сучасному українському плакаті/ В. Королєвський //Вісник ХДАДМ. – 2011. – №2. – С. 116-118

5. Лоліна Н. Традиційна українська писанка: генеза та особливості геометричного орнаменту / Н. Лоліна. – К.: 2015. – 86с.

6. Паславська Л. Традиційна символіка і орнаментика у сучасній етнодизайнерській освіті /Л. Паславська– [Електроний ресурс] – Режим доступу: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe – Назва з екрану.– Дата звернення 06. 04. 2019

7. Селівачов М. Лексикон української орнаментики / М. Селівачов. – К.: Редакція вісник «АНТ». – 2005. – 400 с.

8. Солдатенко Д. Сучасні тенденції в розробці фірмового стилю та рекламних повідомлень із використанням етнічних форм / Д. Солдатенко // Технології та дизайн. – 2014. – №2. – с. 48-52.

9. Триноженко Л. Національні мотиви сучасного графічного дизайну в Україні як засіб візуальної ідентифікації / Л. Триноженко. – Львівська політехніка. – 2010. – №7. – с. 188–191.

10. Юрченко І. Методика використання орнаментальних мотивів керамічних виробів фабрики І. Левинського в сучасному дизайні меблевих виробів / І. Юрченко // Сучасне мистецтво. – 2014.– №10. – с. 249–255.

11. Янішевська Н. Геометричний орнамент в образно-пластичній мові українського мистецтва 1910-1930 рр. (Культурологічний аспект): дис. кандидата мистецтвознавства 26.00.01/ Н. Янішевська. – К., Інститут проблем сучасного мистецтва. – 2017. – 198 с.

УДК: 76.012:7.021.2]:744.9

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ НА ОСНОВІ РЕГІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТРАДИЦІЙНОЇ ОРНАМЕНТИКИ

Чистіков Олексій Павлович,
асистент кафедри графічного дизайну
Київського національного
університету культури і мистецтв

В сучасному графічному дизайні України активно розвивається та втілюється у життя концепція імплікації етнічних прадавніх смислових форм. Для цього постійно аналізується та висвітлюються з нових ракурсів надбання традиційної народної культури, яка надає сучасним дизайнерам невичерпний ґрунт для оригінальних візуальних рішень. Одним з таких джерел є орнамент.

На думку дослідника С. Сидоровича, орнаментальні мотиви народної української творчості являють собою комплекс образів, джерелом виникнення яких є реальний світ. Однак при створенні цих образів немає наміру точно відтворити природу. З конкретного навколишнього світу народні майстри відбирали найбільш суттєве – те, що найсильніше діяло на уяву, викликало певні емоції. Дослідник вважає, що в процесі пристосування складних форм природи до плаского поверхні народ створив своєрідні методи відображення природи в орнаменті: узагальнення та умовність складних форм, ускладнення простих форм, геометризація мотивів органічного світу, особлива ритмічність

як у побудові окремих орнаментальних модулів, так і в схемі їх розміщення на площині [3]. В українських орнаментах ніколи не використовувалися реалістичні зображення. Навіть зооморфні мотиви підлягали спрощенню та стилізації, до рівня «плями».

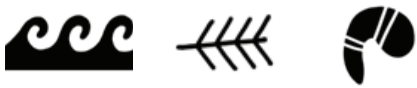
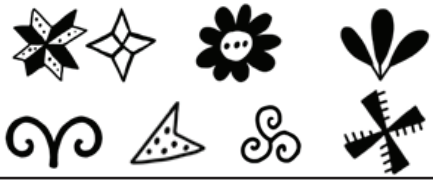
Особливої декоративності українського орнаменту, навіть при обмеженій кількості форм, народні майстри досягали шляхом вмілого співставлення контрастних кольорів, розбивання більших форм на дрібніші кольорові ділянки та сміливого акцентування в композиції одного провідного кольору. Кожен колір містив у собі своє значення і трактування дійсності. Як і будь-який елемент орнаментальної композиції, колір несе в орнаменті глибокий символічний зміст.

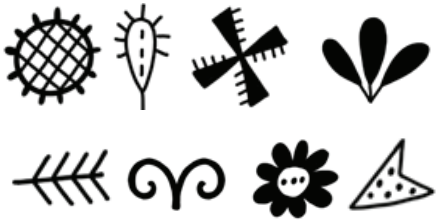
Одне із завдань графічного дизайну в сучасній Україні – створення ідентифікації продуктів і послуг, що походять з певних регіонів України. Вважаємо, що для ефективного проектування айдентики, зокрема доцільного використання знакових форм народної культури, треба враховувати особливості регіональних візуальних традицій. Тому варто приділити увагу упорядкуванню прототипів орнаментальних форм згідно місця їхнього виникнення та розповсюдженого використання.

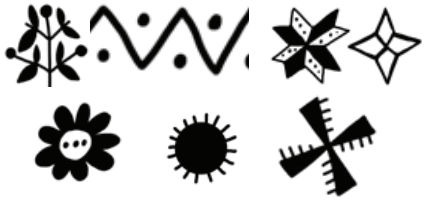
Залежно від регіону та виду декоративно-прикладного мистецтва орнаменти змінюються за кольорами, мотивами зображень (геометричні, рослинні, антропоморфні, зооморфні, солярні і т. п.), композиційною побудовою, наповненістю простору. Певні регіони визначається своїми неповторними властивостями орнаментики. Розглянемо регіональне домінування знакових форм на основі мотивів писанкарства.

Таблиця 1

Мотиви писанкарства за регіонами

Область України	Регіон	Знакова форма
Луцька, Рівненська, Житомирська	Волинь	
АРК	Таврія	
Луцька, Рівненська, Житомирська, Київська	Західне Полісся	
Чернігівська, Сумська	Східне Полісся	
Сумська, Харківська, Луганська	Слобожанщина	
Хмельницька, Вінницька	Західне Поділля	

Вінницька	Східне Поділля	
Донецька, Січеславськао, Кропивницька	Нижнє Подніпров’я	
Київська, Черкаська, Полтавька	Середнє Подніпров’я	
Полтавська	Полтавщина	
Одеська	Одещина	

Львівська, Івано-Франківська і Тернопільська.	Опілля	
Херсонська	Херсонщина	
Львівська, Івано-Франківська і Тернопільська.	Центральна Галичина	
Івано-Франківська, Чернівецька	Гуцульщина	
Закарпатська	Закарпаття	
РІвненська, Житомирська, ЛУцька	Волинь	

Закарпатська	Лемківщина	
Львівська, Івано-Франківська	Бойківщина	
Івано-Франківська	Покуття	
Чернівецька	Північна Буковна	
	Південна Буковина	

Майстри всіх регіонів надавали глибокого смислового навантаження знаковим формам [2]. Кожна геометрична фігура наділялась магічним значенням – графічні знаки-символи застосовували як обереги, як втілення гармонії та порядку. Орнаментика геометричного малюнку виникла на основі графічної символіки, яка мала для людини практичне значення: свого часу вона відтворювала релігійне осмислення дійсності і застосовувалась задля магічного впливу на умови буття. Поступово початковий зміст давніх графем було забуто, але самі зображення продовжували використовуватись як необхідні. На перший план вийшло суто естетичне їх сприйняття, і вони стали застосовуватись не стільки як магічні знаки, скільки як прикраси. Сучасні графічні дизайнери намагаються відтворювати естетику народних знаків з обов'язковим урахуванням їхніх значень.

Список використаних джерел:

1. Біняшевський Е. Українські писанки / Е. Біняшевський. – К.: Мистецтво. – 1968. – 93 с.

2. Селівачов М. Р. Лексикон української орнаментики / М. Селівачов. – К.: Редакція вісник «АНТ». – 2005. – 320 с.

3. Сидорович С. Художня тканина західних областей УРСР / С. Сидорович. – К.: Наукова думка. – 1979. – 156 с.

4. Макарчук С. Етнографія України / за ред. С. Макарчука. – Л. – 2004. – 558 с.

УДК 76.021

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ОБРАЗІВ ПЕРСОНАЖІВ ДЛЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР

Петровська Юліана Романівна,
кандидат архітектури, старший викладач кафедри дизайну та основ архітектури
Кузьмич Василь Ілліч,
старший викладач кафедри дизайну та основ архітектури
Національного університету «Львівська політехніка»

Ключові слова: *гейм-дизайн, геймплей, персонаж, герой, аватар, образ, комп'ютерна гра.*

Протягом останніх років роль комп'ютерних ігор у житті людини значно збільшилась, адже ігрова індустрія на сьогодні швидко розвивається. Задля покращення зв'язку користувача з ігровим світом, розробники і гейм-дизайнери повинні опрацьовувати образи персонажів та героїв таким чином, щоб на підсвідомому рівні людина розуміла мотивацію героя, його прагнення, а найголовніше, розуміла, з якою метою вона поринула в новий ігровий всесвіт.

Гейм-дизайн існує в умовах жорсткої конкуренції, викликаної перевищенням пропозиції над попитом, практично на всіх ігрових платформах. Кожна компанія бореться за увагу споживача і його готовність інвестувати свої часові та фінансові ресурси в ігровий процес. Дана проектна дисципліна активно і творчо використовує інструментарій інформаційних технологій, образотворчого мистецтва та цифрового дизайну, а також і високотехнологічні розроб-

ки електронної промисловості та інформатики, з метою створення якомога більш насиченого ігрового досвіду.

Розробка ігрових персонажів є вкрай важливим етапом, що включає в себе створення цілісного образу: головних героїв гри, контрольованих безпосередньо гравцем; неігрових персонажів, які, в свою чергу, поділяються на напарників, союзників, противників і нейтральних персонажів; групи персонажів, які направляються гравцем за допомогою команд, і представляють собою армії, загони і інші бойові одиниці. У більшості випадків персонаж є тим, чим гравець хотів би опинитися в реальному світі. На сьогодні представлено безліч досліджень на тему психології аватарів, наприклад, вченими був розроблений алгоритм визначення з великою часткою ймовірності гендерної приналежності гравця на підставі поведінки ігрового персонажа в рамках геймплею.

Всі суб'єкти та об'єкти ігрового світу, з точки зору геймплея, повинні бути бездоганні в візуальному плані, працювати на підтримку заданої дизайнером атмосфери і сприяти підвищенню правдоподібності ігрового всесвіту, що дозволить гравцеві швидше і повніше зануритися в його атмосферу. В ігровому процесі стає очевидною і мотивація персонажа. Це вже можна вважати проявом вищої психічної діяльності в рамках ігрової реальності: гравець, керуючись подібним мотивованим персонажем, частково перестає сприймати ігрові завдання, як примху гейм-дизайнера, і починає ставитися до них з розумінням, адже вони є наслідком особистісних прагнень персонажа, помстою, жагою до знань. Робота над персонажами вимагає від художників, дизайнерів і аніматорів глибокого розуміння принципів функціонування людського тіла і знання анатомії тварин, що є необхідною умовою досягнення правдоподібності статичних і динамічних ігрових сцен. Створюючи персонаж, визначаючи пропорції його тіла, опрацьовуючи риси

обличчя і визначаючи динаміку його рухів, важливо пам'ятати про парадокс людського сприйняття, описане японським фахівцем з робототехніки М. Морі, яке він виявив в процесі роботи над наданням антропоморфних рис, пластики і міміки роботам. З точки зору проектування персонажів в рамках гейм-дизайну важливо розуміти, що крім детально опрацьованих, яскравих аватарів, з якими гравці прагнуть себе ідентифікувати, настільки ж поширені і популярні, настільки лаконічні. Вони уподібнюються піктограмам або символам, при цьому будь-яка відсутність у них деталей полегшує гравцеві процес проектування на них своєї особистості, про що згадує і С. МакКлауд в своїй книзі «Зрозуміти комікси». Текстура і колірна гамма також підвищують впізнаваність і покращують чіткість сприйняття персонажів. Після того, як зовнішній вигляд та інші вищенаведені характеристики персонажів затверджені, створюються їх тривимірні або двомірні моделі, що підлягають анімації в процесі подальшої роботи над грою. Розмір, як засіб візуальної експресії, безумовно, має значення: так, наприклад, битви з босами традиційно є найбільш складними і вимагають від користувача мобілізації всіх його ігрових навичок. Їх кульмінацією є фінальна битва з головним лиходієм-противником в кінці гри, і, щоб підкреслити особливу важливість цих битв і налаштувати гравця на підвищену їхню складність, гейм-дизайнери зазвичай створюють босів розміром набагато більше звичайних ворогів, а найчастіше колосального розміру.

На сьогодні, гейм-дизайн представляє собою вид проектної діяльності, орієнтований на створення продукту, який відповідає потребам, очікуванням і вподобанням цільової аудиторії. Гейм-дизайн існує в умовах жорсткої конкуренції, викликаної перевищенням пропозиції над попитом практично на всіх ігрових платформах, кожна з компаній бореться за увагу споживача і його готовність ін-

вестувати свої часові та фінансові ресурси в ігровий процес. В силу свого міждисциплінарного положення, що знаходиться на стику інформаційних технологій, образотворчого мистецтва та цифрового дизайну, дана проектна дисципліна активно і творчо використовує, як інструментарій різних видів мистецтва, так і високотехнологічної розробки електронної промисловості та інформатики, з метою створення якомога більш насиченого ігрового досвіду, що володіє як високою художньо-естетичною цінністю, так і надає максимально ефективне технічне виконання концепцій гейм-дизайнера.

Особлива значимість етапу розробки персонажів, чия поведінка, зовнішність і мотивація є найважливішими факторами сприйняття користувачем ігрового процесу, обумовлюється ігровою механікою, дає гравцеві можливість взаємодіяти з віртуальним світом за допомогою аватара. Результати даного дослідження охоплює область художньої естетики та інформаційних технологій, можуть застосовуватися при розробці вітчизняних відео- і комп'ютерних ігор, а також ігор для мобільних пристроїв, чиї технологічні, естетичні та споживчі властивості забезпечать гідну конкуренцію іноземним аналогам.

Список використаних джерел:

1. Макклауд С. Зрозуміти комікси. Невидиме мистецтво / С. Макклауд. – К.: Рідна мова. – 2019. – 224 с.

УДК 766

ОБРАЗИ ДОНЬОК ЯРОСЛАВА МУДРОГО В МИСТЕЦТВІ ТА ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Чуєва Оксана Володимирівна,
кандидат мистецтвознавства,
старший викладач кафедри
графічного дизайну
ORCID ID 0000-0002-1877-5010
Книжникова Софія Володимирівна,
студентка кафедри графічного дизайну
Київського національного університету культури і мистецтв

Ключові слова: *портрет, художній образ, історія, Анастасія Ярославна, Єлизавета Ярославна, Анна Ярославна*

Відображення видатних осіб було невід'ємною частиною мистецтва з давніх часів. Відтворення образу в живописі та скульптурі було єдиною можливістю закарбувати людину на довгі роки. Сучасні технології дозволяють отримати точне зображення будь-якої людини, але тільки творча робота здатна передати сутність тієї чи іншої постаті та ставлення до неї.

Анастасія, Єлизавета та Анна Ярославни – доньки Ярослава Мудрого, королеви, завдяки яким Україна, Швеція, Норвегія, Угорщина, Росія та Франція мають спільну історію.

Впродовж років змінювалось відношення до жінок і це мало безпосередній вплив на мистецтво. До наукових розвідок та публікацій про відтворення образів доньок Ярослава Мудрого протягом величезного проміжку часу на превеликий жаль звертались вкрай рідко та вкрай побіжно. Найглибше в цю тему занурився С. Висоцький, український історик та археолог, фахівець в галузі давньоруської культури, дослідник фресок Софії Київської. Саме

йому належать ґрунтовні дослідження зниклих та відновлених зображень всієї родини Ярослава Мудрого на трьох стінах Софії Київської [1]. Втрачені фрески Софіїї Київської є найбільш автентичними зображеннями самого Ярослава Мудрого та його синів і доньок. Найдостовірнішими зображеннями всієї княжої родини можна вважати замальовки ще неушкоджених фресок собору зроблених голландським художником Абрагамом ван Вестерфельдом у 1651 р. Величезний фресковий портрет родини Ярослава Мудрого розміщувався на трьох стінах і містив тринадцять фігур.

Завдяки науковим дослідженням, зокрема дуже вдалій антропологічній реконструкції М. Герасимова у співпраці з археологами та мистецтвознавцями ми маємо майже достовірний портрет самого Ярослава Мудрого. Портрет поєднав літературні посилання на риси обличчя князя, його зріст, постанову, ходу тощо [2]. Нажаль останків жодної з доньок не дійшли до наших днів, ми навіть точно не знаємо де вони поховані. Тому портрети, які у вкрай обмеженій кількості дійшли до наших днів є виключно авторськими варіантами бачення самих митців.

Шлюб між двома впливовими людьми в XI ст. мав велике значення одночасно для декількох держав. По-перше, таким чином встановлювались дружні відносини між країнами. По-друге, від дружини залежало майбутнє держави, оскільки головним обов'язком жінки було правильне виховання майбутніх правителів [3] .

Найвідомішою з дочок Ярослав Мудрого є Анна Ярославівна, Anna Regina. Приблизно у 1332-50-х рр., майже через два століття років після її смерті було створено мініатюру «Шлюб Анни і Генріха I». На ній зображено короля, який відправляє єпископа послом у Київ і одружується на Анні Київській. На сторінці в «Історії Франції» Мезере 1643 р. представлен уявний портрет королеви Анни, гравюра майстра Жака де Бі (1581-1650). У XVIII столітті невідо-

мий гравер відтворив образ королеви згідно традицій живопису того часу – в елегантному витонченому вбранні та модною зачіскою. Ще існує декілька зображень начеб-то Королеви Анни, створених у різні часові проміжки, але через відсутність підписів їх важко ідентифікувати.

Зображення сестер, також Європейських королев, на превеликий жаль мабуть втрачені, або приховані під різними іменами та подіями. На деякий час образи доньок Ярослава Мудрого зникають з Європейського мистецького простору і лише у XIX ст. з розвитком такого жанру як класицизм з'являється декілька багатофігурних та емоційних сюжетних полотен присвячених королевам-сестрам.

Автор пам'ятника Володимиру в Києві, П. Клодт, у своїй живописній роботі зобразив від'їзд Анни Ярославни до Франції, де донька прощається з батьком. На задньому плані чітко видно якою була архітектура Київської Русі.

Угорський художник Орлаї Петрич Шома, який також працював у жанрі історичного живопису у 1857 році написав картину, присвячену Анастасії Ярославні, королеві Угорщини. На картині відтворена мить, коли королева Анастасія проганяє свого сина Шоломона з престолу. Король розірвав мирні угоди з двоюрідними брат і поставив свої особисті інтереси вище державних і родинних, а отже він не достойний бути правителем. На передньому плані художник зобразив королеву Юдит, яка намагається перешкодити події, що ще більше підкреслює непорушні сімейні цінності, відповідальність та вірність родинним принципам Анастасії Ярославни.

Портретні зображення Єлізавети Ярославівни нажаль не збереглися зовсім. Хоча саме про залицяння до неї та подальший шлюб з Харальдом ми маємо най яскравіші враження. З оповідей із розрізнених джерел знаємо, що вона була «пишною та витонченою», мала русяве волосся, що на той час в купі з великим приданим

вважалось особливо привабливим та визначним. Зображення її чоловіка, видатного воїна, конунга, а в подальшому короля Норвегії збереглися, хоча вони теж не є автентичними.

На пострадянському просторі, а саме в Україні значний проміжок часу майстри взагалі не звертались до такої суперечливої теми, як київські княжі родини. Видатний український художник Михайло Бойчук, лідер так званого «розстріляного відродження» в 1910-1930 рр. займався закріпленням стародавніх фресок у Софійському соборі Києва. В своїх роботах часто звертався до фрескового мистецтва, але його роботи носили більш узагальнений характер, синтезований на основі мозаїк Софії Київської.

На тлі антирелігійної пропаганди Галина Севрук – київська художниця, кераміст-монументаліст, незважаючи на заборону влади створила роботи присвячені донькам Ярослава Мудрого. Через свою творчість у 1968 р. вона була виключена із Спілки художників України. Повторно зарахована була лише у 2005 р. Мабуть це єдина робота яка хоч і у загальній, майже поетичній візуальній мові, відтворює образи трьох сестер-королев.

У 1989 р. відбулось пишне відкриття станції метро «Золоті ворота» в Києві. Станція вважається однією з найкрасивіших в світі. На ній мозаїчно зображені постаті Київської Русі, що для Радянського союзу до початку «перебудови» було недопустимим. Головним архітектором був М. Жаріков, який, ризикуючи життям, дозволив закарбувати історію. На станції поряд з зображенням 27 князів, відомих правителів Києва, від Кия до Данила Галицького з’явився образ Анни Ярославни, нажаль тільки її.

З проголошенням Незалежності України у 1991 р. та мабуть першим офіційним підтвердженням зв’язку між незалежною Україною і Францією був друк поштової марки Анна Ярос-

лавна у 1998 р., автор Олексій Штанко. На марці відтворено пам'ятник з абатства Святого Вікентія в Санлісі в графіці.

З нагоди десятирічного ювілею Товариства української культури в Угорщині у 2001 р., відкрито пам'ятник Королю Андрашу І та його дружині, українській княгині Анастасії на пагорбі біля Тиханьського абатства, що знаходиться на березі озера Балатон. Автори: скульптор пам'ятника – Богдан Корж, архітектор – Олег Турик. Вітсутність портретів короля та королеви визначила пластичне рішення двох фігур - узагальнена форма без деталізації та натяків на портретні зображення.

У 2005 р. в одному з найстаріших містечок Франціїї Санлісі, яке туристи знають як місто Анни Ярославни з'явився пам'ятник королеві Анні Київській. Саме так назвали її сучасники. Це подарок від України Франції. Авторами роботи були Валентин та Микола.

2014 р. на честь Анни Ярославни Національний Банк України викарбував та ввів до обігу пам'ятну монету номіналом у 2 гривні. Автор, скульптор Володимир Атаманчук стилізував малюнки стародавніх манускриптів.

В межах міжнародного фестивалю мистецтв «Anne de Kiev Fest 2016» був презентований пам'ятник К. Скритуцького, присвячений Анні Ярославні – дитині.

Але не лише сучасні монументалісти звертаються до образів київських княгинь. Серія поштових марок «Київські князівни на престолах Європи» від Укрпошти» присвячена багаточисельним бракам дочок та сестер правителів Києва, особливо Ярослава Мудрого, з Європейськими монархами. Марки введені в обіг у травні 2016 р., художники-дизайнери проекту: Василенко В. та Долгушина Н.

Не залишається поза увагою такий сучасний напрям в гра-

фічному дизайні як історичний комікс. Такі комікси як «Похід князя Олега на Царгород» художника та письменника Ю. Логвина, що публікувався у журналі «Соняшник» з січня по червень 1991; «Бій богатирів» та «Облога печенігами Києва» Сергія Позняка, «Похід Олега на Царгород», 2006 р., «Володимир, князь київський», 2017 р., вже знайшли своїх прихильників. 16 лютого 2018 року у «Софії Київській» представили унікальний проект «Про Анну Ярославну». На стрічці малюнків представлене життя Анни Ярославівни – королеви Франції.

На сьогоднішній день маємо вже достатній доробок авторського ілюстративного матеріалу, який успішно використовується в оформленні подарункових фоліантів так і дитячих книжок, підручників, книжок-розмальовок, сторі-бордів для комп'ютерних ігор та коміксів, розробок персонажів тощо.

Як наголошувалось вище, ми не маємо жодного автентичного або хоча б реконструйованого зображення жодної з доньок Ярослава Мудрого, тому для митців є безмежний простір. Сьогодення підказує нові можливі напрямки подальшого розвитку та втіленню творчих задумів, нові матеріали підштовхують майстрів до сучасних образних рішень.

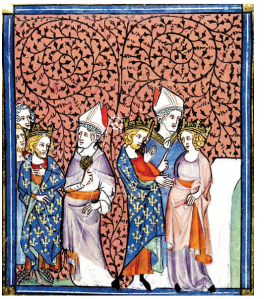


Рис 1.1 Мініатюра «Король Генріх I відправляє єпископа послом у Київ і одружується з Анною Київською» з «Французька хроніки з Сен-Дені», 1332-50 рік.
Рис 1.2 Анна Слов'янська, Якоб де Бі, бл.1640.
Рис 1.3 Анна Ярославіна, невідомий художник, 1884

Рис 2. Триптих. Анастасія, Анна, Єлізавєта. На основі замальовко з фресок Софійського собору голландського художника Абрагама ван Вестерфельда,1651. Чуєва О.В., 2019

Список використаних джерел:

1. Висоцький С. Про що розповіли давні стіни / С. Висоцький. – К.: Наукова думка. – 1978. – 144 с., іл.

2. Гинзбург В. Об антропологическом изучении скелетов Ярослава Мудрого, Анны и Ингигерды / В. Гинзбург – [Электроный ресурс] – Режим доступа: https://arheologija.ru/ginzburg-ob-antropologicheskom-izuchenii-skeletov-yaroslava-mudrogo-annyi-i-ingigerd/ – Загл. с экрана. – Дата обращения 07. 04. 2019

3. Народжені в Україні. Видатні жінки в художніх творах. – [Електроний ресурс] – Режим доступу: https://zounb.zp.ua/sites/default/files/pdf/2016/narodzheni_v_ukraini._anna_jaroslavna.pdf – Назва з екрану. – Дата звернення 06. 04. 2019

УДК 76:004.92

ТВОРЧІ АСПЕКТИ ПРОЕКТУВАННЯ ШРИФТОВОЇ ГРАФІКИ

Поліщук Алла Анатоліївна,
старший викладач кафедри дизайну
Інституту мистецтв Київського
університету ім. Бориса Грінченка

Ключові слова: *шрифтова графіка, акцидентний шрифт, дудл.*

Науковці та практики з графічного дизайну постійно працюють над створенням доступних, зрозумілих і художньо виразних форм та засобів передачі візуальної інформації. Однією із базових форм і важливим інструментом візуальної інформації залишається шрифтова графіка. В умовах інформаційної культури цифрових технологій особливого значення набувають питання творчого процесу проектування шрифтової графіки. До сучасного графічного дизайну і до майбутніх дизайнерів висуваються вимоги щодо створення гармонійного та ефективного візуально комунікативного середовища. Огляд інформаційних джерел демонструє фаховий інтерес в середовищі графічних дизайнерів до розробок різноманітних шрифтів, шрифтової графіки та експериментальної типографіки [1; 2].

Ефективність використання шрифтової графіки залежить не в останню чергу від фахової підготовки дизайнерів-графіків. Тому актуальною залишається проблема графічної підготовки як най-

важливішої для сучасної педагогіки і методики викладання дизайнерських дисциплін.

Важливим компонентом викладання дисципліни «Піктографія та основи візуальної комунікації» є творчий розвиток художньо-дизайнерської підготовки студентів, їх асоціативно-образного і візуального мислення та формування інформаційно-художніх компетенцій для проектування знаків, піктограм, шрифтової графіки, об'єктів графічного дизайну. Послідовність тем та методика викладання навчального матеріалу апробована автором статті у процесі навчання студентів 2-го та 3-го курсів напряму підготовки «Графічний дизайн». Проектування шрифтової графіки займає важливе місце в програмі різних навчальних дисциплін з графічного дизайну. На відміну від інших дисциплін для навчального курсу «Піктографія та основи візуальної орієнтації» студентам пропонується розробити акцидентний шрифт та шрифтову графіку як комплексні проекти. Вправи та практичні завдання з опанування технічних прийомів і навичок традиційних графічних засобів та ком'ютерних технологій є складовими проектного завдання і необхідними інструментами для реалізації проекту. У завданні викладається ряд проектних вимог, до яких студенти мають розробити власні варіанти вирішення певної теми, які мають ще й творчий характер. Послідовність виконання проектних завдань обумовлена методичним принципом проектування шрифтової графіки: від образу до знаку, від ідеї до проекту. Інтернет-простір акумулює творчий потенціал проектної діяльності графічних дизайнерів, піднімає на новий рівень інструментарій шрифтової графіки, озброївши фахівців сучасними цифровими технологіями. Глобальність та інтерактивність інтернет-простору уможливлює створення нових об'єктів шрифтової графіки візуальних комунікацій, в яких присутні як вияви індивідуальної творчої фантазії, так і досконале естетичне втілення.

До сучасних об'єкти шрифтової графіки в мережі Інтернет належить «дудл» (doodle), який веде походження з класичної графіки і є елементом візуальної комунікації для пошукової системи Google. Розробники дудлів дають таке визначення – що це картинки, анімації та ігри на основі логотипу Google, які з'являються на головній сторінці пошуку на честь різних подій, свят та ювілеїв [4]. Створюються дудли групою дизайнерів, професійних ілюстраторів і художників, аніматорів та програмістів – їх ще називають дудлерами. Тематика та зображення дудлів постійно збагачується ідеями, починаючи від першого типографічного дудла (1998 року) до складних ілюстрацій слайд-шоу, анімованих та інтерактивних відео-дудлів.

До створення дудлів можуть долучитися усі бажаючі. 24 серпня 2014 р. на честь Дня незалежності України дизайн святкового логотипу вперше розробив відомий український ілюстратор Владислав Єрко. Студенти нашого університету в рамках дисципліни «Піктографія та основи візуальної комунікації» вперше взяли участь у проекті по створенню святкових дудлів з нагоди 155 річниці Бориса Грінченка. Цей проект, який включав розробку дудлів та створення відеоролика, привернув увагу до нової форми вшанування видатного українського діяча, на честь якого названо Київський університет Бориса Грінченка. Створені святкові логотипи росширили творчі горизонти студентам. Стильова різноплановість дудлів та експериментальні художні прийоми і форми створення логотипу для Google – все це дало можливість студентам найкраще презентувати власний індивідуальний стиль виконання.

Творчі аспекти проектування шрифтової графіки сприяють формуванню фахової компетентності і займають важливе місце у сфері графічного дизайну. Розширення можливостей проектування акцидентного шрифту в комунікаційній сфері зумовлює необ-

хідність осмислення творчих аспектів використання комп'ютерних технологій в дизайн-освіті. Особливої актуальності набула концепція ставлення до практики проектування шрифтової графіки як до «навчання на власному досвіді», пов'язаного з використанням комп'ютерних технологій, що дозволяє виявити творчий потенціал студентів. Створені шрифтові проекти в рамках навчального курсу «Піктографія та основи візуальної комунікації» є важливим підґрунтям для формування творчої особистості, здатної висувати креативні ідеї та реалізовувати їх, виробляючи свій власний стиль, який з часом може стати новим брендом на ринку дизайнерської продукції.

Список використаних джерел:

1. Лесняк В. И. Акцидентный шрифт: 75 оригинальных шрифтов / В.И. Лесняк – Х. : Колорит, 2010. – 140 с.

2. Поліщук А. А. Теорія та практика графіки. : навч. пос. / Поліщук А.А. – К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. – 212 с.

3. Шпикерманн Э. О шрифте / Эрик Шпикерманн ; пер. с англ. Л. Лаврухиной ; [науч. Ред. Е. Григорьев, А. Блюхер]. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 208 с. : ил.

4. Дудли Google. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.google.com/doodles?hl=uk Назва з екрану. – Дата звернення 06. 04. 2019

УДК 766

ДИЗАЙН ВИВІСОК В ІНДУСТРІЇ РЕКЛАМИ 1990-Х У ЛЬВОВІ

Дядюх-Богатько Наталія Йосипівна,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри графічного дизайну
та мистецтва книги
Української академії друкарства

Ключові слова: *дизайн, вивіска, індустрія реклами, стиль, художник*

Реклама займає одну з чільних позиції в комунікації. Що відбувалось 20-30 років тому в Україні часто складніше прослідкувати ніж те, що було у тій же галузі 40-50 років тому. Це спричинено тим, що за часів радянського союзу все, що стосувалось зовнішнього вигляду міста, села суворо регламентувалось та контролювалось у першу чергу партійно-ідеологічними нормами, яким підпорядковувались художні ради спілок художників. У часи 90-х різко змінюється ситуація, зі здобуттям незалежності України відбувається занепад контролюючих партійних органів та різкий розвиток малого приватного бізнесу і в тому числі в індустрії реклами.

«Ми часто виявляємо таку візуальну перевантаженість, що ми не займаємося тимчасовим вивченням зображень та аналізуємо те, що ми бачимо» [1, с. 27]. У 1990-х в Україні злам політичних епох був настільки насиченим подіями загально державного значення, що часто мистецтвознавчим питанням, які оточували суспільство,

не надавалось значення; в час коли девальвація досягала більше 1000%, чи фіксував тоді хтось, що відбувалось навколо? В мистецьких колах також запанував період хаосу і зміни орієнтирів. Зі стабільних партійних замовлень з художнього комбінату, все різко мінялось. Затримували зарплати за зроблене. Художники, мали самі думати про замовлення, що було виключено десятиліттями у радянський час. Відбувався активний розвиток малого приватного бізнесу, що стає основним замовником хвилі вивісок в індустрії реклами 1990-х. Як стверджує автор монографії «Вступ до візуальної культури» Ніколас Мірзоєф, глобалізація візуальної інформації, створених колективно, вимагає нових засобів інтерпретації. «У той же час така трансформація постмодерністської присутності також вимагає переписування історичних пояснень модернізму та сучасності, щоб врахувати «візуальний поворот»» [2, с. 4].

В 1990-х коли тільки починалося активність реклами найсильніше «різала очі» яскравість флорисцентних плівок на обмінниках валют. Написи «Exchange» ядуче жовтим, салатовим і оранжевим привертали бажану увагу. Це одні з перших зразків реклами «дикого заходу», що існувала поруч із ще радянськими, що виготовляли на художніх комбінатах. Нові технології, що з'являються у той час: Windows2, CorelDraw3, плотерна нарізка, самоклеючі плівки. Це спонукає власників малих приватних компаній до пошуку людей, що можуть працювати на цьому обладнанні. Тому першими працівниками рекламних фірм на території України були інженери, що знали основи програмування, як з Bios зайти на Windows і т.п. Перші графічні пакети освоювали «технарі», які далекі були від дизайну. А тому і проекти які вони продукували, також містили як правило, лише інформаційну складову комунікації. Говорити про дизайн вивісок 90-х років можемо умовно, бо строгого контролю за розміщенням не було, відповідно і потреби у якісному дизайні.

Винятками на той час були лише окремі замовники, які все ж прагнули знайти художника з високим смаком, що зможе виконати вивіску як мистецький об'єкт.

З того часу ринок рекламних вивісок ішов неначе двома шляхами. Це зумовлено було в першу чергу тим, що освіта поділялась на інженерні спеціальності та художні. Ті, хто освоював програми, були переконані, що набраний шрифт у програмі і виведений вектором у матеріал – це бездоганне рішення. А ті, хто знав всі правила співвідношення композиції, колористичні рішення, співвідношення шрифтових законів – не володіли знаннями комп'ютерних програм.

З середини 1990-х рр. почали з'являтись художники, які окрім мистецької освіти, ще додатково освоювали графічні пакети ПК. Маючи суттєву перевагу над інженерами в проектуванні, адже їх проекти були цікавіші, виграшніші, все ж вони рідко мали кількісну перевагу на простим технічним рішенням. Бо за цікаві мистецькі рішення дизайнери просили і вищої оплати, ніж за просто за набраний текст. І кращі вивіски Львова що існують до сьогодні.

З кращих художніх зразків, які виготовили в той час у Львові і існують вже впродовж 25 років, можемо назвати напис «Львів» над головним входом залізничного вокзалі міста. Для нас важливим залишається те, що вивіска з 5 літер зроблена у 1990-х є інтегрованою у фасад будівлі і залишається візитною карткою міста Львова до сьогодні. Наступна вивіска – «Гранд клуб Софія» на проспекті Шевченка. Особливість цієї роботи полягала в тому, що саме приміщення клубу не має центрального входу чи вітрини на фасаді будівлі, а лише з внутрішнього двору. В цій вивісці нашу увагу привертає, як і в попередній вивісці, інтегрованість у загальну стилістику будівлі.

Пам'ятаймо, що твори мистецтва змінюються з часом. Є безліч прикладів в історії мистецтва. Тому варто наголошувати про час і вигляд, коли ми називаємо візуальні чи фізичні характеристики роботи, яку вона несла в той момент, коли вона була зроблена. Серед творів, які заслуговую на аналіз та пам'ять, є багато, які вже зняті з фасадів з причин «закриття бізнесу» або ж зміни керівництва, які часто прагнуть до ребрендингу значно більше, ніж до збереження традицій, що цінується в світі значно вище.

Наукова новизна нашого дослідження покликана зафіксувати зі спогадів очевидців та виконавців процеси індустрії реклами в 1990-х, а саме вивісок. Як стверджує Ніколас Мірзоєф, «візуальна культура не залежить від картин, але від … сучасної тенденції до зображення або візуалізації існування» [2, с. 5]. Згадані вивіски є значною частиною візуальної культури індустрії реклами і вперше вводяться у мистецтвознавчий науковий обіг.

Незважаючи на бурхливий і нерівномірний розвиток індустрії реклами в 1990-х на початку незалежності нашої держави, попри велике засилля низькопробної рекламної продукції, проте можемо відзначити окремі вивіски, що проіснували в Львові впродовж 25 років, а це означає, що вони витримали перевірку «часом» і є виваженим прикладом «діжітал» дизайну у поєднані з мистецьким відтворенням епохи того часу.

Список використаних джерел:

1. D'Alleva A. How to Write about Art. – Laurence King Publishing. – 2012. – Edition: 2. – 192 p.

2. Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. – London and New York: Routledge. – 1999. – 274 p.

УДК 766

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПУБЛІЧНОГО ПРЕДСТАВЛЕННЯ МАСИВІВ ДАНИХ СОЦІАЛЬНО ЗНАЧУЩОЇ ТЕМАТИКИ ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОГРАФІКИ

Вежбовська Ліліана Романівна,
кандидат мистецтвознавства, доцент
кафедри графічного дизайну
Голубнича Ганна Вікторівна,
магістрант факультету
дизайну і реклами
Київського національного
університету культури і мистецтв

Ключові слова: *інфографіка, графічний дизайн, візуалізація даних, соціальна реклама, гендерна нерівність.*

Сьогодні класичний спосіб ілюстрування тексту усе частіше поступається сучаснішому виду репрезентації за допомогою інформаційної графіки. Особливо доцільний він у тому випадку, коли ми маємо потребу репрезентувати складну соціальну проблему, яка потребує усвідомлення мотивації до прийняття запропонованого способу вирішення чи дії. І саме візуалізація сприяє унаочненню взаємозв'язків різних чинників проблеми. У такий спосіб доходимо до потреби дослідження ефективності публічної демонстрації даних, які розкривають соціально важливі проблеми сучасного суспільства за допомогою використання інформаційної графіки.

У нинішній час відомі дослідження, які вивчають інфографіку в якості дієвого інструменту візуалізації наукових і статистичних даних. Цьому присвячені праці відомих у світі науковців, зокрема, Johnson C. [7], Chen C., Haerdle W.,

Unwin A. [8]. В Україні тема досліджувалась Вовк О., Черемським Р. [9] та іншими науковцями.

У цих працях підтверджено властивості візуальної репрезентації даних, через які констатується якісне поліпшення пізнання і засвоєння інформації, оскільки графічні образи сприяють поглибленій здатності зорової системи розпізнавати закономірності, тенденції, патерни. Адже 85% сприйняття, навчання і пізнання здійснюється за допомогою зору.

Проте в Україні інфографіка розвивається порівняно недавно. У медійному просторі і просторі соціальної реклами можемо спостерігати більш і менш вдалі зразки. Тому на часі є дослідити саме ті інструменти графічного дизайну, які сприяють ефективності інфографіки або здатні її підвищувати.

Оскільки соціальна реклама спрямована на привернення суспільної уваги до проблем соціуму та на зміни моделей поведінки людей, обумовлених патогенними впливами й іншими негативними факторами, то на регіональних, загальнодержавних та глобальних рівнях вона повинна виконувати функцію підвищеної усвідомленої сугестії. Саме для максимізації ефекту усвідомлення соціально значущих проблем часто використовується інфографіка. Адже вона наділена високим потенціалом привернення підвищеної уваги, що обумовлено її візуальним елементом: 50 відсотків людського мозку присвячені візуальній функції, а зображення обробляються швидше, ніж текст. Мозок обробляє картинки одночасно, а текст – лінійним чином, отже, отримання інформації з тексту займає набагато більше часу.

Особливо ефективним є застосування інфографіки у просвітницьких кампаніях. Просвітництво населення щодо соціально важливих тем має суміжну з соціальною рекламою

мету: вплинути на наміри і поведінку особистості. Інформаційна графіка і в цьому випадку ефективно впливає на рішення подібних задач. Однією з таких соціальних проблем є тема гендерної нерівності. Саме через порівняння візуалізацій даної теми ми спробуємо виявити ефективність елементів інформаційної графіки у їх синергетичному поєднанні.

Візьмемо за зразок інфографічне представлення даних дослідження «Сучасне розуміння маскулінності: ставлення чоловіків до гендерних стереотипів і насильства щодо жінок» (2018), що показово демонструє цю проблему за допомогою кількісних показників. Серед характерних особливостей цієї інфографіки можемо відзначити її інформативність, статичність, подання у формі друкованого продукту. Візуальний елемент складається з образів-символів, які підтримують значення окремих питань, візуалізації статистичних даних, логотипів та джерел інформації. Кольорова палітра обмежена відтінками синього та градацією сірого. Подача інформації здійснюється на нюансах та контрастах. Тут використані похідні таблиць (діаграми), схеми та інформаційні історії. Кодування інформації: просторове, об'єднання. Показово представлені графіки, схеми. Аспект даних є позиційним, компонентним. Композиція закрита (крім обкладинки), асиметрична, врівноважена, збалансована, гармонійна. Формат композиції прямокутний (з перевагою ширини), типографічна система модульна, використана одна гарнітура шрифту (присутня варіація накреслень згідно з ієрархією інформації), шрифт є легким для читання, строгим, малоконтрастним, рубаним.

Розглянемо переваги й недоліки цієї інфографіки. До переваг належить те, що застосовані прийоми графічного дизайну дозволяють викликати враження серйозності, впевненості, ав-

торитетності джерела даних; а також актуальності і систематизованості самих даних. Недолік цієї інформаційної графіки – консервативність, обмеження цільової аудиторії у зв'язку з обраною стилістикою художнього вираження (дана інфографіка не матиме успіху в підлітковому та юнацькому віці).

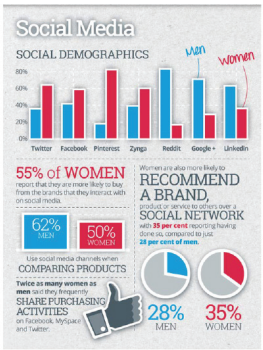
В іншому прикладі рекламної інформаційної графіки «Гендерні відмінності в купівельних звичках онлайн» (2014), виконаної на замовлення британської комерційної компанії «Paymentsense», можна відзначити схожий характер використання дизайнерських прийомів. Серед відмінностей можна виокремити багатшу колірну гамму (червоний, синій, відтінки сірого), композиційний формат (прямокутник з перевагою висоти), присутність декоративних елементів: текстури тла, затінення образів-символів, діаграм і заголовків першого рангу, обведення графічних елементів, присутність цитати. Тут використані три гарнітури шрифтів (декоративного, монументального та строгого класів). До аспекту даних додається частотний компонент. Стиль виконання даної інфографіки справляє враження розважального контенту, легкості, грайливості, контрасту протиставлень. До плюсів цієї інформаційної графіки можна віднести широке охоплення цільової аудиторії, до мінусів – те, що немає впевненості в серйозності даних, що візуалізуються, невідповідність образу бренду замовника даної інфографіки та самого продукту.

Отже, інфографіка сьогодні є більш привабливим репрезентаційним матеріалом, ніж консервативні способи подачі масивів інформації. Під час перегляду інформаційної графіки фокус уваги спрямовано на репрезентативний матеріал; вона полегшує процес фантазування та розуміння і сприяє формуванню мотивації до більш детального ознайомлення з продук-

том або послугою. Очевидною є ефективність застосування інфографіки і в соціальній рекламі. І якщо результатом комерційної реклами є покупка, то у соціальній рекламі результатом є вчинення суспільно корисної дії, де соціально значущому акту притаманний ефект метелика у позитивному сенсі. Таким чином, інформаційна графіка виступає доступним засобом активізації цього процесу.

Окрім того, інформаційна графіка допомагає сканувати і робити витяг з необхідного інформаційного матеріалу, краще запам'ятовувати дані, тому що інформація, яка візуалізується, є доступною для інтерпретації.

У результаті аналізу прикладів інформаційної графіки різних типів доходимо висновку про її переваги, в основному, завдяки її комплексності та змістовності, що обумовлено складовими елементами (колір, контент, зображення, рух). Аналізуючи поєднання складових візуалізації – стиль, формат, колір, типографіку, спосіб кодування тощо, доходимо висновку: чим більше засоби зображення будуть відповідними темі дослідження, тим ефективнішою буде візуалізація.



Список використаних джерел:

1. Ван Прает Д. Бессознательный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии. М.: Азбука-бизнес, Азбука-Аттикус, 2018. 320 с.

2. Смикиклас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений. СПб.: Питер, 2014. 152 с.: ил.

3. Heer J., Bostock M., Ogievetskey V. A tour through the visualization zoo. / Communications of the ACM, 53(6), 2010. С. 59-67.

4. Malik K.L. Use of infographics and its impact on libraries. / 4th International Conference on Contemporary Innovations in Management, Library, Social Science and Technology for Virtual World [ICCLIST'18], 21st January 2018. С. 68-72.

5. Card S. Information visualization. / The Human Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications. Edition: 2nd., 2007. С. 509-543.

6. Shafipoor M., Sarayloo R., Shafipoor A. Infographic (information graphic); a tool for increasing the efficiency of teaching and learning processes. / Academic Journal of Innovative ResearchVol. 3, No. 4, 2016. С. 39-45.

7. Johnson C. Top Scientific Visualization Research Problems. / IEEE Computer Graphics and Visualization: Visualization Viewpoints, 2004. С. 2-6.

8. Chen C., Haerdle W., Unwin A. Handbook of Data Visualization. Berlin Heidelberg: Springer Verlag, 2008. 954 с.

9. Вовк О.В., Черемський Р.А. Інфографіка як ефективний засіб навчання. / Системи обробки інформації, випуск 4 (150), 2017. С. 199-205.

УДК УДК 7.01

ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ОБРАЗНОГО МИСЛЕННЯ ЗАМОВНИКА І ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНЕРА

Гордійчук Ярослав Юрійович,
асистент кафедри графічного дизайну
Київського національного
університету культури і мистецтв

Ключові слова: *графічний дизайнер, клієнт, образ, образне мислення, психологія сприйняття*

Явище образного мислення є одним із базових факторів впливу на розробку фірмових знаків/логотипів, концептуальні ідеї, образи та символи, що в них закладені. А також один із головних факторів, що мають істотний вплив на розуміння замовника дизайнер, і навпаки.

Відмінність в розвитку образного мислення замовника й дизайнера породжує конфлікт образного мислення. Суть конфлікту полягає в нерозумінні, з однієї сторони, замовником концептуальних ідей, які пропонуються дизайнером і не являються для замовника ідейно вдалими; з іншої сторони дизайнер пропонує ті образи, символи та концептуальні рішення, які для цього конкретного замовника є незрозумілими і відповідно невдалими. І, на жаль, велика кількість дійсно вартих уваги дизайн-об’єктів внаслідок цього приречені залишатися на етапі концепції, а дизайнер змушений працювати далі.

Дизайнер на етапі спілкування із замовником має максимально

застосувати свої навички психолога, соціолога, історика, маркетолога. Дизайнер має «витягнути» із замовника всю необхідну для розробки інформацію, і вона не закінчується на безпосередній інформації від замовника, а продовжується у його інтересах, оточенні, сфері впливу тощо. Чи не найважливішу роль відіграють образи та символи, якими оперує замовник та цільова аудиторія майбутнього дизайн-об'єкту, адже саме образи та символи є основою візуальної та смислової складових розробки. Дизайнер не може ігнорувати візуальне сприйняття замовника і цільової аудиторії в цілому, інакше, його розробка не буде функціональною і не матиме цінності для сфери дизайну загалом.

Явище образного мислення бере свій початок з психології і має наступне трактування. В енциклопедичному словнику Мещерякова Б., Зінченко В. наведено наступне визначення образного мислення: «Образне мислення — процес пізнавальної діяльності, яка направлена на віддзеркалення суттєвих якостей об'єктів (їх частин, процесів, явищ) й сутності їх структурної взаємодії» [3]. Бачення й розуміння об'єктів явищ середовища, що нас оточує обумовлюється формами їх пізнання та репрезентування, що в свою чергу лягає в основу значення образного мислення. Із цих досить загальних визначень тезисів випливає, що « … образне мислення являє собою єдину цілісну систему форм відображення — наочно-дійового, наочно-образного й візуального мислення, — з переходом від визначення окремих конкретних одиниць предметного змісту відображення дійсності до встановлення між ними конститутивних зв'язків, узагальненню й побудови образно-концептуальної моделі й далі, вже на її основі виявлення категоріальної структури сутності функцій відображуваного» [3].

Образне мислення є основним механізмом пізнання людиною дійсності й, у більшості випадків, нерозривно пов'язаний з іншими

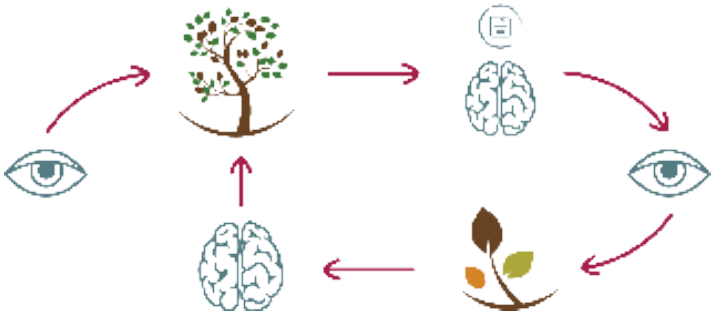
видами мислення, при цьому розвиваючись під їх впливом. У процесі професійного навчання дизайнера вчать звертатися до образного мислення для ефективного вирішення дизайнерських задач, вміти переключатися з одного виду мислення на інший, а також вміти «зчитувати» рівень розвитку образного мислення замовника в процесі спілкування с з ним.

Для кращого розуміння явища образного мислення дизайнера, варто звернутися до загальних принципів розвитку мислення в цілому: 1) Богоявленська Д. говорить про поліформність мислення — у процесі розвитку первинні форми мислення (наочно-дійове, наочно-образне мислення) у дорослої людини залишаються, але трансформуються під певним впливом, на відміну від інших видів мислення [2]; 2) практична діяльність людини, а не відчуття, породжує мислення, його розвиток; 3) комунікація — один з головних чинників впливу на розвиток мислення; механізм омовлення — основа розвитку процесу мовлення, що виражає внутрішні процеси людської психології; 4) вирішення комплексних, полісистемних завдань сприяє більш якісно вищим проривам в процесі мислення; 5) основа творчої діяльності — поєднання розвитку мотиваційних та мисленнєвих процесів — діалектична єдність інтелектуальних та мотиваційних.

Виділені особливості розвитку мислення людини лягають в основу принципів формування образного мислення дизайнерів: 1) єдність формування образного та проектного компонентів професійного мислення дизайнера; розвиток відповідних механізмів, що звуться оперантами, які зв’язують і трансформують образне мислення в абстрактне, рівень образів сприйнятих об’єктів через образи-уявлення до відповідних образів-концепцій; 2) діяльнісний принцип — формування образного мислення в процесі діяльності, тобто перетворення (вираження) мисленнєвої діяльності у конструкторську, графічну чи інші форми; 3) єдність розумової діяльності дизайнера з мислен-

нєвою комунікацією, яка має прояв в двох аспектах: а) механізм проговорення процесу діяльності; б) аналогічний процес проговорення процесу розробки, але вже для інших. Впливає на формування комунікативних якостей дизайнера а також формування й розвиток конкретних якостей мислення (децентричність — готовність сприймати іншу точку зору й готовність до контакту з іншими взагалі, критики в тому числі: рефлективність, пізнавальна відкритість і т.д.) [4]; 4) проблемність формування образного мислення дизайнера, що визначається характером вирішуваних дизайн-проблем, що характеризуються полісистемністю, тобто такі проблеми складаються із невизначеної кількості нечітких, часто алгоритмічно невирішених завдань [1].

Образне мислення замовника формується більшою мірою під впливом соціокультурного простору, в якому він знаходиться, сферою професійної діяльності, не менш важливу роль відіграють виховання батьків й подальше самовиховання, саморозвиток. На відміну від дизайнерів, які мають певний спільний вектор розвитку, ми не можемо надати загального опису розвитку образного мислення для замовника, адже відразу стикаємося з величезною кількістю факторів впливу на формування образного мислення людини, які постійно змінюються і у кожного наявні ті чи інші фактори. Але, зважаючи на значний вплив образного мислення замовника на сприйняття дизайн-об’єкту, випливає нагальна необхідність приділення значної уваги цьому моменту з боку дизайнера в процесі спілкування із замовником. Вдале «зчитування» рівня розвитку образного мислення складає половину аналітичного етапу у спілкуванні із замовником. Після цього залишається лише дослідити ринок та інші суміжні елементи і запропонувати найбільш вдалий варіант дизайнерського рішення.



Список використаних джерел:

1. Дерев'янко Н. В. Принципи формування проектно-образного мислення майбутніх дизайнерів в процесі професійної підготовки / Н. Дерев'янко // Теорія та практика дизайну, Вип. № 1. — 2012. — С.21-26.

2. Богоявленськая Д. Б. Психология творческих способностей: учебное пособие для студентов выщих учеб. зав. / Д. Б. Богоявленськая. — М.: Академия, 2002. — 320 с.

3. Мещеряков Б., Зинченко В. Большой психологический словарь / Б. Мещеряков. — СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2004. — 672 с.

4. Щедровицкий Л. П. Мышление. Понимание. Рефлексия / Л. П. Щедровицкий. — М.: Наследие ММК, 2005. — 800с.

УДК 712-1:796.694

ОСНОВНІ КОНСТРУКТИВНІ ЕЛЕМЕНТИ ДИЗАЙНУ СКЕЙТ-ПАРКУ

Косенко Данило Юрійович,
доцент кафедри дизайну
інтер'єру і меблів
Прокопенко Софія Володимирівна,
студентка кафедри дизайну
інтер'єру і меблів
Київського національного
університету технологій та дизайну

Ключові слова: *скейт-парк, дизайн, проектування, конструктивні елементи, скейтбординг.*

Зростання популярності екстремальних видів спорту в Україні вимагає облаштування спеціального простору. Проектування спеціально обладнаних територій для занять скейтбордінгом – скейт-парків – потребує врахування вимог, специфічних для цього виду спорту. Але вітчизняна нормативна документація чи рекомендації з проектування скейт-парків відсутні, що може мати наслідком помилки у проектуванні, зокрема нефункціональне зонування простору та недоречне розміщення конструктивних елементів. Брак інформації та кваліфікованих фахівців із проектування простору для занять екстремальними видами спорту, що становить перепону для облаштування функціональних скейт-парків. Вельми актуальним в таких умовах є здійснення класифікації конструктивних елементів дизайну скейт-парку на основі наявних публікацій.

Скейт-парк (англ. Skatepark) – це спеціально влаштований та обладнаний майданчик для людей, що займаються екстремальни-

ми видами спорту, такими як скейтбординг, стрітборд, агресів верт, агресів стріт, велосипеди BMX, самокат, велосипеди MTB. У залежності від використовуваних матеріалів, існує 4 типи скейт-парків: дерев'яні, металеві, бетонні або асфальтовані, металеві з дерев'яним покриттям та металеві з металевим покриттям (Крушельницький, 2013).

Кожен скейт-парк складається з набору конструктивних елементів як стандартних, так і нетипових, створених завдяки удосконаленню старих форм, варіаціям трюків та стилів їзди. Прототипами елементів для занять скейтбордингом стали елементи благоустрою територій приватного та загального користування: басейни-пули, перила, сходини, бордюри тощо (Poirier, 2008).

Розпочнемо з елементів, які формують «перехідні форми» (англ. transitional forms), що мовою скейтерського сленгу означають елементи з заокругленою формою, які мають радіус (Daskalov, 2015). Першою підгрупою є «пайпи» («труби») та їх складові частини:

1.1. Фул-пайп (англ. full-pipe) – це велика труба, діаметр якої дозволяє кататися в повний зріст людині вперед і назад між його стінами.

1.2. Халф-пайп або рампа (англ. half-pipe) – це елемент, що має переріз половини труби.

1.3. Квотер-пайп (англ. quarter-pipe) – це точна половина халф-пайпу чи четверть фул пайпу. Їх зазвичай встановлюють при дефіциті місця або грошей для встановлення великої рампи. Часто встановлюється у якості перешкоди у вивченні бази катання на рампі і як перехід до меншого радіусу, ніж у халф-пайп (Poirier, 2008).

1.4. Фом піт (англ. foam pit) – дослівно «яма з піною». Це басейн з наповнювачем, який дозволяє безпечно навчатися трюкам вильоту із рампи.

1.5. Рол-ін (англ. roll-in) – довга похила рампа для збільшення швидкості.

1.6. Спайн трансфер (англ. spine transfer) – два квотер пайпи або подібні фігури, що розташовуються одна до одної впритул і не містять дек. Спайни можуть існувати в боулах та халф пайпах.

1.7. Хіп (англ. hip) – це два квотер-пайпи, що розташовані впритул і формують кут 90 градусів.

1.8. Верт вол (англ.vert wall) – це вертикальна стіна над, а іноді трішки позаду, квотер-пайпу.

1.9. Екстеншн (англ. extension) – це розширення у квотер-пайпах або рампах типу халф-пайп.

1.10. Ескалатор (англ. escalator) – так називається елемент, що являє собою нахил, що збільшується чи зменшується у квотер-пайпі або рампі типу халф-пайп.

Далі розглянемо підгрупу пулів та їх частин:

2.1. Пул (англ. Pool) – об'єкт у вигляді осушеного басейну, призначений для занять скейтбордингом.

2.2. Боул (англ. bowl) – це пул круглої форми.

2.3. Еґ боул (англ. Egg bowl) – боул у формі яйця.

2.4. Кідней боул (англ. Kidney bowl) – боул у формі, що нагадує людську нирку.

2.5. Крадл (англ. Cradle) – сферичний боул, повернутий на бік, як правило, з'єднаний зі звичайним боулом.

2.6. Дек (англ. deck) – пласка піднесена ділянка, що використовується як площадка над пулами та бенками.

2.7. Флетграунд (англ. flatground) – плоскі ділянки між переходами, зазвичай на одному рівні.

Наступні конструктивні елементи-перешкоди скейт-парку зазвичай використовуються для їзди у «стріт-стилі». Стріт (англ. street) – стиль катання на скейтборді на вулиці. Катання на вулиці може бути

небезпечним для здоров'я через непристосованість середовища для катання; крім того, металеві підвіски скейтборду можуть завдавати шкоди комунальному і приватному майну. Тому для катання у стилі «стріт» також облаштовуються спеціалізовані території.

Отже, найчастіше для їзди у стилі «стріт» у скейт-парках встановлюють такі об'ємні геометричні форми:

3.1. Фанбокс (англ. funbox) – являє собою просторову форму, що нагадує великий ящик з пандусами по двох або чотирьох сторонах. Існують різні варіації його конструкції з додаванням до нього рейлів, граней та радіусів.

3.2. Вол-бокс (англ. wall-box) – у закритому скейт-парку це фанбокс, побудований на стіні парку; у відкритому – фанбокс зі стіною, що розділяє його по середині.

3.3. Бенк (англ. bank) – невелика нахилена поверхня для завершення трюку без втрати швидкості. Існують різні варіації фігури, яка має різний кут нахилу. Може бути вигнутий на верхівці або з боків. Хороша фігура у своїй простоті – класична базова перешкода для вивчення різноманітних трюків для новачків.

3.4. Піраміда (англ. pyramid) – рампа по типу фанбоксу, зроблена з чотирьох бенксів, оформлених у квадратну піраміду з пласким простором на вершині

3.5. Кікер / лаунчер (англ. kicker) – маленький трамплін у вигляді вигнутого бенку, який використовується спортсменом для стрибку в повітрі.

3.6. Степ-ап / Євробокс (англ. step-up / eurobox) – рампа по типу фанбоксу, що складається з бенку з пласкою вершиною і бенку, вищого за попередній.

Крім того, виділяють підгрупу лінійних елементів для ковзання, серед яких:

4.1. Флет рейл (англ. flat rail) – металева труба, по якій можна ковзати паралельно землі.

4.2. Слопд рейл (англ. sloped rail) – металева труба встановлена під кутом.

4.3. Кінкд рейл (англ. kinked rail) – металева труба з двома пласкими секціями, одна з яких вища за іншу, а також має довгу секцію, що їх з'єднує.

4.4. Хенд рейл (англ. hand rail) – перила, поручень, що підходить для ковзання по ньому.

4.5. Стейрс (англ stairs) – прості сходи.

4.6. Джерсі баріер (англ. Jersey barrier) – елемент має форму центрального роздільника автомобільних доріг.

Дуже часто конструктивні елементи стріт-стилю та пул-стилю поєднуються у комбінованих скейт-парках.

Таким чином, облаштування простору скейт-парку вимагає специфічних знань, зокрема щодо проектування його окремих структурних елементів та їх сукупностей. Нами здійснено класифікацію конструктивних елементів, що використовуються у дизайні скейт-парку. Виділено «перехідні» форми, до яких належать рампи (халф-пайп, квотер-пайп та інші), а також підгрупа пулів (боул, пул, еґ боул тощо). Для їзди в стилі «стріт» використовуються лінійні елементи для ковзання (рейли, хенд-рейли, джерсі баріер та інші) та об'ємні геометричні форми типу пірамід, боксів (фанбокс, бенк, вол-бокс тощо).

Список використаних джерел:

1. Крушельницкий, Р. (2013). Типологические аспекты проектирования скейт-парков. Вестник ЮУрГУ, серия Строительство и архитектура, 13(1), 9–11.

2. Daskalov, T. (2015). Concrete Skateparks. Design and construction of a skateboarding recreational facility (Bachelor's thesis in Construction Engineering, Häme University Of Applied Sciences). Джерело: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/98780/Teodor_Thesis_2015_final.pdf

3. Poirier, D. (2008). Skate parks: a guide for landscape architects and planners (Thesis in Master of Landscape Architecture, Kansas State University). Джерело: https://core.ac.uk/download/pdf/5165001.pdf

УДК 72.01:681.518.3:528.5(477)

МОДЕЛЮВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФАСАДНОГО ДЕКОРУ У ДИЗАЙН-ОСВІТІ

Дорошенко Юрій Олександрович,
доктор технічних наук, професор,
завідувач кафедри архітектури
ORCID ID 0000-0001-6050-4401
Нещадим Владислав Олегович,
асистент кафедри архітектури,
аспірант
ORCID ID: 0000-0001-6443-6864
Національний авіаційний університет

Як відомо, під фасадним декором розуміють сукупність окремих оздоблювальних (прикрашальних) архітектурних елементів, які утворюють зовнішнє (фасадне) оформлення булівлі чи споруди. Серед існуючих видів декору – живописного, скульптурного, архітектурного – у цій роботі розглядатимемо виключно архітектурний фасадний декор. При цьому виділятимемо «активний декор» – деталі фасадного оздоблення, що є частиною конструкції будівлі та пов’язані з нею функціонально і за формою, та «пасивний декор» – деталі фасадного оздоблення, які виконують певну естетичну функцію і прикрашають фасад будинку, привертаючи до нього увагу людей і створюючи у них певне враження про весь будинок. Облицювання фасаду будинку нестандартними архітектурними елементами підвищує його унікальність і надовго запам’ятовується. Сказане характерне для старої забудови, коли для оздоблення фасадів будинків використовувалися оригінальні вироби фасадного декору – нерідко як продукт ручної роботи або ж як одиниці з невеликих партій дрібносерійного промислового виробництва.

Тому одним з актуальних аспектів дизайн-освіти в Національному авіаційному університеті щодо підготовки майбутніх архітекторів-дизайнерів та дизайнерів інтер'єру є опанування студентами сучасних технологій фасадного оздоблення будівель з використанням комп'ютерних методів і засобів.

Фасадний декор є зовнішньою художньою оздобою будівлі (рис. 1). Естетично і композиційно правильне та функціонально і утилітарно якісне художнє оформлення фасадів будинків архітектурним декором вважається справжнім мистецтвом і розцінюється як один з вагомих складових професійної компетентності архітектора та дизайнера. Фасадний декор надає будь-якій споруді вигляд складної об'ємної форми, внаслідок чого у глядачів створюється позитивний емоційний настрій на відміну від негативного настрою (психофізичного стану), зумовленого спогляданням одноманітних «будинків-коробок» квадратно-прямокутної форми.

Рис. 1. Варіанти архітектурного декору фасадів будинків

Тому головна задача архітектора та дизайнера – зробити фасад кожного будинку досконалим і унікальним. Цим розкривається зокрема індивідуальність власників будівлі, а сама будівля позбувається буденної безликості й стає своєрідною візитівкою вулиці, кварталу, району чи міста.

Серед сучасних тенденцій розвитку архітектурної освіти слід відзначити широке застосування у процесі навчання різних методів моделювання. Їх значення в освіті майбутніх архітекторів важко переоцінити. Метою архітектурно-дизайнерського моделювання є розробка об'ємно-просторової концептуальної моделі-композиції заданого архітектурного простору (стосовно цієї публікації – фасаду будівлі з її декоруванням).

Нині моделювання розглядається як творчий метод у вищій освіті архітектора. Навчання моделюванню дає змогу методично грамотно, пізнавально та цікаво вибудувати освітній процес, спрямований на формування у студентів умінь успішно розв'язувати цілий комплекс задач, конструктивне осмислення яких необхідне в архітектурній практиці, концептуальному проектування і навчанні.

Навчальний процес з моделювання архітектурного декору фасадів будинків здійснюється у кілька взаємопов'язаних етапів. Спочатку вивчаються архітектурні особливості будівлі та її стиль, визначаються геометричні параметри її фасаду. Затим за одержаними даними створюється ескіз зовнішнього оздоблення будівлі – фасадного декору. Потім проектуються окремі архітектурні деталі фасадного декору та розробляються комп'ютерні моделі їх лицьової рельєфної поверхні. За цими моделями здійснюється контрольна візуалізація предметів проектування, а затим виготовляється технологічна оснастка чи власне самі вироби (деталі фасадного декору) на фрезерних верстатах з ЧПК чи на 3D-принтерах.

Опанування студентами-архітекторами комп'ютерно-орієнтованих методів і засобів архітектурного моделювання фасадного декору в НАУ здійснюється системно за принципами наступності і спадковості під час вивчення таких навчальних дисциплін: «Композиція», «Інформатика та основи комп'ютерного

моделювання», «Комп'ютерні інструментальні засоби і технології архітектурного проектування», «Дизайн архітектурного середовища та архітектурно-проектна справа», «Геометричне моделювання та комп'ютерні технології в архітектурному дизайні», «Реконструкція і реставрація будівель і споруд».

У навчальному процесі, як і в архітектурній практиці, архітектурне моделювання елементів фасадного декору поділяється на проектне та реставраційне. Проектне моделювання стосується розробки моделей нових елементів декору, а реставраційне – розробки моделей деталей фасадного декору пам'яток архітектури під час їх реставрації. Змістово реставраційне моделювання деталей фасадного декору пам'яток архітектури певною мірою містить в собі проектне моделювання і тому потребує докладнішого розгляду.

Фасади багатьох пам'яток архітектури прикрашають майстерно виконані виступаючі зі стіни оригінальні рельєфні чи об'ємні форми – атланти з картіотидами, півколони, барельєфи, пілястри, русти, пілони, медальйони, а також різноманітні декорувальні елементи, які «дійшли» до сьогодення з далекого минулого як представники класичних стилів в архітектурі і які є своєрідними зразковими прикладами і джерелом натхнення для сучасних архітекторів та дизайнерів.

Складність і тривалість сучасних архітектурно-реставраційних процесів щодо елементів фасадного оздоблення пам'яток архітектури зумовлюється їх оригінальністю, складними й незакономірними геометричними формами та переважно ручним характером виконуваних робіт. Суттєво усунути ці недоліки та збільшити результатну варіативність рішень можна шляхом використання новітніх комп'ютерних методів і відповідних пристроїв та інструментальних програмних

засобів. Окрім того, одержувані комп'ютерні моделі фасадного оздоблення дадуть змогу зберігати і візуалізувати (у тому числі стерео- й голографічно) оцифровані фрагменти фасадів та окремих його елементів декору.

Досить часто доводиться реставрувати (відновлювати) частково зруйновані деталі фасадного декору пам'ятки архітектури. У такому разі реставраційне моделювання доповнюється проектним моделюванням на основі виявлених у елементі, що реставрується, формотворних характеристик.

Реставрація елементів фасадного оздоблення пам'яток архітектури відноситься до фрагментарної реставрації. Інтеграція до усталеної послідовності архітектурно-реставраційних робіт комп'ютерних методів та відповідних знарядь і інструментальних програмних засобів лише певним чином видозмінює зміст та інструментарій окремих етапів такого технологічного процесу. Зокрема, під час аналізу пошкодження чи руйнувань здійснюється фото- та/чи відеозйомка реставрованого елемента фасадного оздоблення. Геометричний опис полягає в одержанні за допомогою різних сканерів тривимірного точкового каркасу (хмари точок) поверхні незруйнованої частини елемента фасадного декору. Найфункціональнішими на цей час є активні безконтактні лазерні 3D-сканери. Для сканування (визначення координат точок певної поверхні відносно заданої тривимірної декартової системи координат) визначеного об'єкта використовується структурований світловий або лазерний промінь, який потрапляючи на сканований об'єкт, відбивається від його поверхні з фіксацією розташування у просторі цієї точки відбиття.

Визначально 3D-сканування за допомогою лазерного сканера почало використовуватися у технологіях геоінформаційного моделювання рельєфу земної поверхні. Поступово його методи

і засоби стали поширюватися у інших галузях, зокрема, в архітектурі. Проте, «пряме» застосування напрацьованих технологій для розв'язання архітектурних задач не завжди забезпечувало одержання бажаного результату. Особливо це проявлялося в реставраційно-відновлювальних роботах.

Одержувана внаслідок сканування рельєфу поверхні елемента декору хмара точок може містити «затінені» ділянки, де координати точок визначаються неточно внаслідок розмивання плями контакта лазерного променя з поверхнею або ж внаслідок непопадання променя у пазуху рельєфа елемента. Зазначене призводить до неточного моделювання рельєфа елемента фасадного декору в затінених ділянках та у їх околиці.

Вихід з такої ситуації бачиться у лазерному скануванні поверхні елемента фасадного оздоблення з кількох різних точок з наступним суміщенням («зшиванням») окремих сканів по виділених опорних точках. Для цього всі елементи декору поділяються на дві групи – умовно плоскі та умовно об'ємні (одна чи дві умовних базових площини), а точки сканування (розташування сканера) визначаються на сферичній чи еліпсоїдній поверхні, що охоплює фасадний елемент і торкається його крайніх точок. Розташування точок сканування слід визначати азимутально, а їх кількість має забезпечувати відсутність затінених зон.

Для одержання геометричної моделі форми (поверхні) елемента фасадного оздоблення за відсканованим точковим каркасом використовуються різні САПР (SketchUp, AutoCAD, AllPlan тощо). При цьому може здійснюватися ітераційний процес корегування хмари точок залежно від необхідної точності моделювання (ступеня збіжності модельної та реальної форми елемента декору).

Виготовлення технологічної оснастки та власне виробництво

елементів фасадного декору чи їх фрагментів здійснюється за допомогою фрезерних верстатів з числовим програмним керуванням (ЧПК) або на 3D-принтерах. При цьому ці два етапи можуть здійснюватися як відокремлено, так і інтегруватися в один етап безпосереднього виготовлення елемента декору за його моделлю.

Таким чином, презентовано особливості дизайн-освіти в НАУ, пов'язаної з фасадним оздобленням будівель та з комп'ютерним моделюванням елементів фасадного декору. Запропоновану автоматизовану технологію реставрації елементів фасадного оздоблення пам'яток архітектури вбачаємо перспективною і ефективною, а її впровадження у навчальний процес фахової підготовки майбутніх архітекторів здатне помітно підвищити професійну спрямованість, якість і компетентнісну продуктивність навчального процесу.

Якість, що проявляється насамперед у точності відтворення, та швидкість реставраційно-відновлювальних робіт елементів фасадного декору у нинішніх умовах потребує організації інтегрованої діяльності фахового реставратора з фахівцями, які володіють технологіями лазерного 3D-сканування рельєфних поверхонь та їх геометричного моделювання з використанням сучасних комп'ютерних засобів і технологій.

Список використаних джерел:

1. Ничкало Н. Педагогічні і психологічні дослідження в Україні: проблеми і перспективні напрями // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: Зб. наук. пр. у 2-х част. – Ч-1. – Київ-Вінниця: ДОВ Вінниця, 2002. – С. 16-22.

2. Дорошенко Ю.О., Нещадим В.О. Комп'ютерні методи реставрації фасадних елементів пам'яток архітектури// Архітектура та екологія: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 30 жовтня – 1 листопада 2018 року). – К.: НАУ, 2018. – С.85–87. – Режим доступу: http://er.nau.edu.ua:8080/handle/ NAU/37206.

УДК 514.18

ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ДЛЯ ВИРІШЕННЯ ПРИКЛАДНИХ ЗАДАЧ ДИЗАЙНУ СЕРЕДОВИЩ

Холковський Юрій Романович,
кандидат технічних наук, доцент
кафедри компю'терних технологій
дизайну і графіки
Національного авіаційного
университету (Київ)

Ключові слова: дизайн середовища, однопараметрична множина, інтерполяція, вузол інтерполяції, дискретно задані функції, архітектурна форма, поверхня.

Зазвичай, під дизайном середовища (дизайн предметно-просторового середовища або просторовий дизайн), розуміється вид дизайну, що займається перетворенням готового простору з такими об'єктами, як відкриті міські простори і паркові ансамблі, предметні, ландшафтні та декоративні форми і комплекси, їх обладнання тощо. Сюди також входить і робота з міським громадським та природним середовищем, будинковими територіями, терасами, що включає в себе розробку ландшафтних ділянок, композицій, ансамблів малих архітектурних форм, функціонально-естетичного вирішення приміщень та їх предметного наповнення.

Цілком очевидно, що з перелічених компонентів певні математичні (дискретні) методи можуть бути застосовані, в першу чергу, до проектування малих архітектурних форм, як тривимірних об'єктів, моделями яких виступають певні поверхні. Тому нас будуть

цікавити ансамблі малих архітектурних форм та їх математичне (геометричне) моделювання й подальше проектування. Також зрозуміло, що головним аспектом архітектурних форм є саме геометричні форми. Таким чином, перед нами постає задача математичного моделювання складних, як правило, криволінійних геометричних форм із врахуванням питань естетики й раціональності.

Задачі геометричного моделювання різноманітних криволінійних поверхонь часто вирішуються при проектуванні різного роду складних архітектурних форм тощо. Взагалі відомо, що поверхні можуть бути задані аналітично або ж дискретно, проте, у багатьох випадках з різних технічних та технологічних причин неможливо отримати аналітичну, тобто континуальну, модель цих поверхонь. Зрозуміло, що мова тоді може йти про побудову тільки дискретних математичних моделей. При цьому суттєвими є питання адекватності таких моделей, їх відповідність деяким необхідним, і що дуже важливо, наперед заданим умовам щодо, наприклад, параметрів та форми. Очевидно, що остання й є тим чинником, що пов'язаний із архітектурно-дизайнерськими задумами щодо майбутнього об'єкту.

Складні багатопараметричні середовища, зокрема, їх складові у вигляді просторових криволінійних форм, як моделі дизайнерських архітектурно-будівельних об'єктів, досить складно описати аналітично, як зазначалось, у вигляді континуальної математичної моделі. Також проблематичною є задача моделювання малих архітектурних форм із наперед заданими умовами, що відповідають певним задумкам дизайнера. Стає зрозумілим, що для розв'язання подібного роду прикладних задач необхідна розробка алгоритмів і методів і на їх основі подальше створення математичних моделей і, відповідно, моделювання таких об'єктів та подальше їх проектування.

Очевидно, що від неперервно-аналітичної, себто континуальної, моделі завжди можна перейти до дискретно-геометричної, а саме, в нашому випадку, у подальшому, до дискретно-інтерполяційної геометричної моделі. Цілком очевидно, що такий дискретний підхід можна вважати більш загальним. Окрім того, дискретний спосіб представлення геометричної інформації про об'єкт, що моделюється, є, як відомо, універсальним, а у нашому випадку ще й одним із раціональних. Тож побудова дискретних геометричних моделей складних архітектурно-дизайнерських форм у вигляді певних поверхонь, враховуючи певні наперед задані умови щодо форми, є актуальною задачею.

Аналіз досліджень та публікацій у науковій літературі щодо питань геометричного моделювання складних геометричних форм із наперед заданими умовами, побудови їх математичних моделей показує, що подібна тематика зустрічається досить рідко, звідки й випливають відповідні цілі дослідження.

Задачі геометричного моделювання певних об'єктів містять, як правило, необхідність побудови деяких однопараметричних множин. Таким об'єктом може бути деяка поверхня, як геометрична модель складної просторової криволінійної архітектурної форми, задана аналітично, що часто неможливо, або дискретно. Тому виникає необхідність переходити до побудови дискретних моделей з певним рівнем адекватності. Добре відомо, що саме дискретний спосіб представлення інформації про об'єкт, систему чи середовище, що моделюються, є універсальним.

Для вирішення поставлених задач даного дослідження пропонується використати інтерполяційні схеми, а саме інтерполяційні поліноми Лагранжа для отримання дискретних геометричних моделей різних криволінійних поверхонь, як прототипів певних технічних об'єктів [1].

Вибір інтерполяційних поліномів Лагранжа, на нашу думку, серед певної відомої кількості інтерполяційних поліномів є оптимальним, що пов'язано, в першу чергу, з необов'язковим рівномірним розташуванням вузлів інтерполяції, що практично важливо, можливістю представлення по кожній змінній своєї кількості вузлів інтерполяції, особливо у випадках n-вимірної інтерполяції, а також питаннями збіжності.

Отже, пропонується оригінальний підхід щодо моделювання складних криволінійних об'єктів, що базується на використанні дискретно-інтерполяційного методу, де у якості інструментального середовища використовуються інтерполяційні поліноми Лагранжа.

Оригінальність та нетрадиційність дискретно-інтерполяційного підходу полягає у тому, що під вузлами інтерполяції розуміються не точки, як у традиційному математичному сенсі, а більш складні математичні об'єкти, наприклад, лінії та поверхні, що представлені у вигляді деяких функціоналів, як сукупності їх властивостей та параметрів. Надалі під схемою інтерполяції будемо розуміти схему розташування саме таких її вузлів [2].

На основі запропонованого методу були побудовані різноманітні інтерполяційні схеми, що характеризуються певною кількістю вузлів інтерполяції і, що є найголовнішим, характером самих вузлів інтерполяції у вигляді дискретних чисельних масивів.

Функцію $F(p_1, p_2, p_3,\ldots, pk, \ldots , pm)$ формуємо у вигляді деякого функціонала $\Phi(p_{i,j})$, що заданий матрицею $M[i, j]$.

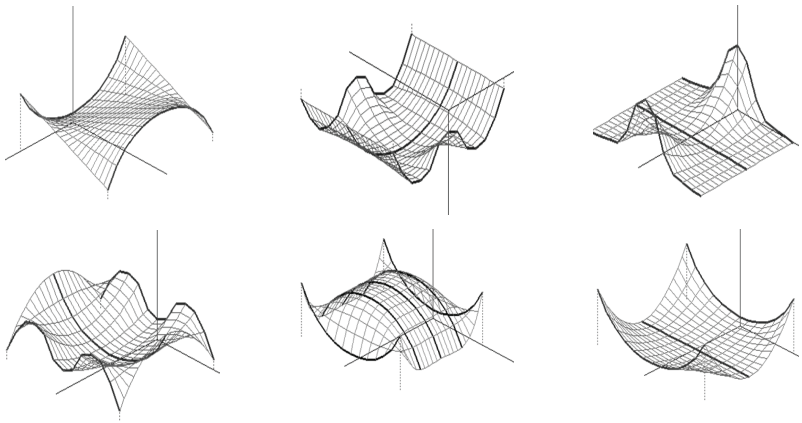
$$F(p_1, p_2, p_3, \ldots , pk, \ldots , pm) = \Phi(p_{i,j}) = M[i, j] ,$$

де $p_1, p_2, p_3, \ldots , pk, \ldots , pm$ – різноструктурні параметри об'єктів, а $M[i, j]$ є вузловою дискретно-інтерполяційною матрицею, що дає можливість отримати деякий функціонал $\Phi(p_{i,j})$, з вектором параметрів, що включає в себе інтерполяційний па-

раметр, координатні змінні, параметри, що характеризують стан, структуру, положення об’єктів.

$$\Phi(u)_n = \sum_{i=0}^{n-1} F_i(p_1, p_2, \dots, p_m) \prod_{j=0}^{n-1} \frac{u - u_j}{u_i - u_j}$$

де u – параметр інтерполяції, наприклад, певний вектор спрямованості; n – кількість вузлів інтерполяції. Вираз Ф(pi,j), являє собою узагальнену дискретно-інтерполяційну матрицю, і є дискретною геометричною моделлю складних геометричних об’єктів, яка дозволяє моделювати, із врахуванням наперед заданих умов, певні архітектурні форми, приклади яких наведені у таблиці.



Підхід, що був запропонований на основі дискретно-інтерполяційного методу, дає можливість моделювати складні багатопараметричні середовища та їх складові у вигляді складних геометричних (архітектурних) форм, що характеризуються великою кількістю різноманітних параметрів і вирішувати прикладні проектні задачі дизайнерського характеру.

Список використаних джерел:

1. Холковський Ю. Інтерполяція дискретних масивів у загальному випадку як спосіб моделювання багатопараметричних об'єктів та процесів / Ю. Холковський // Праці Таврійського державного агротехнологічного університету. – Мелітополь: ТДАТУ, 2011. – Вип.4 – Т51. – С. 156–160.

2. Холковский Ю. Дискретно-интерполяционный поход при моделировании многопараметрических экологических систем // Сборник материалов 9-ой Международной конференции «Социально-экономические и экологические проблемы горной промышленности, строительства и энергетики». – Минск 2013. – С. 268–272.

УДК 72.01:681.518.3:528.5(477)

ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИГОТОВЛЕННЯ ДЕКОРАТИВНИХ ПАНЕЛЕЙ З ДЕРЕВИНИ

Дорошенко Юрій Олександрович,
доктор технічних наук, професор,
завідувач кафедри архітектури
ORCID ID 0000-0001-6050-4401
Нещадим Владислав Олегович,
асистент кафедри архітектури,
аспірант
ORCID ID: 0000-0001-6443-6864
Національний авіаційний університет

Наразі прискорений розвиток науки, техніки і технологій призводить до мінімізації втручання людини в процеси проектування, моделювання та відтворення (виготовлення) певних виробів з демонстрацією якісніших результатів та з одночасним скороченням часових витрат порівняно з традиційними «ручними» видами праці. Певною мірою сказане стосується й декоративно-художніх виробів, виготовлення яких традиційно потребує переважно ручної праці з незначною їх автоматизацією.

Нині спостерігається активне проникнення автоматизованих комп'ютерних технологій практично в усі сфери прикладного мистецтва, породжуючи нові комплексні технології на основі комп'ютерних засобів і методів, трансформуючи певним чином творчість митця та підвищуючи технологічність і продуктивність його діяльності. Тому актуальним питанням видається розробка новітніх комп'ютерно-орієнтованих технологій автоматизованого виготовлення деталей декору, зокрема, декоративних панелей фасадного оздоблення з деревини, з від-

повідною їх адаптацією до звичних методів роботи дизайнера та з певною трансформацією його творчої діяльності.

Важливим в цьому контексті є демонстрація технологічних особливостей виготовлення декоративних панелей з деревини із зверненням уваги на показники якості механічної обробки деревини, на точність відтворення заданих розмірів та форми у одержуваних виробів (деталей декору), на шорсткість рельєфної поверхні панелей після механічної обробки (фрезерування та шліфування).

Рис. 1. Декоративне оздоблення огорожі панелями з деревини

Деталі декоративного оздоблення з деревини є одними з найпоширеніших у фасадному декорі, а їх виготовлення пов'язане з різними технологічними процесами. Найпрогресивнішим нині вважається програмне виготовлення декоративних панелей з деревини на фрезерних верстатах з числовим програмним керуванням (ВЧПК).

Для цього сучасні дизайнери спочатку створюють ескізи панелей в різній стилістиці. Потім за цими ескізами розробля-

ються програми об'ємного фрезерування панел ей з деревини для одержання деталей фасадного оздоблення або елементів інтер'єрного декору, визначальною властивістю яких є рельєфність лицьової поверхні, первісно заданої на ескізі.

Варіантів використання декоративних панелей з деревини – як елементів оздоблення вертикальних лицьових площин об'єктів архітектури чи дизайну – можна навести безліч. Один з прикладів – декоративне оздоблення огорожі деякого обмеженого простору – продемонстровано на рис. 1.

Процес моделювання, що за своєю суттю є переважно геометро-технологічним, складається з кількох етапів, кожному з яких відводиться важлива роль у відтворенні ескізних ідей автора через їх комп'ютерно-технологічну інтерпретацію та програмну реалізацію, що транслюються у твердотільну деревинну модель. При цьому у програмі для ВЧПК на основі існуючих технологій відтворення 3D-моделей дизайнери мають змогу відтворити свої ідеї будь-якої складності у виробі з деревини.

Під час моделювання і програмування насамперед постає потреба оцінити ступінь складності візерунка та рельєфу лицьової поверхні деталі (декоративної панелі), що буде виготовлятися. За результатами оцінювання одержується інформація, за якою можна визначити конкретну технологію та необхідне обладнання, аби виготовити або деякий елемент дизайну, або ж увесь виріб.

За одержаною програмою на фрезерному 3D-ВЧПК виготовляється деталь дизайну, частина фасаду або ж декоративний елемент. Для цього за певним алгоритмом реалізується низка технологічних процесів, які у заданій послідовності відтворюють комп'ютерну 3D-модель у виробі (декоративній панелі з деревини) внаслідок механічної обробки (кількаетапного фрезерування та шліфування) на верстатах з ЧПК.

Апробація і впровадження результатів дослідження. Для апробації розробленого технологічного процесу «ескізування–моделювання–програмування–виготовлення» з метою його практичної апробації і верифікації нами було експериментально виготовлено один декоративний елемент дизайну.

Виріб був відфрезерований на ВЧПК за кілька проходів різними фрезами (рис. 2). Спочатку було підібрано придатний матеріал (сорт деревини) та визначено габаритні розміри заготовки (прямокутної панелі), з якої виготовлятиметься деталь. Заготовка певним чином розміщується на робочому столі верстата і фіксується. Обробка здійснюється за кількома керуючими програмами. За першою програмою знімається чорновий шар матеріалу заготовки, що може здійснюватися за одним з варіантів: це 2-, 3- або 4-західні фрези з торцем діаметром від 6 до 12, а в деяких випадках – до 18 міліметрів. Швидкість обробки і якість одержуваної рельєфної поверхні для кожної керуючої числової програми залежить від двох параметрів: «%» та «h». Їх числові значення призначаються для зняття одного шару чорнової обробки.

У випадку неправильного налаштування або ж налаштування, що зумовлює значне навантаження на зношувальні механізми верстата, може відбутися збій точності або виникне похибка в роботі виконавчих механізмів. Внаслідок роботи з великим навантаженням верстати потребуватимуть періодичного налаштування точності та якості обробки.

В результаті проведеного пошуково-експериментального дослідження з’ясовано, що якість відтворюваної у матеріалі (деревина) комп’ютерної моделі декоративного елемента залежить від багатьох факторів. Зокрема, якість кінцевого результату залежить від якості (як інтегральної характеристики) сканування вихідної рельєфної поверхні (натурного прототипа виробу) чи точності відтворення візерунків та рельєфу лицьової поверхні виробу за його ескізом. Ці характеристики

визначають якісні показники комп'ютерної 3D-моделі. Наступна група чинників залежить від матеріалу заготовки, шорсткості рельєфної поверхні виробу, швидкості обробки поверхні та задіяного різального інструменту (фрези). Від якості одержуваного виробу залежатиме структура та налаштування всіх зазначених параметрів.

Рис. 2. Автоматизоване виготовлення декоративної панелі з деревини на фрезерному верстаті з ЧПК

Останнім інтегральним чинником, який впливає на якість обробки, є правильність налаштування та калібровки верстата з ЧПК. Потреба у попередньому налаштуванні визначається тест-програмою, за допомогою якої вимірюється реальна точність роботи механізмів у разі нормальної роботи верстата.

Насамкінець зазначимо, що практично всі параметри налаштування є взаємопов'язаними: зміна значень одних параметрів призводить до зміни значень інших параметрів, що у кінцевому підсумку впливає на результат.

Після зняття з верстата виріб для підвищення його якості може бути доопрацьований вручну майстрами.

Список використаних джерел:

1. Технология резьбы по дереву: Пособие для учителей экспериментальных школ / Н. Велишкевич, А. Журба, И. Хитько. – Мн.: НИО. 2000. – 100 с.

2. Тимків Б., Кавас К. Виготовлення художніх виробів з дерева. Ч.І. Різьба по дереву. Підручник / За наук. ред. доц. Тимків Б. – Львів: Світ, 1995. –210 с.

3. Хіцько І. Мастацтва разьбы па дрэве: Вучэб. дапам для вучняў 7-11кл. агульнадукац. шк. з мастацкім ухілам. – Мн.: Беларусь, 1998. – 255 с.

4. Дорошенко Ю., Нещадим В. Комп'ютерні методи реставрації фасадних елементів пам'яток архітектури // Архітектура та екологія: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 30.10 – 1.11 2018 р.). – К.: НАУ, 2018. – С.85–87. – Режим доступу: http://er.nau.edu.ua:8080/handle/NAU/37206.

УДК 721

МОТИВИ ДЕКАДАНСУ В СУЧАСНОМУ ІНТЕР'ЄРІ

Сосік Ольга Даніїлівна,
аспірантка кафедри
образотворчого мистецтва
Інституту мистецтв Київського
університету ім. Бориса Грінченка
ORCID ID 0000-0002-2450-1235

Ключові слова: *декаданс, гламур, інтер'єр*

Мистецтво межі XIX–XX ст. стало віддзеркаленням процесів занепаду, які відбувались у свідомості тогочасного суспільства. Людство зневірилось у старих цінностях після низки сенсаційних наукових відкриттів, що призвели до зміни сталої картини світу. Занепокоєння і страх відчувались «в кожному класі суспільства» [6, 26]. Непорушні ідеї, що століттями були запорукою благополучного існування виявились хибними. Людина втратила ключові життєві настанови.

Відчуття відчаю та хворобливої втоми від буденності світу зумовили появу нових художніх форм, які втілилися у мистецтві декадансу. На думку українського вченого В. Скуратівського, «декаданс був реакцією проти стійкого консерватизму масового суспільства, чий абрис чітко виявляється на культурному горизонті» [2, 105]. Тобто декаденти прагнули зруйнувати грубу реальність природи, аби створити нову естетично досконалу модель світу. С. Дягілєв у своїй програмній статті зазначав, що «<…> мистецтво, досягнув-

ши апогею своєї зрілості, оглядає “прощальними, косими променями сонця що сідає старіючи цивілізації”» [1, 3]. В цілому можна стверджувати, що мистецтво декадансу народжувалось зі смерті і хворобливих станів та відображало вкрай суб’єктивне бачення світу. Тому воно характеризувалося елітарністю та презирством представників богеми до міщанства, яке не мало тонкої душевної організації.

Декаданс запропонував нове «чисте мистецтво», яке не несло жодної користі суспільству, а тільки естетичну насолоду. У пошуках гедонізму декаденти естетизували відчуття занепаду, самотності, стирали межу між критеріями добра і зла, оспівували смерть та імморалізм.

В цей час мистецтво й естетичне пізнання набували сакрального значення. Декаденти закликали дивитись на світ виключно крізь призму мистецтва, пропускати реальність повз естетичний досвід. Один з головних теоретиків декадансу Оскар Уайльд, навіть сформулював теорію, за якою «Життя наслідує Мистецтво набагато більше, ніж Мистецтво – Життя<…>. Життя тримає дзеркало перед Мистецтвом, та відтворює гру уяви художник <…>. Ця теорія ще ніколи не висувалась, але вона неабияк продуктивна і дозволяє побачити історію мистецтва в цілковито новому світлі» [3].

Першими декадентами в європейському образотворчому мистецтві можна по праву вважити англійських прерафаелітів. Їх творчість кидала виклик матеріальним цінностям буржуа, які панували у Англії середини XIX століття. Пуританський прагматизм проник у всі сфери життя, включаючи культуру та мистецтво. Дрібнобуржуазні смаки формували запити на практичність та моралізм у мистецтві.

Розглядаючи творчість прерафаелітів В. Шестаков наводить цитату О. Уільямсона: «Рух прерафаелітів захопив не тільки худож-

ників <…>. Він був поетичним, соціальним, філософським бунтом, хоча перший прояв був чисто візуальним – бурним вибухом чистого середньовічного кольору, який трансформував світ мистецтва <…>» [4, 7]. При цьому англійський декаданс виявився тісно пов'язаним з іменами художників-прерафаелітів Д. Россетті та Е. Берн-Джонса, чия творчість відбилася на роботах багатьох представників декадентського руху в різних країнах Європи. Їх блідолиці, маскулінні жінки з маскою смерті на обличчі зустрічаються на полотнах Ф. Кнопффа і Ф. Ропса (Бельгія), Ф. фон Штука і М. Клінгера (Німеччина), В. Котарбінського (Україна), у графіці О. Бердслі (Англія) та М. Фіофілактова (Росія). Похмура, деструктивна атмосфера декадансу, народила новий тип краси – краси згасання, що зачаровувала своєю вишуканістю та фатальністю.

Характерні стилістичні ознаки декадансу виявлялись, перш за все у переважанні форми та зовнішніх ефектів над змістом, коли «частина торжествує над цілим» [2]. Також, типовими були мотиви згасання та загибелі краси живої природи, декоративність та орнаментальність. Ключовою концепцією декадансу був пошук краси у неприродньому, заміна реальності штучністю мистецтва.

На межі XX і XXI ст. почала відроджуватись цікавість до явища декадансу. У сучасній культурі декаданс перестав сприйматися як мистецтво занепаду, а став, радше, одним з виявів гламуру та нового стану творчих особистостей. Головний девіз декадентів «мистецтво для мистецтва» підхопила сучасна богемна еліта та інтелектуали як засіб відмежування від повсякденної реальності.

Найчастіше декадентські тенденції в XXI ст. зустрічаються в гламурному інтер'єрі і створюють атмосферу вишуканої театральності. Як зазначає доктор мистецтвознавства О. Школьна, «по суті, в гламурі поєднані декадентська манірність з ремінісценціями східного синтетичного стилю «Альгамбра» <…>. Гламур

– це певний артистичний ексгібіціонізм, що став ознакою модного ірраціонального, але прагматичного екстравертизму» [5, 188]. Богемність інтер'єру підкреслюють меблі з вигнутими, плавними лініями, що нагадують гротескні, маньєристичні фігури з полотен художників-декадентів, екстравагантний декор у вигляді пташиних кліток, багатоярусні світильники прикрашені камінням або стразами, ліпнина на стелі чи дзеркалах.

Характерними ознаками декадентських віянь в інтер'єрі, зокрема, служать механізовані предмети, на кшталт годинників, барометрів або музичних скриньок з заводним механізмом. Також, це можуть бути опудала птахів, статуетки у формі екзотичних тварин або міфічних істот. Всі ці елементи наголошують на культі штучності, до якого тяжіло мистецтво декадансу, позаяк, позбавлені життя форми, не підвладні руйнуванню і розкладанню. Те саме стосується й вибору кольорів. Аби підкреслити штучність інтер'єру, перевага надається контрастним, неприродним поєднанням, таким як: фіолетово- зелений, сіро-синій, чорно-білий.

Атмосферу ізольованості від буденності навколишнього світу додає велика кількість картин та книг, які створюють інтелектуальну атмосферу. Загалом елементи декадансу накладають на інтер'єр відбиток певної світськості, позаяк позбавляють його критеріїв утилітарності та функціональності. Як і століття тому, сьогодні декаданс знаменує елітарний підхід до життя, не розрахований на обивательський світогляд.

Крісло дизайну Roberto Cavalli

Музична скринька-годинник. Reuge Music

Отже, з'явившись наприкінці XIX ст. як форма супротиву буржуазним нормам моралі та застою старих традицій у мистецтві, у XXI ст. новітній декаданс більше не знаменує занепад, не являє собою явище, яке охоплює культуру загалом, а радше є стилізацією. Відобразившись у легковажному гламурі, як сучасній формі естетизму, він привніс до його кітчевості й епатажу риси елегантності та вишуканості, а також надав присмак драматизму і меланхолії.

Список використаних джерел:

1. Дягилев С. Сложные вопросы / Дягилев С. // Мир искусства. – 1899. – № 3/4. – С. 1–11

2. Палья К. Декадентское искусство. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ec-dejavu.ru/d-2/Decadence.html . – Загл. с экрана . – Дата обращения 27.03.2019

3. Скуратівський В.Декадентство / В. Скуратівський // Енциклопедія сучасної України. – К.: Наукова думка, Т. 7. – 2007. – 305 с.

4. Уайльд О. Упадок искусства лжи / О. Уайльд. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://lib.ru/WILDE/esse_upadok.txt . – Загл. с экрана . – Дата обращения 27.03.2019

5. Шестаков В. Прерафаэлиты: Мечты о красоте / В. Шестаков. – М.: Прогресс Традиция. – 2004. – 170 с.

6. Школьна О. В. Гламур як новітня квазіестетична категорія в системі критеріїв художності сучасного твору з порцеляни // Мистецтвознавство України: зб. наук. пр. / редкол. : А. Чебикін (голова) та ін. ; ІПСМ НАМ України. – К.: Муз. Україна, 2010. – С. 186–194.

7. Philippe J. Dreamers of decadence / J. Philippe. – New York: Praeger Publishers, Inc. – 1971. – 280 p.

УДК 73:72/747.012

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ СЕРЕДОВИЩА АРАБСЬКИХ КРАЇН

Конопліна Олена Василівна,
аспірант І року навчання аспірантури
за спеціальністю 022 Дизайн
Київського національного
університету культури і мистецтв
ORCID ID 0000-0002-0912-3141

Ключові слова: *дизайн, архітектура, араби, арабське мистецтво, бедуїни, культура, Близький Схід, Передня Азія, «абетка стилю»*

Архітектура і дизайн на межі XX–XXI ст., що наситилися модерном і модернізмом, починають звертатися до пам'яті древніх культур у пошуках нових ідей, розробок і свіжих рішень. Оскільки синтез дизайну й архітектури потребує постійного підживлення, тому з кожним роком все більш актуальними стають проекти середовища, які апелюють до східних мистецтв та архітектури, зокрема, регіонів Передньої Азії і Близького Сходу.

Це пов'язано, перш за все з тим, що у світовій культурі сьогодні йдуть глобалізаційні процеси, а архітектура і внутрішній дизайн приміщень не можуть розвиватись осторонь цих процесів. Так, зодчество минулого було відповідним своїм епохам, тому, зараз напевно, не варто намагатися відтворювати історичні стилі, копіюючи їх, в силу того, що такі об'єкти знаходяться поза контекстом свого часу та відірвані стилістично від інших елементів середовища. Але ми

можемо вводити в архітектуру і дизайн сучасності окремі автентичні елементи і використовувати їх як всередині приміщень, так і в екстер'єрі будівель, що відповідають нинішньому ритму життя й обличчю певних міст.

На сьогодні всесвітня павутина інтернет і можливості вільно пересуватися по всьому світу потроху знімають завісу з раніше досить закритих культур, перш за все мусульманських і арабських народів, зацікавленість внутрішньою специфікою яких з часом тільки зростає. Тому архітектори та дизайнери знаходяться в постійному пошуку цікавих ідей і нових підходів у своїх розробках, основними завданнями яких є не тільки винайдення нових, інноваційних та екологічних рішень. Й оскільки мода є циклічною, багаж знань, які були накопичені до нас попередніми цивілізаціями, можна і потрібно використовувати в сучасних розробках проектів [7].

В цілому слід зазначити, що інтер'єр в арабському стилі – це загадка східної ночі, він розкішний і витончений, багатий і стриманий водночас, яскравий і непередбачуваний. Адже східна архітектурно-мистецька традиція передбачає як в інтер'єрі, так і в екстер'єрі насичення композиційно-планувальними архітектурно-декоративними елементами. Наприклад, такими, як арки складних й іноді досить витончених форм, котрі прикрашають не тільки дверні та віконні прорізи, а також використовуються у приміщеннях як хибні вікна і ніші [2].

До того ж декором і засобом виразності арабського інтер'єру служать сталактитові склепіння – мукарнаси, ще один стилетворчий елемент арабського мистецтва. Важливою частиною інтер'єру у східному стилі є машрабія – дерев'яні або кам'яні гратчасті перегорожі,що мають мережані візерунки [6]. Загалом в обробці дверей, порталів, арок використовується все багатство декоративних прийомів зі створенні арабського стилю, намперед, – різьблення

по дереву і стуку (різновид алебастру), що відіграє вважливу роль в оздобленні інтер'єру [4].

Також у східних інтер'єрах важливе місце займає текстиль. Так, застосування тканих килимів зі стилізованими зображеннями тварин і рослин, а також геометричними мотивами, в оформленні арабського середовища сягає сивої давнини, починаючи з кочового етапу. Багатошарові драперії, оббивка м'яких меблів, килими, подушки і валики різних розмірів у яскравій традиційній східній кольоровій гамі, надзвичайно збагачують сучасний інтер'єр в арабському стилі [4].

Східний колорит середовища створюється і за рахунок повторюваного узороччя рапортів, геометричних та рослинних орнаментів з арабесками. Важливими є і фактура натуральних матеріалів, а також багатство арабського орнаменту, що як килим вкриває простір, не залишаючи незаповнених собою площин, утворюючи мейнстрімну рису східного інтер'єру. Ансамбль середовища в арабському стилі мають доповнювати меблі з натуральних матеріалів, прикрашені різьбленням та інкрустацією слоновою кісткою, зазвичай, максимально мінімалістичні. Всілякі факелоподібні та гранчасті ліхтарі-світильники виконані з металу, завершують тональність традиційного східного, викінченого за своїм наповненням інтер'єру [2].

Натомість інтер'єри арабських бедуїнів в етностилі максимально прості, але при цьому не позбавлені своєї родзинки. Вони акумулюють в собі традиції і спосіб життя арабів-верблюдоводів. Самобутній, але при цьому не позбавлений затишку, простір в такому стилі має проектуватися й оформлюватися таким чином, аби відтворювати елементи житла кочових племен бедуїнів, національний колорит яких не менш яскравий, ніж багатий «палацовий» арабський стиль. В цілому слід зазначити, що номади й досі проживають на територіях Аравійського півострова, Північної Африки,

Західної Азії та Синайського півострова, вони мають різні назви, але ведуть досить консервативний кочовий спосіб життя. Для сучасного жителя мегаполісу бедуїнський аскетичний інтер'єр дає можливість зануритися в яскравий і автентичний етностиль.

Колишні язичники, які зараз в основному сповідують іслам, впродовж багатьох століть практично не змінили свій повсякденний уклад і спосіб життя номадів. Їх житло – це шатро, а все майно може вміститися на кількох верблюдах. Тому мінімум меблів, а вірніше майже повна їх відсутність, де все господарське начиння ховається в дерев'яні скрині – це характерні ознаки арабського інтер'єру в етностилістиці. При цьому, зазвичай стінами і підлогою намету служать килими і всілякі щільні драпірування, а диванами – подушки різновеликих розмірів. Текстиль прийнято застосовувати яскравих кольорів із традиційними геометричними і рослинними візерунками. Такий інтер'єр є типовим для більшості аравійських будинків і є одним із різновидів східних етнічних стилів.

Нажаль, інтернет дає нам не тільки свободу дізнатися все, але і неточну, помилкову інформацію, а найчастіше зовсім неправдивий контент. Тому за достовірними знаннями ми звертаємося до літератури і наукових досліджень попередників, аби знайти в них інформацію щодо автентичних, «рафінованих» елементів, властивих арабському стилю, корисних при розробці сучасних дизайнерських проектів. В цілому виявлення джерел інспірацій автентичного арабського стилю дозволяє охарактеризувати особливості сучасного проектування в даній стилістиці.

Розглядаючи поняття арабського стилю, ми приділяємо особливу увагу виявленню автохтонних першоелементів, етнокультурних особливостей, характерних для етнічного інтер'єру в арабській стилістиці. Для сучасного фахівця при цьому назріла потреба в інформації, яка була б зібрана в єдине ціле, як абетка, що могла б по-

легшити пошук і обробку інформації для створення сучасних стилізацій, в основі яких лежить наукове вивчення автентичних рис арабських архітектури, мистецтва, дизайну.

На сьогодні на думку більшості вчених, арабське мистецтво не можна вважати етнічним, а, скоріше, слід розуміти його як історико-географічно обумовлене поняття, оскільки воно асимілює різні національні традиції завойованих арабами країн. Адже територію Аравійського півострова з найдавніших часів населяли кочові й осілі араби. Основним населенням Центральної і Північної Аравії були кочові скотарські племена, що називалися бедуїнами – «людьми кочового способу життя» [3].

В ході створення Арабської держави та інтенсивної ісламізації підкорених територій і держав, розташованих на них, – Палестини, Сирії, Месопотамії, Єгипту, Ірину, частини Північної Африки (а саме – країн Магрибу: Алжиру, Марокко та Тунісу) [5], поширення арабської мови і культури, набувало традиційних рис візантійського, єгипетського, перського, елліністичного мистецтва. Лише поступово ця суміш сплавилася в єдине ціле, й з VIII–X століть означені країни стали називатися арабськими [3].

Нині під сучасними арабськими державами розуміються Саудівська Аравія, Оман, ОАЕ, Катар і Кувейт, Бахрейн, Ємен а також південні частини Іраку й Йорданії, Єгипет, частково Ізраїль, Ліван, Сирія. Відповідно, і арабський дизайн, насамперед, стосується виявів в означених країнах.

Тобто, створюючи так звану «абетку» художньої мови арабського стилю, ми можемо виділити властиві арабському інтер'єру характерні риси, що дозволять безпомилково визначати неповторні елементи дизайну інтер'єру в арабському стилі.

Так, типовими для арабської архітектури є куполи, високі вежі-мінарети, ніші міхрабу, правильної форми двори, фонтани і

сади, що утворюють прообраз раю на землі. Важливу роль при цьому відіграють сталактитові склепіння (мукарни і мукарнаси), а також машрабія; підковоподібні, кілевидні, стрілчасті, фестончасті і багатошарові арки, «смугаста» двоцвітна структура кам'яної кладки стін, кахлі та кераміка, різьблення по дереву і стуку, ворсові і безворсові килими, рослинний, геометричний і каліграфічний орнамент з використанням аятів [1], арабески.

До того ж яскраве, сліпуче сонце і піщані пустелі вплинули на колористику арабського мистецтва, в якій виявляться любов арабів до яскравих фарб, природної колірної гами з яскравими насиченими акцентами.

Отже, можна ідентифікувати наступні ознаки арабського стилю:

1) архітектурні елементи (мечеті, купольні дахи, міхраб, мінарети, двори і фонтани, арки кількох видів: підковоподібні, стрілчасті, фестончатим і багатошарові; стільниковий звід – мукарнас, машрабія);

2) орнаменти і арабески (геометричні, рослинні і каліграфічний орнамент з використанням аятів);

3) декоративно-прикладні елементи (різьблення по дереву і стуку; інкрустації перламутром і слоновою кісткою; кахлі, виготовлені технікою майоліка; текстиль і килимарство, меблі й аксесуари);

Список використаних джерел:

1. Али-Заде А. Исламский энциклопедический словарь. М.: Ансар, 2007. 400 с.

2. Веймарн Б., Колпинский Ю. Всеобщая история искусств. Т. II: Искусство средних веков. Книга вторая. М. : Искусство, 1961. 527–LVIII с.

3. Власов В. Архитектура: словарь терминов. 2-е узд., стереотип. М.: Дрофа, 2004. 191 с.

4. Каптерева Т., Виноградова Н. Искусство средневекового Востока. М.: Детская литература, 1989. 239 с.

5. Каптерева Т. Искусство стран Магриба. Средние века. Новое время. М.: Искусство, 1988. 310 с.

6. Машрабия URL: https://www.mashrabiot.co.il/mashrabiot-laying-recommendations. (дата звернення 22.03.2019).

7. Школьна О. Західно-азійські рефлексії у сучасному європейському дизайні інтер'єрів // Сучасне мистецтво. 2017. №13. 230–234.

УДК 75.052 (5-15) «20»

МУРАЛ-АРТ ЙОРДАНІЇ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО АРАБСЬКОГО МИСТЕЦТВА

Шеменьова Юлія Володимирівна
аспірантка кафедри
образотворчого мистецтва
Інституту мистецтв Київського
університету ім. Бориса Грінченка
ORCID ID 0000-0003-0570-3613

Ключові слова: *стріт-арт, мурал-арт, райтер, йорданське мистецтво.*

За останні десятиліття все більш відчутно зростає увага до розвитку художньої культури країн Арабського Сходу, котрі, як і західноєвропейські держави, обертають напрямок розвитку мистецтва на поширення муралів. На відміну від графіті-творів Європи, стінописи йорданських міст у своєму роді є неповторюваними, оскільки наразі репрезентують унікальне явище немусульманського арабського мистецтва, в якому немає жорсткої заборони на зображення людини.

Синтез традиційного й інноваційного підходів у мистецтві країн Арабського Сходу надає стріт-арту Йорданії рис національної самобутності, унікальності та неповторного східного колориту. На сьогодні європейський постпостмодерн майстерно сполучається з класичними арабо-мусульманськими традиціями, створюючи певну синтетичну платформу, спрямовану на розвиток територій, раніше не запліднених персоніфікованим мистецьким екшеном.

Так, культурна самобутність мистецтва Йорданського Хашимітського Королівства виступає певною реакцією на результат змін цивілізацій, які населяли землі у доісламський період. Ві-

домі з них – єгиптяни (2300–1900 рр. до н.е.), гіксоси (1900–1500 рр. до н.е.), кочові племена-аммунітів (1200 рр. до н.е.), вавилоняни (VIII–VI ст. до н.е.), перси (VI–IV ст. до н.е.), греки (332 р. до н.е. – 63 р. н.е.), римляни (64–324 рр. до н.е.) та візантійці (324–640 рр. н.е).

При цьому, з одного боку світ йорданського мистецтва нерозривно переплітається з традиціями ісламської культури й уявленням про Всесвіт, яке почало свій масовий розквіт ще у VII ст. З іншого – тут здавна знаходилось осердя християнства, що накладає на місцеву художню культуру свій відбиток. В результаті боротьби з впливом попередніх цивілізацій на культуру, іслам викорінив іконічні й антропоморфні зображення богів та активно поширив застосування чистих кольорів, створивши власну колірну семантику.

Власне в силу цих обставин, традиції ісламського мистецтва на цих теренах прямо й опосередковано пов'язані з ідеологічною основою культури й цивілизаційного розвитку інших семітських народів, зокрема, юдеїв, а також християн та друзів. Відповідно на землях Йорданії виник своєрідний історико-культурний феномен арабо-мусульманського мистецтва у зорових наративах. При цьому присутність у ньому зображень людей та всіх живих істот – це скоріше всього філософія християн, оскільки ісламська релігія забороняла зображати Аллаха й поклонятися будь-яким зображенням, які належали до сфери образного та божественного.

Оскільки у догматах ісламу світло вже не співвідноситься з образами творця, воно стає оптичним феноменом, створеним природою. Таким чином в арабо-мусульманській культурі воно має декілька іпостасей: сонце, місяць, ранок, зорі, ніч і, власне, саме світло. Крім того відрізняється і символ темряви. Вона не протиставляється світлу, а знаходиться з ним у причинному вза-

эмозв'язку. При цьому головним виражальними засобом мистецтва мусульманського світу виступає колір.

Що стосується його семантики, то першим основним кольором в ісламі вважається білий, котрий трактується, як символ святості й гідності. Другим – виступає жовтий, як символ Всесвіту, сонця, золота, нетлінності й радості. Третій основний колір – червоний, він причетний до світла. На відміну від біблійної символіки, де червоний символізував жорстокість і гріховність, в ісламі – це позитивний знак – сонце, вогонь і кров, як ознака життя, краси і сильних емоцій [3].

Особливого значення надають блакитному кольору та вважають найбільш сприятливим, адже він асоціюється з чистим небом і водою, є символом спокою і добробуту. Таким чином, поєднання вищеозначених кольорів виступає «абеткою для неписемних», ще у ранніх формах ісламо-арабського орнаменту. Зокрема, арабесках, являє собою складний лінійно-геометричний візерунок, побудований на математично точному поєднанні елементів. Так, остання спочатку включала лише рослинні мотиви, з часом митці почали вплітати в її загальну композицію і написи – аяти.

Витоки сучасного мистецького образу йорданських міст та країни в цілому, беруть свій початок ще з 1930-х років, а саме від пори, коли невелика кількість художників знайшла прихисток у столиці Йорданії місті Аммані. Вони поклали початок розвитку йорданського руху сучасного мистецтва.

З-поміж них відомі митці, серед яких Халід Хрейс, Набіль Шехадех, Ясір Дувайк, Махмуд Таха та Азіз Амора. Вони віднайшли своєрідне йорданське художнє вираження та відстоювали власну арабську ідентичність. У другій половині XX століття митці з Північної Африки та Азії обернули арабську каліграфію на один із наймасовіших сучасних художніх рухів даного регіону – «Hurufiyah»,

який у різноманітних проявах поширився на території країни [1]. Таким чином з'явився новий спосіб вираження ідей та поглядів митців через каліграфію – графіті. Власне до останнього митці поступово починають долучати образну складову, створюючи все більше загадкових стінописів.

Сьогодні окремі ансамблі йорданських міст – це «полотно із бетонних стін», для комунікації з нащадками. Стінописи тутешніх поселень насичені сюжетами, що відображають місцеві традиції. Сучасні райтери намагаються створити «новий» образ міста, при цьому прагнуть зберегти національну ідентичність, не відкидаючи знакову колірну символіку. Насамперед, у творчості художників переважають образи мусульманського населення, арабських чоловіків та жінок, що ще 15–20 років тому побачити в арабських містах було б нечувано. При цьому іконографія зображень мусульманських жінок має свою специфіку. Зазвичай художники змальовують останніх з напівзакритим обличчям, або з відкритим, проте, із закритими очима аби вшанувати релігійні почуття мусульман (рис 1-2) [2].

Рис. 1. Графіті в м. Акаба. Невідомий автор. Початок XXI століття

Яскравим прикладом руху до створення образу «нового міста» є мурал «Вигнання» австралійського райтера Fintan Magee. А саме – створений ним образ молодої дівчини, що ніби розривається між двома світами. Її зображення на передньому плані дивиться назовні на невизначене майбутнє, а її фонове відображення – на світ, який вона залишила позаду (рис. 3) [4].

Рис. 2. Joel Bergner. Мурал у с. Заатарі. 2013-2014.

Рис. 3. Fintan Magee. Вигнання. 2016.

Водночас, прикладом «руху вперед» та боротьби за гендерну рівність на даних територіях можемо вважати стінопис «Створіть рівність» від португальського художника Кевіна Ледо. У зазначеному сюжеті автор підкреслює важливе значення співпраці між чоловіками і жінками у процесі боротьби за розширення прав і можливостей жінок у країнах мусульманського віросповідання (рис. 4) [6]. У цьому контексті вартий уваги мурал «Сила» /із зображенням йорданської жінки у символічній монохромно-золотавій гамі від англійського художника Джонатана Дарбі. Слід підкреслити той факт, що мурал створений на будівлі у поселенні Харджа, котра є місцем публічних зустрічей йорданських та палестинських жінок [5].

Рис. 4. Кевін Ледо. Створіть рівність. 2017.

Синтез йорданського, палестинського та черкеського фольклору є у стінописі художника з Лівану Язана Халавані «Пластичний манекен і гібридна фольклорна сукня». Певна річ, мурал-арт Йорданії рухається «в ногу з цивілізацією», хоч і повільніше ніж в Європі. Важливою особливістю творчості художників на цих територіях є висвітлення значимих історичних подій, одна з яких – Велике арабське повстання 1916–1918 рр., що дало основу утворення незалежних арабських держав, а саме Йорданського Хашимітського Королівства. Вагоме значення цієї події підкреслено у сюжеті муралу «100 років», створеному на стіні поліцейського відділу столиці Йорданії м. Аммана, художником Сухаїбом Атаром та Шерміном Савалхом (рис. 5).

Рис. 5. Suhaib Attar. Shermine Sawalha.
100 років. 2016.

«Я роблю все, що можу, де я є, і з тим що у мене є» – такий особливий заклик несе стінопис у м. Мафрак, що є спільною роботою художника Herakut і місцевих дітей. Гасло цінувати своє і бути там де ти є, розвиватись і жити у тому що є, місцева молодь присвячує всім жителям даних територій (рис. 6) [4].

Рис. 6. Herakut. Я роблю все, що можу, де я є, і з тим що у мене є. 2017.

Отже, аналізуючи вище згадані мурали, варто, перш за все, говорити про їх національну самобутність. Закцентувавши увагу на особливості віросповідання та культурних цінностей населення даних територій, можемо зазначити що названі твори мають різну міру і характер глибини сюжетно-тематичної складової. Внаслідок цього формується сучасна модель стріт-арту Йорданії XXI століття, де узагальненість традиційного та інноваційного підходів стала однією з істотних чинників у побудові асоціацій до образу національної самосвідомості населення.

Список використаних джерел:

1. Аль Равашдех Самер. Феномен естетичного у традиційному мистецтві та дизайні Йорданії. Вісник ЛНАМ. 2018. Вип. 35, С. 159–167.

2. На улицах Акабы в Иордании. – [Электорнный ресурс]. – Режим доступа: https://sen-semilia.livejournal.com/2310122.html. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 04.10.2018 р.

3. Символіка кольору в Ісламі. – [Електорнний ресурс]. – Режим доступу: http://www.culturemass.ru/lemas-459-1.html. – Наза з екрана. – Дата звернення 25.03.2019 р.

4. Discover Jordan: Top 8 Beautiful Walls in Jordan . – [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.redbull.com/mea-en/discover-8-beautiful-walls-in-jordan. – Title from the screen. – Last access 07 April 2019

5. Jonathan Darby's Street Art Murals Inspire Jordan's Women . – [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.graffitistreet.com/jonathan-darbys-street-art-murals-inspire-jordans-women-2016. – Title from the screen. – Last access 07 April 2019

6. Kevin Ledo. – [Electronic resource] – Mode of access: http://www.kevinledo.com. – Title from the screen. – Last access 06 April 2019

УДК 7.012

ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ЛАНДШАФТНОГО СЕРЕДОВИЩА У ВІРТУАЛЬНІЙ РЕАЛЬНОСТІ

Клівак Владислав Світозарович
аспірант І року навчання аспірантури
за спеціальністю 022 Дизайн
Київського національного
університету культури і мистецтв

Ключові слова: *віртуальна реальність, дизайн, моделювання*

Віртуальна реальність – це штучно створена модель реальності, що проектується за допомогою технічних засобів і 3D моделювання. Віртуальну реальність можна назвати поглибленою мультимедійною або комп'ютерною реальністю, що повторює середовище, яке імітує фізичну присутність у місцях реального світу або уявного світу. При цьому така цифрова реальність дає змогу користувачеві взаємодіяти з цим цифровим світом так, ніби він взаємодіє з реальним світом [1].

Майбутнє VR залежить від вмісту, для якого вона створена. Більшість сучасних досліджень цієї технології є просто симуляцією реального життя, оскільки цей спосіб представлення інформації є новим. Однак після того, як він закріпить своє становище в різних сферах, зміст буде адаптовано до різних специфікацій розробок. Цей наступний етап потребуватиме нових дизайнерських рішень, тому зараз важливо створити та описати базові практики для майбутньої розбудови цієї технології.

Таким чином, враховуючи безперервний розвиток і швидкий прогрес у цій сфері, потрібно означити особливості моделювання VR, для того, аби успішно використовувати цю нову технологію [2].

Однією з таких особливостей є врахування позиції горизонту. Для того, щоб користувач почував себе комфортно у віртуальному середовищі, дизайнеру потрібно зберігати таку ж межу між землею та горизонтом, як і у реальному, фізичному житті.

Атмосферна перспектива може допомогти користувачам зрозуміти масштаб віртуального середовища, що робить його більш природним. Концепція цього явища проста: «Чим далі знаходиться об'єкт, тим через більшу кількість повітряних частинок ми дивимось на нього, об'єкти які знаходяться далі, виглядають менш чіткими і, відповідно, більш розмитими, ніж близькі об'єкти». Таке поступове зникнення ландшафту є хорошим прикладом глибини та відстані [3].

Особливості відображення ландшафту теж відіграють важливу роль у проектуванні. Їх можна розбити на 8 основних категорій [4]:

- Земля рідко є відкритим середовищем, зазвичай ця площина містить багато об'єктів. Відкриті середовища дозволяють пересуватися у будь-якому напрямку над землею.
- Шлях дає пішохідний рух з одного місця на інше, між іншими об'єктами місцевості.
- Перешкода – будь-який об'єкт, який дає зіткнення.
- Бар'єр – це специфічна перешкода, яка, як правило, блокує зір, а також рух.
- Водна межа запобігає переміщенню пішохода.
- Край скелі – це небезпечна зона, пішохідні тварини уникають цих місць.

• Крок – це розташування сусідніх кроків, які дозволяють як спуск, так і сходження.

• Схил може дозволити або не дозволити рух пішоходів залежно від кута і текстури землі.

Використання цих особливостей можна застосовувати під час проектування віртуального середовища. Вони дадуть можливість для більш природніх відчуттів у людини, тобто таких, які людина отримує у реальному житті, а саме таких, які люди отримують за допомогою своєї інтуїції.

У віртуальній реальності зміна навколишнього середовища відбувається поступово та не потребує багато зусиль. Однак для користувачів ця зміна може викликати певні труднощі. Для того, аби людина комфортно входила в нове віртуальне середовище, можна застосувати звуковий ефект під час зміни середовища. Це допоможе будувати образ середовища за допомогою звуку, знижуючи шоковий фактор [5].

Ще одним принципом є керування користувача за допомогою об’єктів. Навігація через певний шлях у віртуальному середовищі може бути ускладненою без використання звичайних способів пошуку елементів інтерфейсу і це може порушити «занурення». Щоб запобігти цій ситуації, необхідно вказувати шлях за допомогою різних природніх об’єктів, щоб зберегти правдоподібність місця. Ці підказки повинні бути контекстуальними.

Також, якщо не всі об’єкти інтерактивні, користувачу слід давати підказку, з якими об’єктами він може взаємодіяти. Для цього можна додати контекстну сітку, або різні ефекти світла та звуку, чи навіть зміни форми.

Отже, на прикладі моделювання ландшафтного середовища ми виявили особливості, які варто враховувати дизайнеру віртуальної реальності. Успішність проекту буде забезпечена тим краще, чим

дизайнер ретельніше врахує паралелі з самою реальністю, ті особливості, які є звичними у житті. У даному разі це врахування повітряної і лінійної перспективи, подолання дискомфортних відчуттів при зміні середовища за допомогою звукового сигналу чи контекстуальних підказок тощо. А також доходимо висновку щодо самої віртуальної реальності, яка виникає як нове середовище з потенціалом, який має такий же сильний вплив, як радіо чи телебачення в минулому столітті. Тому на часі є розробка нових рішень: потрібно побудувати основи інтерфейсу, досвіду та взаємодії, специфічні для цього середовища.

Список використаних джерел:

1. Що таке VR, AR та MR і яка різниця між ними. – [Електронний ресурс] Режим доступу: https://nachasi.com/2018/08/23/shho-take-vr-ar-ta-mr/ – Назва з екрану. – Дата звернення 07.04.2019

2. Virtual reality: an overview of User-related Design Issues. – [Electronic resource] – Mode of access: https://academic.oup.com/iwc/article/abstract/11/4/375/734515 – Title from the screen. – Last access 06 April 2019.

3. Moggridge, Bill. Designing Interactions. Cambridge, MA: The MIT Press, 2007. – 320 с.

4. Gibson, James J. The Ecological Approach to Visual Perception. New York, NY: Psychology Press, 2015. – 290 с.

5. Goldstein, E. Bruce. Sensation and Perception. 9th ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing, 2013. – 210 с.

УДК 712

ЕКОЛОГІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК ОЗДОРОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ ЛЮДИНИ І ЕЛЕМЕНТ ГОСТИННОСТІ

Дубовий Олексій Володимирович,
кандидат сільськогосподарських наук, доцент кафедри дизайну технологій Київського національного університету культури і мистецтв
Дубовий Володимир Іванович,
доктор сільськогосподарських наук, професор, старший науковий співробітник, завідувач кафедри загальної екології Житомирського національного агроекологічного університету

Ключові слова: *екологічний дизайн, ландшафт, природа, гармонія*

Мистецтво дизайну – одна з найважливіших сфер сучасної художньої культури. Це специфічна форма художнього відображення й пізнання світу. Методи дизайну поєднують споживацькі та естетичні якості предметів і об’єктів, призначених для безпосереднього використання людиною, з їх оптимальною структурою, технологією виготовлення, активно впливають на вирішення таких проблем як функціонування виробництва й споживання, комфортне існування людей у предметному світі, відображає матеріальну й духовну діяльність людини.

Екологічний дизайн є популярним сучасним напрямком. Більшість нових будівель завжди враховують екологічний дизайн. Сенс такого дизайну в максимальному наближенні середовища проживання до природних умов, це може по-різ-

ному виражатися і підходить не тільки для житлових будівель, а й для офісів [1].

Абсолютно новий напрямок у дизайні, екологічний дизайн, з'явився в останньому десятилітті минулого століття та став відображенням людських прагнень до гармонійної взаємодії суспільства і навколишнього середовища. У такому інтер'єрі вважається негуманним застосовувати ненатуральні матеріали. Основною ідеєю екологічного дизайну інтер'єру є підкреслити бажання господарів цінувати дари навколишнього світу, яке виявляється у створенні натурального інтер'єру. У такому оточенні людина починає відчувати єднання з навколишнім світом, і відпочиває від повсякденної метушні.

Людина працюючи з рослинними об'єктами , вивчаючи їх властивості росту і розвитку часто звертала увагу на окремі зразки рослин, їхню архітектоніку. Наскільки вона була виточена, виділялась красою, і надзвичайно стійкою проти природних катаклізмів (вітрів, сильних ливневих опадів, високих і низьких температур).

Так мабуть не всім відомо, що автор Кришталевого палацу Джозеф Пакстон, в молодості любитель-садівник, взяв участь в конкурсі на розробку проекту ярмаркового павільйону для Всесвітньої виставки в Лондоні в 1851 році. Властиве йому почуття новизни, гаряче бажання затьмарити конкурентів – все спонукало його шукати епохальні рішення. Йому бачилася споруда, яка, незважаючи на свої гігантські розміри, не сприймалася б як щось важке і незграбне, а навпаки, здавалася б майже порівняно тендітною. Це повинна була бути конструкція, яка дозволила б економно витрачати будівельні матеріали і широко застосовувати скло. У той же час вона повинна була бути досить міцною, з тим щоб повністю відповідати вимогам, що пред'являються до таких споруд. В архітектурі не було аналогів для подібного проекту, бо нове не має зразків для

наслідування. Відомо, що інженери, будівельники мостів, вже протягом майже цілого століття на практиці демонстрували конструктивні переваги і високу несучу здатність сталевих конструкцій.

Сам Пакстон побудував в 1837 р. найбільшу для того часу оранжерею зі скла і сталі. Але подібні інженерні рішення не можна було беззастережно переносити в галузь створення великих споруд павільйонного типу. Якби при зведенні таких будівель стали використовувати лише важкі ферми, які застосовуються при будівництві мостів, то будівлі вийшли б надто масивними і громіздкими. Творіння ж Пакстона належало бути витонченим і легким. І тут колишній садівник-любитель згадав про таку собі рослинну конструкцію, яка поєднувала в собі, з одного боку, малі витрати будівельних матеріалів, а з іншого – високу стійкість і настільки ж високу вантажопідйомність.

Округлі листя Вікторії регії досягають в діаметрі до 2 метрів. Незважаючи на незначну товщину, вони досить міцні, щоб витримати вагу дорослої людини. Своєю високою міцністю листя зобов'язані тому, що їх нижня поверхня укріплена свого роду балками. Від центру аркуша променями, що нагадують спиці в колесах, розходяться в різні боки товсті, сильно виділені жилки, які в міру наближення до краю листа стають все більш плоскими [2].

Природа споконвіку створює колони, які в принципі сконструйовані так само раціонально, як і ті армовані сталлю бетонні опори, з якими людина знайома протягом трохи більше 100 років. Бетон добре протистоїть стисканню, але погано переносить значні навантаження, по розтягуванні. Однак якщо бетон армувати сталлю, яка стійка до розтягуючих навантажень, то вся конструкція знайде ту високу міцність і довговічність, які притаманні, наприклад, великопролітні автодорожні мости. Зрозуміло, сталева арматура в залізобетонних конструкцій повинна розташовуватися там, де ви-

никають найбільші навантаження на розтягування. У тій бетонній плиті, про яку йшла мова вище, армувати слід її нижню частину. Навпаки, в разі вільнонесучого балкона арматура повинна бути поміщена в верхньому шарі бетонної плити [2].

Слід відмітити, що винахідник залізобетону не був ні інженером, ні архітектором. Ним виявився французький садівник Ж. Моньє. У 1867 році, намагаючись виготовити для своїх квітів діжки з цементного розчину, він вперше застосував каркас з металевої сітки. Але і він не «винайшов», а скоріше «відкрив» залізобетон, бо, будучи садівником, Ж. Моньє не міг не бачити, яким чином рослини посилюють свої несучі конструкції [2]. Саме такі рослинні рішення були покладені в основу будівництва Ейфелевої вежі у Франції, яка є культувою в цій країні.

Історія природознавства свідчить, що чим екстремальніші умови росту і розвитку рослин, тим геніальніша і різноманітніша пристосовність рослин до примх навколишнього середовища. Нерідко пристосування заходить настільки далеко, що зовнішнє середовище починає повністю визначати форму рослини. І тоді рослини, що відносяться до різних сімейств, але живуть в одних і тих же суворих умовах, часто стають фенотипово настільки схожими один на одного, що це може ввести в оману щодо істинності їх родинних зв’язків. Наприклад, в пустелях областях для кактусів, найбільш раціональною виявилася форма кулі. Однак не все те, що має кулясту форму і шипи-колючки – кактуси. Настільки така така доцільна конструкція, що дозволяє вижити в найтяжчих умовах пустель і напівпустель, виникла і в інших систематичних групах рослин, які не належать до сімейства кактусових. І навпаки, кактуси не завжди мають форму кулі і густо розміщені колючки. Колючки на кактусах здатні притягувати вологу із повітря, шляхом електризації їх від сильного вітру.

Будівництво житлових будинків (юрт) в Монголії це також підтвердження раціоналізму запозиченого людиною в природи, щодо протистояння низьким теипературам і сильним вітрам.

Використання пшеничних стебел (соломи) успішно використовувалось, а в даний час удосконалюється, в Україні при будівництві дахів в основному сільських житлових будинків, які надзвичайно ефективно захищають будівлю від перегріву влітку і зберігають тепло зимової пори. Головні убори і взуття із соломи є культовими елементи українського етносу, перелік таких прикладів можна продовжити, але очевидним є те, що жити в повній гармонії з навколишнім середовищем – значить вивчити і запроваджувати в повсякденне життя його закони.

Таким чином, організм, який живе в повній гармонії з навколишнім середовищем, правильно реагує на ті зміни, які відбуваються в природі. Саме так поводяться рослини, пристосовуючись до умов конкретної екологічної ніши.

Можливо в майбутньому не так важливо людині бути залежною від техніки, а краще було б, щоб машини допомагали людині адаптуватися до її природнього оточення, тобто пристосувати техніку до людини без будь-якої шкоди в цілому для природи і для її здоров'я зокрема.

Список використаних джерел:

1. Дубовий В., Дубовий О. Екологічна культура / В. Дубовий, Дубовий О. – Херсон: Грінь Д.С. –2016. – 256 с.

2. Патури Ф. Растения – гениальные инженеры природы / Ф. Патури / Пер. с нем. Ю. Куколева, под редак. Б. Степанова. – М.: «Прогресс». –1979. – 312 с.

УДК 7.012

ДО ПРОБЛЕМИ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Харкова Наталія Юріївна,
аспірант І року навчання аспірантури
за спеціальністю 022 Дизайн
Київського національного
університету
культури і мистецтв

Ключові слова: *архітектура, дизайн архітектурного середовища, органічна архітектура, свідомий підхід до проектування.*

Спостерігаючи за проявами сучасної архітектурної думки щодо просторової організації автор намагалась прослідкувати витоки різних тенденцій у сучасному підході до творення архітектурних форм і рішення просторових задач.

У Нью-Йорку в Музеї сучасного мистецтва (MOMA) 1932 р. під час виставки «Сучасна архітектура: інтернаціональна виставка» вперше був введений термін «Інтернаціональний стиль» [1]. Куратором виставки був критик Генрі-Рассел Хічкок та випускник відділення філософії Гарвардського університета Ф. Джонсон. Вони окреслили три основні принципи інтернаціонального стилю, а саме: а) створення простору та об’єму, а не маси; б) надавати перевагу балансу, а не симетрії; в) зникнення класичних декоративних елементів орнаменту [1].

Ці характеристики дуже загальні і можуть бути використані у зв’язку з такими явищами в архітектурі як функціоналізм, брута-

лізм, раціоналізм та конструктивізм. Також під цю характеристику частково відносять протилежні до вищезгаданих, явища архітектури за змістом, як органічна архітектура, а саме роботи Ф. Л. Райта (рис. 1) та Ееро Саарінена, Алвара Аалто.

Загальність терміну обумовила, як ми бачимо, різні варіації розуміння суті чи напрямку розвитку архітектурної думки. Також його можна зрозуміти і як зіставлення формальних прийомів, що легко можна пізнати, для створення стандартних архітектурних форм, а не знакових будівель.

Коротко спробуємо окреслити ці формальні прийоми, які сформулював Ле Корбюзье у журналі «L'Esprit Nouveau» у 20-ті роки XX-го ст, а саме: круглі колони на противагу стіновій конструкції, вільне планування, плоскі дахи і сади на дахах, білі стіни, стрічкові вікна, довільне оформлення фасаду [2]. Таким чином пропагувався універсальний підхід для світового використання, не зважаючи на місцеві особливості, спираючись на нові можливості технічного прогресу та звільнення від диктатури попередньої традиції в архітектурі. Перефразовуючи, тепер, ми вільніші ніж у попередні століття, завдяки технічному прогресу щодо вибору конструктивних рішень у будівництві та у виборі архітектурних форм. І, може здатися, вже не має такої життєвої необхідності у використанні типових, традиційних для даної місцевості конструктивних і планувальних рішень.

Розглянемо творчість Р. Мейєра. Однією з хрестоматійних будівель зодчого є Музей прикладного мистецтва у Франкфурті-на-Майні, в якому його абстрактний стиль досяг найвищої зрілості. Ця будівля суттєво вплинула на розвиток архітектури 1990-х рр. У його будівлях особливо яскраво використовувалась метафора порядку і ясності, що протиставляється хаосу штучного оточення. Мейєр продовжив напрямок романтичного модернізму, батьком якого був

Ле Корбюзье [2]. Проте постає питання: чи дійсно винайдено універсальний підхід до вирішення художніх та об'ємно-планувальних рішень, та чи однаково адекватно будуть такі будівлі виглядати у існуючій забудові міста чи у природньому ландшафті?

У контексті історичного центру міста, наприклад. Розглянемо будівлю Штадхауз (рис. 2), що збудована у 1994 р. на головній площі м. Ульм, Німеччина поблизу визначної пам'ятки архітектури Мюнстер-собор 1377-1890 рр. серед історичної забудови міста. За відгуками пересічних туристів-глядачів, такому архітектурному рішенню майже одноголосно виноситься вирок недоречності, і протестують проти відсутності зв'язку з реальністю, а отже і відсутності наміру задовольнити їх потреби в такій концепції.

І для порівняння наведемо у приклад деякі роботи з доробку відомого іспанського архітектора Антоніо Гауді, творчість якого продовжує надихати місцевих жителів та туристів з усього світу (рис. 3). Також на думку автора варто приділити увагу ще італійському архітектору Карло Скарпа, 1906-1978 рр. (Рис. 4).

Схожість трьох архітекторів у неповторному, своєрідному, геніальному, майстерно пропрацьованому творчому доробку. Відмінність очевидна. Автор протиставляє творчість Мейєра та творчість Гауді і Скарпа.

Варто замислитись про цінності та загальнозначущі принципи, модні тенденції та їх вплив, які визначають спрямованість художньо-проектної діяльності в архітектурі та дизайні середовища, про мотивацію вчинків творців – проектантів, замовників, будівельників та експертів галузі культури та мистецтва. Тобто мова йде про відповідальність творців (замовник-проектант-будівельник-майстер-ремісничий) архітектури та дизайну середовища перед користувачем і нащадками. Постають питання:

а) чи може становити небезпеку для людської свідомості,

а значить і для людини в цілому та її розвитку, архітектурний об'єкт чи робота дизайнера, навіть запроектовані і втілені в рамках державних будівельних норм та економічного кошторису, в формальних рамках відомого стилю?

б) чи існують принципи, не зазначені у нормах та кошторисах, які не протирічать авторському стилю, застосування яких у художньо-проектній практиці, становить небезпеку чи, навпаки, здатні підвищити якість простору з точки зору користувача /замовника?

З наведених прикладів ми бачимо, що існують небезпека для суспільства поверхневого формального дотримання стилю та принципи, що здатні підвищити якість простору з точки зору глядача. Виявлення і освітлення цих принципів і є одною з перспектив поглиблення даного дослідження.

Найперше, можливо, що приходить на думку при обговоренні поставленої проблеми, що засуджуються автором модні і новітні тенденції, творчі експерименти з кольором, просторовими рішеннями, неусвідомленими чи свідомими меседжами художніх образів архітектурних об'єктів та дизайнерських рішень чи без них, які служать авторському стилю. Ми не виступаємо проти творчості як такої та експериментів, проте вважаємо, що творчість має допомагати вирішувати проблеми суспільства, та не створювати їх, а експерименти можуть слугувати знаходженню нового, хоча і в цьому треба мати міру.

При відштовхуванні від спільних узагальнених принципів і, маючи різне світобачення, митці-архітектори та дизайнери доходять до діаметрально-протилежних результатів. Так, сформулювавши нові принципи сучасної архітектури на початку XX-го ст. на базі свідомого підходу, що проявився у роботах органічних архітекторів, таких як Ф. Л. Райт, пройшли крізь спрощення та узагальнення, дійшли до різних проявів у художньому осмисленні.

Рис. 1 Дім над водоспадом, США, 1936-1938рр

Рис. 3. Вхідна група дому Міла, Барселона.

Рис. 4. Павільон Венесуели на Венеціанському бієнале. Венеція, Італія.1953-1956 рр.

Рис.2. Штадтхауз, Ульм, Германия, 1994

Список використаних джерел:

1.Hitchcock H-R.; Johnson P. The International Style (1932). New York: W. W. Norton & Company, 1997

2.Известные архитекторы. Мастера архитектуры. Карло Скарпа. Carlo Scarpa. Италия. [Электронный ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://architime.ru/architects/a_carlo_scarpa.htm. – Загл. с екрана. – Дата обращения 04-04-2019

УДК 7.012

ЛЕТТЕРИНГ У ДИЗАЙНІ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА: ДО ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕНЬ

Бараняк Богдан Романович,
викладач кафедри дизайну середовища, аспірант Львівської національної академії мистецтв

Ключові слова: *леттеринг, інтер'єр, акцидентний шрифт, типографіка*

Протягом декількох десятиліть використання в інтер'єрі шрифтів та каліграфії стало своєрідною традицією. Леттеринг перетворився в актуальний тренд у сучасному дизайні середовища. З кав'ярень цей напрям перейшов у оформлення інтер'єрів ресторанів, офісів, а згодом в сучасні житлові простори. У цілому леттеринг можна назвати видом мистецтва каліграфії, тобто естетичного і правильного написання букв і слів на поверхні. Популярна тенденція використовувати текстові фрагменти не обмежується лише розписом від руки.

У першу чергу слід акцентувати увагу в дослідженні на тому, що тема леттерингу в дизайні предметно-просторового середовища в сучасній науковій літературі висвітлена недостатньо і вкрай обмежено. Тому, насамперед, звернемось до досліджень, присвячених розвитку каліграфії та шрифтів у мистецтві та дизайні. Найбільше інформації знаходимо в дослідженнях сучасної реклами.

Естетичні проблеми шрифту тісно пов'язані з комунікативними завданнями, тому цій темі присвячено багато теоретичних публікацій. Серед таких джерел слід зазначити роботи естонського графіка В. Тоотса «Сучасний шрифт» і німецького дизайнера-графіка А. Капра «Естетика шрифту».

В. Тоотс докладно подає історію шрифту, зокрема говорить про таку його якість, як декоративність. Він відзначає, що декоративні алфавіти можуть виступати як самостійні твори в декоруванні мистецтва й дизайну. А. Капр розглядає естетичний вплив шрифту, розкриває художньо-практичні питання створення шрифту, його подальший розвиток, а також роль каліграфії в мистецтві шрифту. Такі автори, як В. Малов, С. Смирнов, М. Спиров, Л. Проненко, О. Дербилова, розглядають каліграфію як проміжну ланку між рукописним і друкованим шрифтом у контексті історичного розвитку писемності і письма. Окремо також виділимо праці названих авторів, які, окрім історії шрифтів, досліджують акцидентні шрифти, що імітують рукописний шрифт. У роботах названих авторів йдеться про важливість написання шрифту, тобто про техніку й інструменти.

Естетичний вплив шрифту на формування сучасного дизайну середовища розглядають М. Большаков, Г. Баришніков,

М. Таранов, В. Лесняк. Робота В. Лесняка найбільш актуальна в контексті дослідження, оскільки в ній представлений акцидентний шрифт як елемент рекламного повідомлення й виявлені деякі його характеристики, такі як асоціативність і зображальність. Такі автори, як Г. Баришніков, М. Коврижeнко також розглядали вплив комп'ютерних технологій на формоутворення шрифту, вважаючи, що малюнок шрифту залежить від призначення, отже, використання шрифту повинне відповідати техніці його застосування.

У працях відомого графіка В. Фаворського розкрито особливості кириличної шрифтової системи. Автор звертає увагу на конструкцію букви, окремі засоби гармонізації форми шрифту, розкриває значення ініціалу в книжковому мистецтві. Про принципи побудови шрифтів йдеться також у роботах С. Телінгатера, М. Таранова, А. Шицгала, М. Большакова.

У роботі німецького графіка, педагога Е. Рудера «Типографіка» показано важливість застосування акцидентного шрифту в сфері реклами. Привернути увагу споживача на «ярмарку ідей та виробів», на думку автора, можна на основі вибору з великої кількості різноманітних шрифтів, що найбільш підходять для цілей рекламної продукції, й з їхньою допомогою розіграти й інтерпретувати текст. Шрифт як засіб реклами розглядається також у роботах

М. Таранова, М. Ковриженко, В. Лесняка.

Графіки-практики М. Таранов і М. Жуков у своїх роботах розділяють шрифти на набірні та акцидентні відповідно до сфери типографіки. Зокрема, М. Жуков вважає, що використання шрифту не обмежується винятково сферою книжкової графіки. Латвійський майстер акцидентного набору Ю. Фрідман розглядає акциденцію в типографіці, порівнюючи її з образотворчим мистецтвом.

Послідовно розглянуто дослідження цих графічних знаків у роботах відомих учених, теоретиків, графіків: В. Тоотса, В. Ляхова, І. Гельба, І. Фрідріха, М. Таранова, М. Кагана, В. Міріманова, В. Істріна, Дж. Мерна, В. Холлічера, О. Фрейденберг, В. Стасова, Г. Вздорнова, В. Фаворського, В. Щепкіна.

Історія розвитку письмового знаку пов’язана з виникненням такого унікального виду графічного мистецтва, як акцидентний шрифт. Він виник, як і будь-який геометричний знак, символ, орнамент, у результаті «стилістичної еволюції» натуралістичного зображення. За твердженням естонського графіка В. Тоотса, «пік-

тографія» була початковим етапом у розвитку писемності всіх народів світу. Давнє піктографічне письмо не мало канонічних знаків і стабільної структури повідомлення. Фігуративне мистецтво, починаючи з примітивних зображень, пройшовши ряд послідовних етапів, дійшло до спрощення, стилізації, а потім поступово перетворилося в легко відтворюваний пластичний символ, що добре розпізнається. Стилізовані зображення тварин і людей повною мірою виявили себе надалі в акцидентних шрифтах. Аналіз наведених досліджень дає можливість вважати піктограму одним із прообразів акцидентного шрифта.

Зображальні, пластичні й виражальні можливості латиниці — як складальної, так і каліграфічного письма, — досліджено досить ґрунтовно. Їм присвячені чудові альбоми провідних фахівців у цій галузі — досить назвати імена А. Капра, Г. Цапфа, Я. Чіхольда, В. Тоотса. В той же час кирилиці та проектуванню сучасних шрифтів на її основі серйозну увагу приділяють лише болгарські спеціалісти (В. Йончев та ін.).

Якщо до історії українського шрифту трохи дотикаються книги Г.Логвина «З глибин», Я.Запаска про Івана Федорова, П. Білецького про Нарбута, а також низка видань з української палеографії, то естетичні проблеми української каліграфії, аналіз її мистецьких особливостей та спромог, роль і місце каліграфії в просторі національної культури, зміна її графіки в часі — все це досі є біла пляма в історії української культури.

У загальнотеоретичному осмисленні теми дослідження ми звернулись до праць українських та зарубіжних теоретиків і практиків, а саме: О. Боднара, В. Даниленка, В. Косіва, К. Кондратьєвої, В. Сидоренка, С. Сєрова, О. Черневич, А. Капра, Г. Цапфа, Я. Чіхольда, В. Тоотса та ін.

В. Криштопайтіс розглядає знаково-символічний зв'язок між мисленням і графічними зображеннями чи шрифтами. Вказує на не лише усвідомлене сприйняття тексту людиною, а й підсвідомі процеси сприйняття шрифту. Візуалізації текстового повідомлення присвячена монографія «Текст і контекст у графічному дизайні: (актуальні проблеми та тенденції візуалізації тексту)» дизайнера-графіка К. Лаврентьєвої.

Огляд спеціальної літератури дозволив з'ясувати, що в публікаціях, присвячених шрифту, подано історію його розвитку, окремі своєрідні функції, такі як, наприклад, роль у рекламі, поліграфії, типографі ці й частково в дизайні предметно-просторового середовища. Акцидентний шрифт розглядається з позицій, пов'язаних з оформленням текстів і рекламних повідомлень у межах акцидентного набору. Художньо-образні особливості й принципи формоутворення акцидентного шрифту в цих джерелах не представлені або висвітлені дотично.

Принципи акцидентного шрифта сучасні дизайнери використовують у леттерінгу. Засновником леттерингу був Ісидор Ізу (Іоан – Ісидор Гольдштейн, 1925 – 2007) – французький поет, кінокритик, кінорежисер і артист, який іммігрував з Румунії. Засновник авангардистського напрямку під назвою леттеризм, корені якого сягають в дадаїзм і сюрреалізм, в переробку і переосмислення цих напрямків.

Визначальна особливість леттерингу – акцент на графічній складовій. Сучасний леттерінг має небагато спільного з класичною каліграфією: середньовічною європейською, далекосхідною китайською та японською. Каліграфія сьогодні тісно пов'язана з ілюстрацією, рекламою, використовується для створення дизайну веб-ресурсів, фірмового стилю і логотипів.

Леттерінг в інтер'єрі – це не тільки букви, написані на дошці чи стіні, але і цілий напрямок в декоруванні кімнат за допомогою букв і літерних принтів.

Леттеринг застосовують не тільки на площині стін чи стелі інтер'єру. Текстове оформлення впевнено переходить в об'ємний предметний дизайн приміщення. В інтер'єрі сучасна каліграфія застосовується для декорування стін, стелі та підлоги, вікон, предметів побуту та меблів. Мурали з каліграфічними композиціями набули поширення в екстер'єрі. Вони виконуються не лише на класичній для муралів поверхні – стінах, а часто на поверхні дахів. Окремі об'єкти, декоровані каліграфічними композиціями, являють собою як окремі арт-об'єкти, так і слугують декором для середовища. Про каліграфію писали свої розвідки і книги автори: Ю. Гордон, О. Королькова і Л. Проненко.

Попри те що, леттеринг на сьогоднішній день є одним з актуальних видів декорування інтер'єрів, галузь є недостатньо дослідженою. Водночас явище леттерингу вимагає сьогодні проведення повноцінного дослідження, ґрунтовного аналізу та формування методологічної бази з метою активного застосування на практиці в сучасному професійному дизайні.

Список використаних джерел:

1. Лесняк В. Графический дизайн (основы профессии). Харків: Индекс Маркет. 2011. 416 с.

УДК 378.183

ГЕНЕРАЦІЯ НОВИХ КОСТЮМНИХ ФОРМ ЗА ДОПОМОГОЮ СИМЕТРІЇ

Вороніна Марина Вікторівна,
кандидат педагогічних наук,
старший викладач
кафедри дизайну і технологій
Київського національного
університету культури і мистецтв
ORCID ID 0000-0003-3838-7194

Ключові слова: *костюмна форма, різновиди симетрії, ескізна розробка, алгоритм генерації.*

На студентських конкурсах модного одягу можна спостерігати втілення найзухваліших пропозицій щодо майбутніх форм. Однак, більшість пошуків залишається на поверховому, фактурному рівні. Поза увагою майбутніх дизайнерів одягу, як правило, залишається такий продуктивний метод генерації нових костюмних форм як симетрія. Вважаємо актуальним розглянути репрезентацію алгоритму генерації зображень нової костюмної форми із застосуванням різноманітних груп симетрій.

У сучасній науковій та художній практиці симетрію й асиметрію розглядають як засіб зовнішньої організації форми, а також як метод або принцип морфологічної будови окремих явищ, форм і навіть процесів [1; 5]. Потрібно також враховувати аспекти симетрії як явища – у разі чіткої математичної закономірності; або – як ідеї, за допомогою якої людина протягом століть намагається осягнути і створити порядок, красу і досконалість.

У мистецтві поняття симетрії й асиметрії пов'язані із просторовим аспектом художньої форми, тому найбагатший прояв існуючі групи симетрій отримали в області архітектури, дизайну, орнаменту, а також в костюмі як одному з видів декоративно-прикладного мистецтва [6].

Форму костюма фахівці [2; 3] розглядають як процес просторового переміщення елементів в заданому напрямку, як властивість певних законів руху. У процесі такого руху елементи форми розташовуються як у відносинах рівності, тотожності, так і в стосунках відмінності. Тотожне розташування елементів відноситься до симетричних перетворень, асиметрична організація характерна для елементів форми, розташованих у відносинах відмінності.

Розрізняють такі групи симетрії – класичну (ортогональна), афінну, симетрію подібності та криволінійну симетрію [4].

У класичній симетрії перетворення змінюють просторове положення всіх точок однієї форми (висхідного елементу) щодо площини симетрії / осі симетрії / центру симетрії. При цьому метричні властивості висхідного елементу (довжина тримірних відрізків, кути між ними) залишаються незмінними. Перетворення класичної симетрії проявляються як три види рівності: дзеркального відображення, переносної сумісності, повороту на площині та в просторі.

Афінна симетрія демонструє перетворення, які полягають у зміні просторового розташування висхідного елементу з одночасними однорідними деформаціями форми (чи її окремих частин) відносно вертикальної осі. Афінна симетрія проявляється в трьох видах: розтягуванні, стисненні або зсуві. При цьому загальний абрис форми вважають незмінним, проте пропорції висхідного елементу зазнають певної похибки – форма подовжується, скорочується або зміщується у напрямку та на величину зсуву (як кута між напрямком осі і нормаллю до площини переміщення).

Перетворення симетрії подібності можна вважати окремим видом афінної групи, при якому відбувається «передбачене» загальне зростання/зменшення висхідного елементу під час паралельного чи спірального руху. Запрограмована загальна деформація симетрії паралельного руху («операція К») побудована в межах напрямних осей, що під певним кутом перетинаються в «особливій» точці. Саме в цій точці форми зникають; в свою чергу ті форми, що віддаляються від «особливої» точки – збільшуються до нескінченності. Деформація симетрії подібності спірального руху («операція L») являє собою ускладнений послідовний поворот висхідного елементу щодо осі повороту на певний кут з одночасним збільшенням або зменшенням масштабу.

У криволінійної симетрії розглядаються форми, отримані від висхідного симетричного елементу шляхом операцій здавлювання, вигину, зламу або скручування. В результаті перетворення криволінійної симетрії в місцях вкладання зусиль осі і площини висхідного елементу перетворюються в складні, ламані, криві лінії і поверхні. Деформації підвидів криволінійної симетрії докорінно змінюють пластику висхідного елементу.

З оглядом на різновиди симетрії з метою генерації нових зображень костюмної форми на етапі ескізної розробки ми пропонуємо студентам, майбутнім дизайнерам одягу, спиратися на такий алгоритм:

1) вибрати висхідний елемент;
2) зафіксувати контрольні рівні;
3) уточнити зони перетворення (деформації);
4) встановити конкретний підвид симетрії;
5) визначити математичні основи обраного підвиду симетрії;
6) конкретизувати додаткові параметри обраного підвиду симетрії;
7) виконати необхідні операції.

Стисло прокоментуємо кроки запропонованого алгоритму. Перш

за все необхідно, визначивши геометричний вид, обрати висхідний елемент і зафіксувати його вертикальну вісь у нерухомому стані. Для цього поєднують основні тектонічні точки висхідного елементу горизонтальними лініями, отримуючи «контрольні рівні» початкового зображення. Саме таке членування надає можливість спостерігати за окремими зонами (частинами) висхідного елементу.

Встановлення підвиду (операції) симетрії дає підстави для визначення математичної основи симетрії (одного з чотирьох елементів симетрії, відносно якого може відбуватися перетворення: центр симетрії, вісь симетрії, площина симетрії чи вісь гомології).

Уточнені додаткові параметри кожного з підвидів симетрії конкретизують виконання подальших необхідних дій: відстань до математичної основи симетрії; кут і напрямок поворотів; крок переміщення; положення «особливої» точки; місце, напрямок і величина прикладеного зусилля тощо.

Практика свідчить, що дотримання розглянутого алгоритму гарантує побудову нового зображення костюмної форми будь-якої складності.

Запропонований алгоритм апробований у навчальному процесі Луганської державної академії культури і мистецтв й Приватного закладу вищої освіти «Арт академія сучасного мистецтва імені Сальвадора Далі» на етапі ескізного проектування в межах дисциплін «Архітектоніка та композиція костюму» та «Основи формоутворення».

За нашими спостереженнями, тема симетрії викликає чималі труднощі у більшості майбутніх дизайнерів одягу. Ймовірно, це пов’язано з виключенням зі шкільної програми предмета «Креслення» та прогалинами у математичній підготовці більшості студентів. Однак цікаві дизайнерські рішення, отримані студентами за допомогою запропонованого алгоритму, наочно довели

важливість теоретичного засвоєння математичних основ розглянутих різновидів симетрії.

Як висновок зазначимо, що розуміння теоретичних положень симетрії допомагає майбутнім дизайнерам одягу аналізувати структуру існуючих костюмних форм та прогнозувати тенденції їх подальшого розвитку. Системне застосування існуючих груп симетрії є досить перспективним методом підвищення продуктивності та урізноманітнення творчих рішень.

Список використаних джерел:

1. Готт В. Философские вопросы современной физики / В. Готт. – М.: Высшая школа, 1972. – 412 с.
2. Онищенко С. Симетрія як засіб структурування форми костюму / С. Онищенко // Вісник Львівської академії мистецтв. – 2012. – Вип. 23. – С. 19 25.
3. Петушкова Г. Проектирование костюма / Г. Петушкова. – М.: Академия, 2004. – 416 с.
4. Смолина Н. Традиции симметрии в архитектуре / Н. Смолина. – М.: Стройиздат, 1990. – 344 с.
5. Урманцев Ю. Симметрия природы и природа симметрии: Философские и естественные аспекты / Ю. Урманцев. – М.: КомКнига, 2006. – 232 с.
6. Шубников А. Симметрия в природе и искусстве / А. Шубников, В. Копцик. – М.: Наука, 1972. – 349 с.

УДК 391.4:687.112(477)"1960/1970"

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЧОЛОВІЧОГО КОСТЮМУ В УКРАЇНІ 1960–1970Х РР.: ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Чуботіна Ірина Михайлівна
аспірант І року навчання аспірантури за спеціальністю 022 Дизайн Київського національного університету культури і мистецтв

Ключові слова: *мода 1960 –1970-х рр., чоловічий костюм, українська мода.*

Мода 1960–1970-х рр. в Україні є складною та багатогранною темою в історії костюму. З одного боку, через невеликий проміжок часу джерельна база для вивчення є майже наочною, з іншого боку саме з цієї ж причини важко її оцінити. Окрім того, суспільно-політичне забарвлення найближчої історії, негативно впливають на адекватне та об'єктивне дослідження питання. Особливо це стосується саме чоловічої моди, яка через недостатню вивченість викликає поверхнево-негативне враження, або взагалі ігнорування. Проте саме цей період в історії чоловічого костюму викликає чи не найбільше захоплення світової модної спільноти, знавців історії моди, художників з костюму, через свій бурхливий розвиток, естетичне розмаїття та великий вклад у подальший модний рух. Можна стверджувати, що модне життя в Україні даного періоду йшло не рамках світового модного процесу, проте митці вели свої власні пошуки, які заслуговують на увагу науковців не тільки як

важливий історичний матеріал, але й в контексті подальших розробок в чоловічій та жіночій моді.

Мета роботи – дослідити доцільність дослідження трансформацій в образній системі чоловічого костюму які відбулися та їх внесок в сучасний стан чоловічої моди в Україні. Завдання дослідження: зробити огляд змін в чоловічому костюмі в 1960 – 1970-х рр; проаналізувати результати цих змін як для модної індустрії, запропонувати шляхи розробки на базі обраної теми дослідження подальших дизайн-продукції.

Література, дотична до теми дослідження, присвячена, здебільшого загальній історії світової або української моди. Так, роботу українських модельєрів аналізує М. Костельна у статті «Діяльність українських будинків моделей одягу в 60 – 80-х рр. XX ст.: концепції розвитку модних тенденцій», а також З. Тканко «Мода в Україні XX століття» (2015). Також аналіз діяльності вітчизняної легкої промисловості робить Г. Кокоріна в статті «Мода 1940 – 1990: український літопис». Шістдесяті як культурний феномен аналізуються в книгах О. Балашової, Л. Герман «Искусство украинских шестидесятников» (2015), стаття М. Брусиловскої «Культура повседневности в эпоху оттепели (метаморфозы стиля)» (2000).

Зміни в соціальному та культурному просторі породжують докорінні зміни в естетиці чоловічого костюму, та ставленню до нього. В 1960–1970-х рр. спостерігається остаточне виокремлення «молодіжної» моди як самостійної течії в дизайні одягу. Трансформується силуетно-структурна база чоловічого одягу: на початку 1960-х років в плечовий пояс стає не таким масивним, ширина штанів зменшується, а вже на початку 1970-х силует значно витягується, розклинюючись донизу. Завдяки включенню в повсякденний одяг елементів спортивного, воєнного та одягу дозвілля, розширюється асортимент чоловічого вбрання. Значно збагачується колірна палітра. З початку 1960-х до кінця 1970-х мода робить стильовий стрибок від функціонального мі-

німалізму до поліфонічного симбіозу з ретро, народного, історичного та воєнного костюму. Чоловічий костюм стає маркером, який підкреслює як позитивні, так і негативні зміни, які відбувалися в українському суспільстві цієї суперечливої доби.

Подальше використання результатів дослідження може включати в себе теоретичний та практичний шляхи. Включення теми чоловічого костюму в Україні в 1960–1970-х рр. в педагогічній практиці, зокрема, у навчальних курсах, пов'язаних із історією вітчизняної моди, зокрема чоловічого костюму, а також при підготовці фахівців у галузі дизайну. Окрім цього, одержані результати можуть бути корисними для подальшого вивчення історії європейського та українського дизайну. Практичне застосування передбачає включення результатів дослідницької роботи для подальших дизайнерських розробок. Так, може бути корисним пряме звертання до особливостей крою та силуетної бази чи що використовувалась вітчизняними дизайнерами цього періоду. Плідним для дизайнерських розробок сьогодення видається нашарування образної системи 1960–1970-х рр. (фотографії, ілюстрації з журналів, рекламна продукція тощо) на сучасні моделі одягу. Також може бути цікавим застосування принципу пошуку та появи нових стильових рішень, чим особливо відрізнялася мода цього періоду, для знаходження надсучасних рішень в чоловічому та жіночому вбранні.

Отже, в результаті дослідження проведено огляд змін в чоловічому костюмі в 1960–1970-х рр. та проаналізовано результати цих трансформацій для костюму та чоловічої естетики загалом. Виявлено користь даної роботи як для так історико-культурних досліджень так і для педагогічної практики. Також запропоновано можливі шляхи розробки на базі обраної теми дослідження подальших дизайн-продукцій. Визначення особливостей маскулінності в костюмі цього періоду, у контексті гендерної проблематики та вплив його на сучасний чоловічий образ зумовлює перспективи наступних досліджень.

Список використаних джерел:

1. Балашова О., Герман Л. Искусство украинских шестидесятников / О. Балашова, Л. Герман. – К.: Основи. – 2015. – 384 с.

2. Брусиловская Л. Культура повседневности в эпоху «оттепели» (метаморфозы стиля) / Л. Брусиловская // Общественные науки и современность. – Москва. – 2000. – № 1. – С. 163−174.

3. Костельна М. Діяльність українських будинків моделей одягу в 60-80-х рр. XX ст.: концепції розвитку модних тенденцій / М. Костельна // Вісник Львівської національної академії мистецтв. – Львів,. –2013. – № 24. – С. 36–48.

4. Кокоріна Г. Мода 1940–1990: український літопис // Вісник ХДАДМ. – Харків. – 2017. –№5. –С. 73−79.

5. Лерман Я. История мужской украинской моды: 50-60-е годы. – [Електронний ресурс] Режим доступу: https://officiel-online.com/style/history-of-mens-ukrainian-fashion-50-s-60-s/ – Назва з екрану. – Дата звернення 07.04.2019

6. Тканко З. Мінімалізм і геометрія форм одягу в моді України 1960-х років / З. Тканко // Вісник Львівської національної академії мистецтв. – Львів. – 2011. – № 22. – С. 284–293.

УДК 7.012 (09) (075.8) + 745/749

ІЛЮСТРАЦІЯ МОДИ XX СТОЛІТТЯ: КОНЦЕПТУАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНА ЕВОЛЮЦІЯ В КОНТЕКСТІ ЗАГАЛЬНОГО МИСТЕЦЬКОГО ПРОЦЕСУ

Удріс Ірина Миколаївна,
кандидат мистецтвознавства,
професор кафедри
образотворчого мистецтва
Криворізького державного
педагогічного університету

Ключові слова: *фешн-ілюстрація, мода, стильові ознаки, модний образ*

Поєднання в костюмі адаптаційних, атрактивних, знаково-смислових соціокультурних, художньо-естетичних функцій детермінує стале зацікавлення фахівців даним феноменом. Серед ряду питань, що входять до сфери наукових інтересів дослідників, однією з вагомих проблем є вивчення презентаційної складової костюма як засобу творення модного образу сучасника. В науці про мистецтво візуальна презентація в галузі індустрії моди є предметом дисертаційних досліджень О. Лагоди, Н. Миргородської, висвітлюється певною мірою в працях Г. Стельмащук О. Шевнюк, Ю. Легенького, Н. Резанової. Різні аспекти проблеми розглядаються в публікаціях Н. Архіпової, О. Васильєва, Р. Блохіної, Р. Кирсанової та багатьох інших вітчизняних та зарубіжних дослідників. Однак, по сьогодні заслуговує на увагу розгляд характерних тенденцій розвитку рисованої ілюстрації вестіментарної моди в XX ст. в контексті загальної стильової еволюції образотворчості.

Традиційне тлумачення моди як явища, що стосується зовнішнього вигляду людини, одягу, манери поведінки протягом XX ст. значно змінилося. Сьогодні не викликає сумнівів той факт, що мода охоплює всі сфери суспільного життя, значною мірою визначає пріоритети у виборі місця проживання, виду житла, особистого транспорту, місць відпочинку, навіть професійного визначення. Разом з тим, як і протягом століть, мода передусім асоціюється з костюмом, виступає рушійною силою у цій сфері, забезпечуючи пошуки нових рішень. Впливаючи не лише на побутову культуру, а й взаємини у соціумі, вестіментарна мода здійснює комунікативно-інформаційну функцію завдяки засобам популяризації. Від середини XVII ст. одним з провідних засобів розповсюдження інформації про новації у сфері моди є рисована ілюстрація. Віддзеркалюючи ознаки стилю чи напрямку який панує в момент її створення, вона набуває художньої своєрідності завдяки подвійному художньому перетворенню в іншому образотворчому вимірі костюма як самостійного художнього твору. Разом з тим, до середини XIX ст. ілюстрація моди передусім забезпечувала інформаційну функцію, тоді як на власне художні характеристики зверталось менше уваги.

Ситуація відчутно змінюється наприкінці XIX ст. Економічний поступ, прорив у технологіях піднімають на новий рівень міжнародні комунікації, сприяють бурхливому розвитку міжнародної торгівлі. Спостерігаються динамічні перетворення в міжнародному суспільному житті. Зростання впливовості середнього класу, все більш відчутна демократизація суспільства обумовлюють новий образ життя, нові потреби. Ці тенденції впливають на тогочасний міжнародний мистецький процес. Відповідаючи на зростаючий соціокультурний запит, наприкінці XIX ст. вперше в історії мистецтва формується свідомо ство-

рений зусиллями митців різних країн стиль Ар-нуво, що мав на меті забезпечити цілісне художнє середовище проживання людини, формуючи стиль епохи.

Означені зміни сприяють розвитку індустрії моди, яка стає більш космополітичною, формуванню Домів моди, підвищенню технічно-художньої якості модного костюма. Все ширші прошарки населення охоплює прагнення модно одягатись, що детермінує необхідність розвитку засобів поширення інформації про нові пропозиції. Стрімко зростає кількість часописів, які висвітлюють новини моди і їх популярність зумовлює повагу мистецького середовища до даної предметної галузі. Відповідно досягає нового рівня розвитку ілюстрація моди часів «прекрасної епохи». Творчі рішення по візуалізації колекцій одягу, стають більш розмаїтими, презентуючи модні образи чоловіків і дам, вбраних у наряди уславлених дизайнерів.

Працюючи в контексті загальних стильових параметрів Ар-нуво, автори фешн-ілюстрацій початку XX ст. прагнули поєднання вишуканої елегантності і візуальної комфортності. Відтворенням модного костюмного образу на сторінках журналів мод «Vogue», «Harper'z Bazaar», «Femina», «Gazett de Bon Ton» «The Designer» тощо займались визнані фахівці, розробляючи дві провідних лінії. Європейські ілюстратори П. Іріб, Ж. Барб'є, Ж. Лепап, Е. Дріан, Р.Даммі, Ф.Сімеон та інші віддавали перевагу витончено-узагальненим образам з акцентом на лінійно-графічні засоби виразності, тоді як роботи американських колег Ч.Д. Гібсона, Г. Фішера, Д.-К. Леєндекера, К. К. Філіпса, Г. Хатта характеризувались більш матеріально-переконливими рішеннями з перевагою живописних підходів. Співпраця фахівців у часописах обумовлювала взаємовпливи, відображаючи дух згасаючого Ар-нуво.

Важливим для рисованої ілюстрації моди став міжвоєнний період. В пластичних мистецтвах в 1920-1940-х рр. розквітають різні течії модернізму і переважають прагматично-конструктивні ідеї формотворення, яскраво унаочнені в діяльності Баухауса. Паралельно утворюється елітарний варіант формування художнього середовища - Ар-деко, складовою якого виступає вестіментарна мода. Потреба популяризації нового модного образу «золотих двадцятих» детермінує розквіт ілюстрації в руслі загальних параметрів Ар-деко. Загалом перше тридцятиліття XX ст. стало золотою добою ілюстрації моди, коли її творці не лише унаочнювали колекції відомих кутюр'є, а й брали активну участь в оформленні журналів мод, впливаючи на відповідні галузі графічного дизайну. Твори названих вище митців, які успішно адаптували свою стилістику та нової когорти ілюстраторів – Ерте, Е.Беніто, Х. Драйден, Е.Марті, Л.Беніні, Еріка та інших – успішно відтворювали досягнення у сфері моди та стиль життя доби.

Однак, поява й активне розповсюдження в газетно-журнальній галузі кольорової фотографії породжують від початку 1930-х між рисованими засобами презентації моди та фотоілюстрацією конкурентну боротьбу, яка зростає в перші повоєнні десятиліття. В цей час на сторінках глянцевих часописів успішно презентують не лише костюм, а й аксесуари, парфуми тощо П. Моург, Ерік, Р. Буе-Вілламез, Р. Грюо та інші успішні фешн-ілюстратори. Тогочасні композиції високого художнього рівня популяризують модний образ, що сформувався в перших роботах Баленсіаги й уславленій колекції Діора «Новий погляд». Разом з тим, домінування в повоєнні роки і особливо – в десятиліття «космічної ери» функціонального дизайну і утвердження «моди міні» загострює кризову ситуацію на користь фотографії і розвиток рисованої ілюстрації моди тимчасово згасає.

Обставини змінюються на кінець 1960-х, коли стає беззаперечним факт завершення модернізму і потреба у формуванні нових критеріїв – у тому числі у сфері фешн-індустрії. В цей час з'являються фахові дослідження ролі вестіментарної моди в соціокультурному просторі. Зокрема, структураліст і семіолог Р. Барт визначає три форми існування одягу, приділяючи значну увагу характеристиці «одягу-презентації» (Образ), що відтворюється на сторінках журналів мод, а Р. Кьоніг висвітлює соціологічний аспект місця і ролі моди в суспільному житті. В мистецькому середовищі відмічається прагнення до утвердження рівноправності різних культурних контекстів, що ознаменувало початок доби постмодерну.

Нові орієнтири відроджують значимість рисованої ілюстрації моди, чому сприяє, серед іншого, усвідомлення переваг даної лінії графічного дизайну в середовищі міжнародного модельного бізнесу. На відміну від фотографії, рисована ілюстрація має можливість не тільки фіксувати досягнутий результат, а відтворити й рекламувати узагальнений модний образ, демонструючи бажаний ідеал, візуалізуючи розвиток творчої ідеї в моді, що виявляється актуальним в сучасному модельному медіапросторі. Новий розквіт популярності рисованої фешн-ілюстрації значною мірою базується на успішній творчій діяльності авторів 1970–1980-х рр. – А.Лопеса, Д. Юли, К. Блока, Т. Вірамонтеса. Зокрема, в роботах митців тих літ з чудовим відчуттям стилю відтворюється модний образ «япі» – людей, що досягли значних бізнесових успіхів. Віддзеркалюючи особливості культурної перебудови суспільства від засад «книжкової доби» на інформаційне з відповідними запитами, рисована ілюстрація забезпечила свою затребуваність.

Авторське сприйняття і відтворення моди остаточно утверджується як визначальна характеристика сучасної рисованої

фешн-ілюстрації, презентуючи ряд напрямків з різними змістово-образними рішеннями та технічними засобами їх втілення. В одному випадку ілюстратор концентрує увагу на передачі зовнішності моделі, що втілює сучасний ідеал краси й елегантності, залишаючи власне костюм на другому плані. Успішним є і протилежний підхід, коли відтворюється виключно костюмний комплекс, а характеристики моделі нівелюються. Автор може акцентувати увагу на декоративному ефекті ілюстрації як самодостатнього художнього твору, для якого інформація про костюм виступає лише приводом до формування ширшого художнього образу. Значною популярністю користуються й ілюстрації, де цілісно відтворюються стиль життя, поведінка, костюмний комплекс модних сучасників у контексті конкретної ситуації. Означене розмаїття рішень відповідно сформованої авторської манери простежуються в творах Д. Даунтона, Е. Ерліха, А. Елени, Ф. Берто, М. Густафсона, Дж. Лабанди, С. Гріотто, І. Каріма, К. Андріє, С. Сей та багатьох інших ілюстраторів. Успішно функціонуючи в наші дні в різних художніх осередках світу, рисована фешн-ілюстрація утверджується на новому рівні розвитку.

В сучасному фаховому словникарстві фешн-ілюстрація характеризується як графічна презентація предметів модного одягу, створена вручну або ж на комп'ютері, яка дозволяє надати видимої форми і актуальним модним ідеям і реальним моделям. Таке тлумачення дозволяє зауважити, що даний сегмент образотворчості займає в сучасному мистецькому й дизайнерському медіапросторі чітко окреслену власну нішу, що визначилась у контексті художніх практик постмодернізму. Відіграючи певною мірою роль ще і як альтернативна історія моди, заслуговує на поважне ставлення і в художньо-дизайнерській практиці і в освітній галузі мистецького спрямування.

Список використаних джерел:

1. Блохина И. История костюма.- Минск: Харвест, 2009.- 191 с.

2. Легенький Ю. Философия моды XX столетия / Ю.Г. Легенький. – К.: КНУКиИ. – 2003. – 300 с.

3. Лагода О. Мода в дизайні одягу: теорія та практика: навч. посібник / О. Лагода; МОНУ, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси: ЧДТУ. – 2010. – 247 с.: іл.

4. Миргородська Н. Становлення мистецтва оформлення обкладинок журналів мод: XVIII – початок XX ст. / Н. Миргородська / Мистецтвознавчі записки: Зб. наук. праць. – Вип. 21. – К.: Міленіум. – 2012. – 167–173 с.

5. Мода. XVIII – XX вв / пер. с англ.Е.Е.Сырневой. – М.: Астрель. –2008. – 192 с.: ил.

6. Паке Д. История красоты. – М.: АСТ, 2003. – 128 с.

7. Удріс І., Удріс Н. Ілюстрація моди: від Ренесансу до Постмодернізму: навчальний посібник / І. Удріс, Н. Удріс. – К.Р.: Видавничий дім. – 2013. – 208с., іл.

8. Ambroze G. Harris P. Dictionnaire visual de la Mode.- Paris: PYRAMYD. – 2008. – 287 p.

10. Konig R. Potega i yrok mody .- Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe. – 1979. – 311 p.

Рис. 1 Наталя Удріс. Фешн-ілюстрації з моделями Chanel

УДК 746.5

ДИЗАЙН БІЖУТЕРІЇ: МЕТОДИ І ЗАСОБИ ФОРМОТВОРЕННЯ

Кардаш Олег Васильович,
доктор технічних наук,
професор кафедри дизайну
Інституту мистецтв Київського
університету ім. Бориса Грінченка,
Пугаченко Маргарита
Костянтинівна,
дизайнер в майстерні біжутерії
MargoShik (Львів)

Ключові слова: *дизайн, біжутерія, скло, лемпворк, фьюзинг, видування скла*

Всесвітньо відома Коко Шанель, що увійшла до історії як творець маленької чорної сукні, прикрашеної ниткою з штучних перлин, стверджувала, що на створення цього образу її надихнули жінки, що носять на шиях «стани, які нічого не коштують». У цьому твердженні, безумовно, є присутньою своя доля правди. Слід зазначити, що думка про те, що біжутерія завжди виглядає дешево і є ознакою поганого смаку, вже давно не є істиною. Переконатися в її помилковості можна, лише поглянувши на колекцію модної біжутерії від Джона Гальяно, Крістіана Діора та інших сучасних дизайнерів.

Цінність біжутерії визначається не матеріалом, з яких вони виготовлені, а неординарністю задумці, тому її дизайн усе менше носить характер наслідування ювелірних виробів. Сучасний дизайн з кожним сезоном все більше відходить від традиційних прикрас, навмисно демонструючи свою штучність або ж, навпа-

ки, природне походження. Це вироби з шкіри і дерева, високоякісного пластика, металу і штучних діамантів і найнесподіваніших матеріалів.

Сьогодні ринок біжутерії та різних аксесуарів пропонує широкий асортимент самих різних прикрас з різних металів і сплавів, каменів і, звичайно ж, скла. Залишилося тільки створити унікальний дизайн з безлічі варіантів. Скляні намистини, на думку автора статті, є дуже перспективним напрямком, оскільки можуть замінити блиск дорогоцінного каміння своїм, а варіанти дизайну скляних намистин і кабошонів відкривають неймовірну кількість варіантів для виготовленні оригінальних прикрас. Цей матеріал в силу різноманітності своїх декоративних можливостей, і завдяки унікальним властивостям, в тому числі подобою коштовних каменів, перевершує їх своїми можливостями. Варто відзначити, що колись скло могло змагатися за ціною з золотом [9].

Справа в тому, що скло, яким би твердим воно не здавалося в звичному нам стані, при нагріванні може перетворитися практично в рідину. Існує кілька різновидів скла, з яких виготовляється біжутерія. Дуже багато виробників прикрас використовують муранське скло, часто його називають венеціанським. Воно є одним з найбільш затребуваних, але в столітті розвитку технологій з'явилася велика кількість виробників скла, які не поступаються за своїми якостями йому. Найголовнішим показником для використання скла у виробництві біжутерії це COE – Coefficient of Expansion - Температурний коефіцієнт лінійного розширення (ТКЛР). Він характеризує відносне подовження зразка скла при нагріванні його на 1 градус. Значення ТКЛР змінюється в залежності від діапазону температури, в якому він вимірюється. Це практично єдиний технологічний показник (вказані й виробником), за яким можна судити про сумісність різних стекол. При

змішуванні разом скла, з різним СОЕ, по різному змінюють свої розмір-габарити-обсяг при нагріванні – охолодженні. В такому випадку, при охолодженні, в склі виникають серйозні напруги і, виріб трісне.

Якщо розглянути тенденції ринку виробників скла то можна виділити крім різноманітної палітри кольорів новий вид стекол:

- Авантюрин (Aventurine). Скло з добавками кристалізованої міді, яка виглядає як невеликі блискуче крапчасті. Відтінок авантюрину залежить від кольору самого скла. Найбільш поширені два варіанти – золотий (gold stone) і блакитний (blue stone).

- Дихроичне скло (Dichroic) включає в себе 2 кольори, перший – пропускається, який можна побачити крізь шар покриття, і другий – відбитий. Дихроичне скло буває на прозорій і чорної основі; випускається в різних видах (смужки, трубки, прутки, шматочки) і дуже критично до температурній обробці.

- Реактивні скла – до цього класу належить скло з хімічно активними добавками (наприклад, срібло), яке змінює свій колір залежно від режиму температурної обробки. Є три терміни, пов'язані з цим поняттям: – reduction flame – полум'я, збагачене пропаном (збіднений киснем), oxidizing flame – полум'я, збагачене киснем (збіднений пропаном) – striking – проявлення-відновлення, коли «заявлений» колір з'являється при нагріванні скла.

Крім варіацій скла у використанні біжутерії також застосовуються різні засоби:

- Найпопулярнішим в з 2016 р. стало видування порожнистих намистин. Це явне застосування способу створення пляшок і ваз в мініатюрі. Також видуванням через невеликі металевий трубочки майстри почали видувати намистини в основному однотонні. І оскільки з 2017 р. китайські виробники стали надавати готові порожнисті намистини за низькою

ціною, то майстрам вигідніше використовувати в прикрасах готові, ніж видувати і запікати самостійно.

- Фьюзинг – метод запікання шматочків скла, покладених в певний малюнок, в спеціальних печах при високих температурах. З'явився він у Німеччині в 1990 років, і в основі фьюзинга лежить стара техніка обробки скла – техніка гарячої емалі. Цей метод спікання скла використовується переважно в виготовленні посуду і предметів інтер'єра, проте активно використовується багатьма сучасними майстрами біжутерії для отримання незвичайних форм кулонів і сережок. Так як цей метод не допускає використання металу, то намистини з нього виробляються вкрай рідко.

- Лемпворк – художня техніка обробки скла, результатом якої стає народження скляних намистин або виробів з унікальним малюнком шляхом накручування рідкого скла в відкритому полум'ї. А назвою своїм (від англійського lamp – лампа і work – робота) техніка зобов'язана самій специфіці обробки. До появи сучасних пальників скляних справ майстри використовували лампу на тваринному жирі. Вона давала низьку температуру для плавки, процес створення вимагав багато часу, результат його було важко передбачити, а собівартість вироби била рекорди. Лемпворк завжди використовувався саме у виготовленні намистин. Ще в 15 ст. веніцианці активно створювали намистини цим методом, використовуючи кольорове скло з острова Мурано, і зараз також намистини виконані цим методом використовуються в створенні прикрас світових брендів. Так бренд Pandora пропонує величезну кількість шармів для браслетів і сережок виконаних в техніці лемворк, також можна зустріти подобні шарми у компанії SUNLIGHT і у багатьох інших дизайнерів біжутерії проаналізованих в статті.

УДК 739.2(37-11)”5–10”

САКРАЛЬНА ГЕОМЕТРІЯ У ДИЗАЙНІ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ ВІЗАНТІЇ КУЛЬТОВОЇ ТЕМАТИКИ: НАГРУДНІ ХРЕСТИ

Барбалат Олександра Володимирівна,
викладач кафедри образотворчого мистецтва, аспірант
Інституту мистецтв Київського університету ім. Бориса Грінченка
ORCID iD: 0000-0001-8682-9247

Ключові слова: *сакральна геометрія, дизайн ювелірних виробів, культові предмети християнства, візантійські хрести, гаряча емаль у дизайні ювелірних виробів, інкрустація, символіка мінералів.*

У своїй знаменитій Нагірній проповіді Ісус сказав про те, що щасливі ті, хто усвідомлює свою потребу у духовному [2, с.1114]. Адже до втілення на фізичному рівні ми перебували на духовному плані існування. Під час переходу на матеріальний план ми приймаємо фізичну форму. Ми не можемо повернутися на духовний план, доки маємо тіло, однак можемо досягнути стану пробудження духовного розуміння. Одухотворення матерії відбувається тоді, коли ми відчуваємо присутність Бога. Ми – духовні істоти, наділені людським досвідом. Цей досвід розкривається через осягнення початкових форм [5, с.16].

Одна із священних професій людства — «художник», як потужний інструмент в руках «Великого геометра», Того, хто створив усе. Засобами такої науки як сакральна геометрія можливо

усвідомлювати процеси, що відбуваються за межами фізичного тіла з метою подорожей в інші виміри. Насправді, наука і мистецтво сакральної геометрії – засіб пізнання Божественного та метод усвідомлення земного буття [5, с.26]. Техніки сакральної геометрії являють собою комплекс систем духовного навчання, стародавніх та сучасних, які направляють людину на шлях пошуку унікального зв'язку з витоком всього сущого, з Господом.

Мета таких практик полягає у набутті цілісності, відповідальності за власні вчинки, єдності та свідомості у відношенні Божественного до людського на протязі земного життя. Практичні методи сакральної геометрії, як науки, що іде пліч-о-пліч із духовністю, підтримують нас у стані усвідомлення того, хто ми, звідки прийшли та навіщо знаходимось у вимірі простору та часу планети Земля [5, с.36]. Ці методи вчать глибоким роздумам про таємниці буття та засоби набуття духовної досконалості, звертаючись до стародавніх та сучасних знань про духовні виміри, які забезпечують можливість рівноваги на усіх рівнях існування, наділяють душу відповідальністю за вчинки, співчуттям та любов'ю.

Типології хрестів у вітчизняному мистецькому просторі присячено низку праць. З-поміж останніх виділяється публікація О. Школьної «Хрести в художній культурі Києво-Межигірської фаянсової фабрики: Ансамблі євхаристичних всенощників, настінні Розп'яття, напрестольні «Голгофи» [7, с.95–104]. У ній автор розглянула окремі різновиди хрестів, які існували у домашньому вжитку в українській православній традиції, виходячи з грецько-візантійських настанов щодо їх використання.

Загалом слід зазначити, що Візантія як перша християнська імперія, є тисячолітньою цивілізацією, яка протягом усього Середньовіччя мала потужний вплив на країни усього Східного Середземномор'я, Балкани та Західну Європу. У тому числі вплив

християнського сакрального мистецтва охопив і територію Руси із центром в Києві. Поступово Візантійська цивілізація увібрала язичницькі, християнські, римські та грецькі компоненти. Її культурний та художній вплив сьогодні вважається неминущою спадщиною [4, с.9].

Як у ранньохристиянській Візантії, так і в історії людства загалом, хрест є символом вищих сакральних цінностей. Являючи собою перетин двох ліній, хрест з доісторичних часів є оберегом майже в кожній культурі світу. Конструювання зримого центру, в процесі моделювання проекту майбутнього виробу, ставить додатковий акцент на тому, що є вищою цінністю системи, надає сакральну ієрархію усьому простору, визначаючи в ньому лінії та напрямки взаємозв'язку. У зв'язку з цим варто підкреслити особливості нагрудних хрестів Візантії VI–X ст.

На відміну від моделей нагрудних хрестів Західної Європи, які склалися набагато пізніше та синтезують модель людини з антропоморфним божеством, у візантійських моделях перехрестя прямих ліній має променеве розширення, моделюючи такий духовний аспект як прагнення вознесіння до Бога у вічності. Важливим у створенні дизайну хрестів є елемент символізму кольору, що унаслідувався разом зі стародавньою язичницькою мудрістю. У ранньохристиянських культових виробах Візантії стародавня спадщина поєднувалась з християнською вірою, а наслідування римських технологій дозволяло створювати справжні твори ювелірного мистецтва.

Аналізуючи моделі нагрудних хрестів Візантії VI–VII ст., знайдених на території Болгарії у фортеці біля с. Голеш, скарбів з Варни, Східного Середземномор'я, Італії, Туреччини та Південно-Західного Криму [6, с.11], [6, с.95], можна зазначити кілька важливих моментів. Насамперед те, що моделі ранньохристиян-

ських візантійських нагрудних хрестів безперечно є ювелірними виробами, які виготовлені з коштовних металів, переважно золота. Саме використання останнього уособлює присутність Святого Духа, божественного одкровення та просвітління [3, с.173]. При цьому декоровані такі вироби коштовними вставками з мінералів.

Зокрема, таких, як гранат, що символізує у кров Христа, пролиту заради спасіння людей, а значить, і його любов до людей [3, с.156], [1]. Натомість перламутр є непорушним символом святості, чистоти і духовності. Сині та фіолетові кольори лазуриту й аметисту для ранніх християн, як і сьогодні, символізують небо, оскільки пов'язані з кольором вічності, який налаштовує на смирення, благочестя, висловлює ідею самопожертви і лагідності [3, с.168], [1]. На відміну від небесного синього, зелений колір таких мінералів, як смарагд, йєлатський камінь, малахіт тощо, символізували земне життя, весну, цвітіння природи, юність.

В цілому варто зазначити, що в епоху Раннього Середньовіччя одним із центрів ювелірної промисловості на землях сучасної України був південь Кримського півострова, який знаходився під впливом Візантійської імперії [6, с.86]. Про це свідчать археологічні знахідки півострова першої половини VII століття з с. Лучисте. Про масове виробництво християнських культових ювелірних виробів півострова можна говорити, спираючись на археологічні знахідки кам'яних матриць для литва нагрудних хрестів, датованих IX–X ст. [6, с.87], періодом, коли зазначені землі сучасної України входили до складу Візантійської імперії [4, с.403].

Сама наявність серед археологічних знахідок півострова спеціалізованих численних кам'яних форм для литва, свідчить про масове товарне виробництво нагрудних хрестів, а значить позиціонує терени сучасної України, а саме Кримський півострів, як один із центрів ювелірної промисловості VII–X ст. Зовнішній вигляд візан-

тійських ранньохристиянських нагрудних хрестів дозволяє впевнено стверджувати про досить високий рівень майстрів того часу. У тому числі і тих, що працювали на території Кримського півострова та наслідували ювелірні традиції Візантійської імперії.

Тодішні ювеліри означених земель, судячи зі вцілілих виробів, володіли технікою огранки мінералів – кабошон, виготовляли проволоку та золоту фольгу, здійснювали литво з золота, срібла, бронзи, використовували пайку для з'єднання деталей, опанували техніку інкрустації металу кольоровим склом або дорогоцінним камінням водночас із технологією емалювання ювелірних виробів. В епоху Раннього Середньовіччя також існувала практика підвішування кількох нагрудних хрестів до різних аксесуарів одягу.

Наприклад, трьома однаковими золотими хрестами декорована дужка візантійської сережки VI ст. з колекції Галереї Уолтерса [10, с.236]. Два пластинчастих срібних хрести прикріплено до щитка сережки VII ст. зі скарбу Альтенердінг [9, с.72]. Кругла брошка зі скарбу VII ст., знайденого в Алжирі, була прикрашена трьома золотими підвісними хрестами [8, с.75]. В останній згаданій композиції центральний хрест більший за розміром та покритий рослинним декором. Вважається, що три хрести, розташовані подібним чином, символізували сцену розп'яття.

Підводячи підсумки, можна сказати про те, що моделі нагрудних хрестів доби раннього християнства Візантії були розповсюджені вже у VI–VII ст., та з VII–X ст. стали популярними на землях сучасної України, зокрема, Кримського півострова. Вироби мали глибокий сакральний зміст, символічне навантаження та передову на той час технологію виготовлення. Силуети хрестів з розширеними кінцями поєднували у собі основи такої науки, як сакральна геометрія та духовну культуру.

Підтвердженням цим твердженням є розглянуті у статті моделі нагрудних хрестів, переважно інкрустованих дорогоцінним

камінням або виконаних із використанням техніки гарячої емалі, яка прийшла до ювелірного мистецтва Київської Руси саме з Візантії. Загалом можна зазначити, що вироби такого штибу і досі мають потужний вплив на формування художньо-стилістичних особливостей дизайну сучасних ювелірних виробів культової тематики України.

Список використаних джерел:

1. Базима Б. Кольорові символи християнства– [Електронний ресурс] Режим доступу: http://bib.getenjoyment.net/151-tsvetovyie-simvolyi-19815.html – Назва з екрану. – Дата звернення 07.04.2019

2. Библия. Книги Священного писания Ветхого и Нового Завета. К.: Свято-Успенская Почаевская Лавра, 2008. 1346 с.

3. Егазаров А. Иллюстрированная энциклопедия знаков и символов. М.: ООО «Издательство Астрель»: 2003. 723 с.

4. Дж. Херрин. Византия. Удивительная жизнь средневековой империи / пер. с анг. Л. А. Игоревского. М.: Центрполиграф, 2018. 415 с.

5. Неаполитанский С., Матвеев С. Сакральная геометрия. Спб.: Издательство института метафизики, 2006. 632 с.: ил.

6. Хайрединова Э. Х. Византийские кресты с инкрустацией из Юго-Западного Крыма. Вестник ВолГУ. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. 2017. Т. 22. №5. С. 86–99.

7. Школьна О. Хрести в художній культурі Києво-Межигірської фаянсової фабрики: Ансамблі євхаристичних всенощників, настінні Розп'яття, напрестольні «Голгофи» // Мистецтвознавство України. 2014. Вип. 14.С. 95–104.

8. Heurgon J. Le trésor de Ténès. Paris: Arts et métiers graphiques, 1958. 75 p.

9. Sage, W. Das Reihengräberfeld von Altenerding in Oberbayern // Germanische Denkmäler der Völkerwanderungszeit. Serie A, Band XIV. Berlin: Gebrüder Mann, 1984. 75 s.

10. Yeroulanou A. Diatria. Gold pierced-work jewellery from the VI–VI century. Athens: Benaki Museum, 1999. 320 p.

УДК 7.06

СУЧАСНИЙ АРТТЕКСТИЛЬ ЛЬВОВА

Луковська Ольга Ігорівна,
кандидат мистецтвознавства,
заступник директора
Львівського палацу мистецтв з
наукової роботи,
доцент Української академії
друкарства

Ключові слова: *арттекстиль, експеримент, пошук, трансформація форми, художні особливості, художник, традиції.*

Серед різновидів декоративного мистецтва України важливе місце належить художньому текстилю. Дослідження теоретичних та практичних питань цього виду мистецтва розширюють наші знання про характер й динаміку творчого процесу у різних його проявах і формах.

Своєрідним мистецьк им явищем постає сучасний арттекстиль Львова, якому завжди належало одне з чільних місць у загальній структурі художньої культури України. За багаторічний період розвитку у професійному львівському текстилі утвердилася своєрідна система естетичних вартостей. Дослідження художніх особливостей львівської школи є важливою складовою загальної картини українського художнього текстилю на зламі тисячоліть.

Сучасні тенденції, прикметні львівському арттекстилю, розширюють уявлення про його сучасні можливості. Декоративні твори, виконані львівськими художниками, презентують багатий арсенал

текстильних технік та матеріалів – традиційне ткацтво, холодний та гарячий батик, вільний розпис та промисловий друк на тканині, текстильний колаж, аплікація, клеєння, валяння, вишивання тощо. Дуже часто автори використовують так звані «авторські» техніки, комбінуючи в одному творі декілька способів виконання.

Важливим мистецтвознавчим завданням є комплексне дослідження творчого доробку львівських художників Т. Печенюк, Д. Якимчук, Г. Стеблій, А. Попової, О. Луковської, Л. Лупул, О. Борисенко, У. Гриник, М. Паздрій, О. Цимбалюк, аналіз художньо-стильових особливостей декоративних творів, розгляд прикметних рис авторської мови. При вивченні оригінальних творів застосовувалися методи мистецтвознавчого аналізу: описовий, порівняльний, а також методи узагальнення фактологічного матеріалу та спостереження.

Важливо відзначити, що сьогодні загалом змінюються загальні принципи розуміння декоративного мистецтва, в тому числі й текстилю, який все частіше трактується як дизайн. Арттекстиль стає для художників важливим засобом експериментального пошуку. Відбувається нове трактування традицій народного мистецтва, які з'являються в нових трансформованих формах. Сучасних львівських художників цікавлять проблеми взаємодії об'єму та простору, пізнання властивостей різних матеріалів і особливості їх використання у текстильному мистецтві. Прикметною рисою сучасності є те, що до виразної мови текстильного мистецтва звертаються також митці інших видів творчості – графіки, дизайнери, живописці, які раніше не працювали у текстилі.

Матеріал дослідження може бути використаний для поглибленого вивчення основних тенденцій розвитку не лише львівського, а й українського арттекстилю.

УДК 378.011

ПРОЕКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ

Саприкіна Лілія Вікторівна,
кандидат педагогічних наук,
старший викладач кафедри
декоративно-прикладного
мистецтва та дизайну
Криворізького державного
педагогічного університету

Ключові слова: *майбутній дизайнер, проектна діяльність, професійна компетентність майбутніх дизайнерів, інноваційні технології*

Підготовка майбутніх дизайнерів у вищих навчальних закладах – освітній напрям, що активно розвивається. Актуальним сьогодні є теоретичне обґрунтування запровадження інноваційних технологій у процес професійної підготовки майбутніх дизайнерів, зокрема використання проектної діяльності, як однієї з форм інноваційних технологій навчання.

На основі аналізу досліджень науковців (В. Баркасі, Л. Волошко, О. Загородна, Ю. Коган, Н. Лалак) щодо проблеми формування професійної компетентності майбутніх фахівців, з’ясовано, що запровадження інноваційних технологій в освітній процес вищих навчальних закладів позитивно впливає на формування професійної компетентності студентів.

У вітчизняній педагогіці актуальність проблеми проектування одним із перших виокремив А. Макаренко, окресливши поняття

проектування особистості суб'єкта педагогічної праці. Ідея проектування знайшла своє відображення у педагогічній спадщині В. Сухомлинського. Проектну діяльність досліджували такі науковці, як: М. Елькін, Л. Кондратова, О. Онопрієнко, О. Пискун, Н. Самойленко та ін.

Виходячи з аналізу змісту підготовки майбутніх дизайнерів, а також ураховуючи соціальне замовлення суспільства, тенденції розвитку мистецької освіти та специфіку професійної компетентності майбутніх дизайнерів, розглянемо проектну діяльність, як одну з форм інноваційних технологій навчання, що позитивно впливає на формування професійної компетентності майбутніх дизайнерів.

Поняття «проектування» розглядається як особливий тип інтелектуальної діяльності, особливістю якої є перспективна орієнтація, практично спрямоване дослідження тощо. Аналіз підходів науковців до визначення поняття «проектування» дав змогу визначити його як творчу, інноваційну діяльність, що спрямована на створення нового продукту через включення майбутніх фахівців до проектної діяльності.

Аналіз сучасних підходів до змісту поняття «проектна діяльність» демонструє, що ця проблема активно вивчалась вітчизняними та зарубіжними науковцями, які вкладають у його тлумачення різне значення: 1) діяльність особистості, спрямована на розв'язання життєво значущої проблеми в процесі створення проекту (Н. Авшенюк); 2) процес пошуку всебічно узгоджених складних рішень зі створення нових об'єктів (М. Бершадський); 3) практичне навчання, розвиток, засвоєння таких цінностей, як майстерність, інтелектуальні та творчі здібності (Т. Бацаєва); 4) самостійна навчальна діяльність студента на основі особистісного вибору щодо пізнавальних або практичних завдань у нестандарт-

них ситуаціях (Ю. Загуменов); 5) механізм, що розвиває освіту; предметом проектування стає створення умов (засобів, механізмів) розвитку системи освіти загалом, переходу із одного стану в інший (І. Ісаєв); 6) специфічна форма моделювання, спрямована не тільки на пізнання елементів дійсності, але й на створення нових її елементів (Н. Нечаєв); 7) навчальна діяльність, під час якої студенти здобувають знання та вміння у процесі планування і виконання проектів (Н. Самойленко).

У процесі аналізу сутності поняття «проектна діяльність» виокремлено визначення його як конструктивної і продуктивної діяльності особистості, спрямованої на розв'язання життєво значущої проблеми й досягнення кінцевого результату в процесі створення проекту. Важливою є думка, що проектна діяльність сприяє формуванню професійно значущих знань, умінь і навичок студентів. Отже, «проектна діяльність» – навчальна діяльність, під час якої студенти здобувають знання та вміння у процесі планування і виконання проектів, тобто діяльність, за якої студенти набувають знання у процесі планування і виконання проектів, що постійно ускладнюються.

У процесі проектної діяльності виявляється раціональне сполучення теоретичних знань і практичних дій під час розв'язання конкретної проблеми, використовується сукупність проблемних, дослідницьких, практичних методів роботи, за своєю сутністю завжди творчих. Відтак, засвоєння певної структури проектної діяльності є важливим як для професійної діяльності й особистісного розвитку майбутніх дизайнерів, так і для формування позитивної навчальної мотивації. Відповідно, в основу проектної діяльності покладено розвиток пізнавальних навичок студентів, умінь самостійно конструювати свої знання й орієнтуватися в інформаційному просторі, розвиток критичного мислення.

З огляду на зазначене, «проектна діяльність» – це специфічна форма моделювання самостійної навчальної діяльності майбутніх дизайнерів на основі особистісного вибору студента щодо пізнавальних або практичних завдань у нестандартних ситуаціях, що забезпечує особистісний сенс навчання та формування позитивної навчальної мотивації майбутніх дизайнерів.

Список використаних джерел:

1. Авшенюк Н. Стратегії інтернаціоналізації освіти в інформаційному суспільстві / Н. Авшенюк // Інформаційно-телекомунікаційні технології в сучасній освіті : досвід, проблеми, перспективи : зб. наук. пр. – Львів, 2009. – Ч. 1. – С. 46–50.

2. Бацаева Т. Психолого-педагогические условия подготовки будущих учителей начальных классов к руководству творческой проектной деятельностью учащихся: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. пед. наук: спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / Т. Бацаєва. – Брянск, 1998. – 20 с.

3. Бершадский М. Дидактические и психологические основания образовательной технологии / М. Бершадский, В. Гузеев. – М.: Педагогический поиск, 2003. – 256 с.

4. Загуменнов Ю. Особистісно зорієнтовані технології в освіті / Ю. Загуменнов, Л. Шелкович, Г. Шварц // Підручник для директора: Журнал управлінської компетентності. – 2005. – № 9 (10). – С. 10–24.

5. Исаева Т. Преподаватель как субъект качества образования / Т. Исаева // Высшее образование в России. – 2003. – №2. – С.17–23.

6. Нечаев Н. Н. Формирование коммуникативной компетенции как условие становления профессионального сознания специалиста / Н. Нечаев, Г. Резницкая // Вестник УРАО. – 2002. – № 1. – С. 14–16.

7. Самойленко Н. Підготовка вчителів гуманітарних дисциплін до застосування методу проектів у професійній діяльності: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 /Н. Самойленко. – К., 2008. – 285 с.

УДК: 378.147:004]:74/75

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ДИЗАЙНЕРІВ

Марченко Аліна Анатоліївна,
кандидат педагогічних наук,
старший викладач кафедри
декоративно-прикладного мистецтва
та дизайну
Криворізького державного
педагогічного університету

Ключові слова: *комп'ютерна графіка, проектна діяльність дизайнера, професійна підготовка дизайнерів, графічний редактор.*

Нині освітні програми й методи професійної підготовки майбутніх дизайнерів у вищій школі повинні відповідати викликам сьогодення в умовах інформатизації освіти. Стратегія інформатизації освіти окреслена в багатьох законах і державних документах де розглядається інформатизація суспільства загалом та залучення інноваційних технологій в освітню сферу, є одним із пріоритетних державних спрямувань розвитку суспільства, який підкріплюється єдиними державними нормативними документами.

Аналіз провідних державних документів відобразив наявність можливостей інформатизації освіти та висування нових вимог до підготовки професіонала й переліку його компетентностей, як у галузі інформаційних технологій, так і в спеціальній фаховій площині.

Інформатизація освіти спричинила зміни також і в методах та формах підготовки майбутнього дизайнера до професійної діяльності, фахові компетентності якого повинні відповідати потребам сучасного ринку праці. Комп'ютерне програмне забезпечення увійшло у все сфери художньо-проектної діяльності майбутнього дизайнера, яка спрямована на проектування предметного середовища, що задовольняє потреби сучасної людини. Комп'ютерні програми становлять основу програмного забезпечення всіх графічних програм, де головним інструментом виступає комп'ютер. У якості робочого інструмента комп'ютер виступає як: текстовий редактор; графобудівник, графічний редактор; обчислювальний пристрій; засіб моделювання та ін. Безперечно, упровадження комп'ютерних технологій вимагає від студентів обов'язкового знання відповідних графічних програм і розуміння призначення комп'ютера як інструменту для швидкої чистової реалізації творчих задумів.

Слід зазначити, що програмні засоби лише автоматизують окремі ланки технологічного процесу. Тому, для створення високоякісного дизайн-продукту та виконання професійних завдань належним чином, сучасному професіоналу необхідно використовувати декілька пакетних графічних програм, що забезпечить наскрізну проектну технологію в рамках єдиної інтегрованої системи комп'ютерного проектування. Це зумовлено специфікою та обмеженими можливостями кожної окремої комп'ютерної програми для розв'язання професійних завдань майбутніх фахівців з дизайну. Тому, що на різних етапах підготовки дизайн-продукту необхідно застосовувати інформаційно-візуальні системи різного профілю.

Такий підхід дає змогу моделювати виріб на комп'ютері та видавати у виробництво готові оптимальні розв'язки шляхом пере-

бору великої кількості варіантів на етапі проектування й таким чином у кілька разів скоротити час випуску готової продукції. Хоча, ще донедавна проектування художнього образу відбувалося традиційним методом, а саме: художник за аналогами, за уявою чи з безлічі замальовок, ескізів обирав більш вдалі за формою чи емоційною характеристикою зразки, компонуючи й стилізуючи їх візуальними засобами.

Стрімке поширення комп'ютерних технологій дозволило окремі трудомісткі методи проектування засобів візуальної інформації (ескізування, композиційні пошуки, малювання оригінальних знаків за шаблонами або «за сіткою») передоручити комп'ютерній графіці. Звісно, що в цьому випадку мова йде про нове конструювання й організацію дидактичного процесу за допомогою сукупності принципово нових засобів і методів обробки візуальної інформації. Комп'ютерні технології вможливлюють синтез візуальної, звукової й тактильної інформації, об'єднуючи абстрактно-логічну, знаково-символічну, предметно-образну форми художньо-графічної наочності. У такий спосіб здобуваються не лише вміння та навички, але й розширюється методичний арсенал й створюються виняткові можливості до полікультурного діалогу.

Отже, фахова підготовка дизайнерів передбачає комплексне опанування знань та вмінь в галузі мистецтва та функціонально-технологічних процесів в сфері дизайну, розвиток яких залежить від рівня інформатизації та комп'ютеризації суспільства.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від 9.01.2007 року. - № 537-V;

2. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні» від 15.05.2013 р. № 386-р

УДК 378.016:[7.012:687.072]

РОЗВИТОК ТВОРЧОЇ АКТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ОДЯГУ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ФАХОВИХ ДИСЦИПЛІН

Ємельова Анна Петрівна,
кандидат педагогічних наук,
старший викладач кафедри
декоративно-прикладного мистецтва
та дизайну
Криворізького державного
педагогічного університету

Ключові слова: *дизайн, майбутні дизайнери одягу, творча активність, професійна підготовка майбутніх дизайнерів одягу, фахові дисципліни.*

Розвиток творчої активності є важливою умовою в підготовці майбутніх дизайнерів одягу. Процес художнього проектування нових дизайнерських об’єктів, зокрема і в модній індустрії, є надзвичайно складним, оскільки в ньому задіяні не тільки розум, знання та вміння митця, але й його внутрішні почуття та спостереження. Даний процес складається з низки визначених етапів – від ідеї-задуму дизайнера до втілення задуму в життя.

Творча діяльність майбутніх дизайнерів одягу сприяє розвитку їхніх інтересів, мотивів до навчальної та майбутньої професійної праці. Організація самостійної й творчої пізнавальної діяльності реалізовується у навчанні майбутніх дизайнерів одягу під час вивчення фахових дисциплін. Так, навчальна дисципліна «Методика дизайн-проектування колекцій» вивчається відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра спеціаль-

ності «022 Дизайн (спеціалізація дизайн одягу та аксесуарів)» та покликана розвивати творчу особистість дизайнера. Предметом навчальної дисципліни є вивчення особливостей та закономірностей процесу проектування і створення колекцій одягу від ідейного задуму до втілення в матеріалі. Мета навчальної дисципліни полягає у сприянні розвитку творчих здібностей студентів та набутті практичних навичок з проектування нових моделей одягу в різних художніх системах.

Простежуючи мистецькі традиції поколінь, аналізуючи та відзначаючи особливості творчості окремих модельєрів, котрі формують обличчя української моди, майбутні дизайнери одягу краще розуміють процес становлення і специфіку вітчизняного моделювання костюма, здобутки та проблеми. Аналіз характерних рис творчості українських дизайнерів дозволяє студентам розширити знання про вітчизняну моду.

Вивчення творчості відомих українських дизайнерів одягу, які вийшли на міжнародний рівень, мотивує студентів, дає поштовх до створення нових проектів. Студенти ознайомлюються з такими українськими дизайнерами як: А. Гапчук, Андре Тан, В. Гресь, Л. Пустовіт, М. Воронін, О. Залевський, О. Караванська, Р. Богуцька, Т. Земскова, О. Ворожбіт, Д. Дорожкіна, А. Лисиця, І. Каравай та ін.

Програмою курсу також передбачено підготовку авторської колекції до участі на конкурсах молодих дизайнерів. Не кожний набір предметів одягу може називатись колекцією. Студенти докладають багато зусиль аби моделі, які входять до колекції, були об’єднані в єдине ціле, тобто утворювали закінчену композицію. Адже для того, щоб сукупність моделей була колекцією, вона повинна визначатися як художня система, що побудована за певними принципами.

Майбутні дизайнери одягу вивчають основні вимоги до колекції як художньої системи, що полягають в художній образній розробці теми, новизні розробок форми моделей, стилістичній виразності моделей в рамках теми, композиційному зв'язку моделей колекції, наявності сценарію або режисури показу колекції.

Головна ознака колекції, що відрізняє її від простого зібрання різних моделей – це її цілісність, яка досягається шляхом творчого підходу та дотримання певних правил. Цілісність досягається єдністю стильового рішення колекції, яке передбачає втілення в кожну модель єдиної авторської концепції. У виробах колекції слід пропрацювати всі можливі варіанти розвитку авторської ідеї. Наявність композиційного центру колекції як кульмінації її композиційної побудови.

Зростання кількості дизайнерських конкурсів в Україні (регіональних, Всеукраїнських, Міжнародних) сприяє активізації творчості майбутніх дизайнерів, становить умови конкуренції між ними. Саме конкурсна діяльність дозволяє майбутньому дизайнеру повною мірою проявити власний творчий потенціал. Специфіка конкурсів молодих дизайнерів одягу полягає в організації та проведенні фестивалів, метою яких є виявлення талантів серед молодих художників-модельєрів, налагодження контактів з промисловими підприємствами та фірмами, професіоналами індустрії моди, залучення замовників по виготовленню одягу та аксесуарів, нових інвесторів тощо. Критеріями оцінювання є художня виразність об'єктів та їх стильова єдність, новизна та актуальність рішення, авторський підхід до формоутворення, кольору, до роботи з матеріалами колекції, майстерність виконання. Творчі пошуки молодих дизайнерів оцінює компетентне журі, до складу якого входять і відомі українські дизайнери.

Таким чином, можна зробити висновок, що вивчення дисципліни «Методика дизайн-проектування колекцій» розвиває творчу активність студентів, спонукає майбутніх дизайнерів не до формального наслідування новітніх тенденцій високої моди із подіумів, а до пошуку і створення свого індивідуального авторського задуму.

Список використаних джерел:

1. Ємельова А. Методика дизайн-проектування колекції одягу / А. Ємельова // Сталий розвиток промисловості та суспільства : міжнар. наук. конф., 25–27 травня 2016р. : матер. конф. – Кривий Ріг : ДВНЗ «Криворізький національний університет», 2016. – С. 167 – 169.

2. Саприкіна Л. Формування професійної компетентності майбутніх дизайнерів одягу у процесі вивчення фахових дисциплін : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Саприкіна Лілія Вікторівна ; Кременчуц.нац. ун-т ім. Михайла Остроградського. — Кременчук, 2016. — 20 с.

УДК 378.016:[7.012:687.072]

АКАДЕМІЧНИЙ ТА САМОСТІЙНИЙ РИСУНОК НА ПЕРШОМУ КУРСІ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ДИЗАЙНЕРІВ

Дмитренко Валерій Васильович,
старший викладач
кафедри образотворчого мистецтва
Криворізького державного
педагогічного університету

Ключові слова: *рисунок, навчальний процес, реформа, аудиторні заняття, самостійна робота.*

Професія дизайнера є однією із найбільш затребуваних творчих професій нашого часу і тому перед навчальними закладами, які ведуть підготовку студентів такого профілю, стоїть серйозна задача з якості підготовки студентів.

Достатньо гостро рішення цієї проблеми стоїть перед викладачами малюнка яким необхідно підготувати не художника, а дизайнера з конкретною спеціалізацією, а це вимагає зміни направленості цілей та задач навчальної дисципліни.

Рисунок як навчальний предмет є основою підготовки і творчої діяльності сучасного студента-дизайнера. Ця навчальна дисципліна забезпечує дизайнеру можливість вільно висловлювати свої думки та задуми в навчальній і творчій роботі, що визначає її роль як базової дисципліни. Вона є однією з найважливіших дисциплін для засвоєння таких фундаментальних понять, як закони перспективи, закони розподілу світлотіні, конструктивна побудо-

ва, методики виконання зображення. Проте існує певна інерція в викладанні рисунку у студентів спеціальності «дизайн». Незважаючи на те, що перед дизайнерами стоять принципово інші творчі задачі та цілі, викладання рисунку ведеться такими ж методами, як і в студентів класичного образотворчого спрямування. Крім того, в зв'язку з реформуванням системи освіти в навчальних планах останніх років існує стійка тенденція до зменшення кількості аудиторних годин та збільшення кількості годин на самостійне опрацювання навчального матеріалу.

Для здійснення повноцінної творчої роботи в сфері дизайну, студенту необхідно володіти малюнком. При цьому повинна бути певна різниця між навчальним рисунком для студентів образотворчого спрямування і навчальним рисунком для дизайнерів. Головною відмінністю академічного малюнка для підготовки майбутніх дизайнерів є більш посилена увага до побудови форми, тобто конструкції, пропорцій та сприйняття форми у просторі, що вимагає від студента не сліпого копіювання, а вміння розмірковувати над формою. Також потрібно дати студентам можливість розвивати свої творчі здібності, пов'язанні зі специфічною діяльністю дизайнера, здобути професійні навики та вміння використання різних художніх матеріалів.

В зв'язку зі зменшенням кількості годин на академічні заняття неможливо займатися творчою діяльністю в повному обсязі без шкоди вивченню фундаментальних знань. Але ж задача академічного рисунку дати студенту фундаментальні академічні знання. Метою дослідження є пошук раціональної організації навчального процесу з дисципліни рисунок на начальному курсі, який би найбільш повно відповідав вимогам реформи системи освіти і вдало поєднував навчальну роботу з вивчення фундаментальних знань образотворчого мистецтва та сприяв би розвитку творчого

потенціалу, умінню працювати з різними художніми матеріалами, здобуттю умінь і навиків в практичній роботі.

Цією проблемою займаються багато науковців і одним із авторів, що розглядають дане питання, є доцент Київського національного університету культури і мистецтв С. Лопухова, яка проводить дослідження з пошуку нових форм викладання академічного рисунка. Вона розглядає питання поєднання класичного методу ретельного студіювання натури з метою оволодіння головними принципами відтворення тривимірного зображення на площині та методу творчого експерименту, сутністю якого є інтеграція фундаментальних художніх дисциплін і застосування новітнього технологічного інструментарію для практичного втілення образа. Зокрема вона відзначає, що модернізація навчального процесу вимагає реформування системи традиційного підходу до викладання рисунку. Народжуються нові освітні концепції, у навчальний процес активно впроваджуються нові дисципліни з колосальними навчальними ресурсами, застосовується новий технологічний інструментарій, затверджуються нові державні нормативи, за якими жорстко скорочується обсяг часу, відведеного на вивчення фундаментальних художніх дисциплін, і стає зрозумілим, що класичну форму викладання рисунку у цих умовах зберегти неможливо. Тобто необхідно шукати нові форми засвоєння матеріалу, реагуючи на всі зміни соціальних умов і вимог [3, с.42, 43].

Історичний процес відмови від традиційних академічних методів розглядає в своїх роботах кандидат мистецтвознавства, доцент Криворізького державного педагогічного університету І. Удріс. Вона показує, що вагомий етап еволюції дизайн-освіти XX ст., якому дав поштовх Баухауз, сформувався під впливом запитів індустріального суспільства часів його розквіту. У той час панували пріоритети промислового функціонального дизайну і було

сформульоване кредо, яке визначало ознаки якісного дизайн-виробу в такій послідовності: конструктивність, технологічність, функціональність, ергономічність та естетичність. І, продовжуючи свою думку, І. Удріс робить висновок, що важливо уважніше поставитись до методики викладання базових дисциплін. Так, не доцільно за однією програмою викладати історію мистецтва для художників-педагогів і дизайнерів. Щодо рисунку й живопису, то поряд із академічними завданнями, які забезпечують загальну художню культуру, необхідно ширше вводити експериментальні вправи, що розвивають аналітичне мислення як основу проектно-образного мислення дизайнера [4, с.26, 27].

Визначення специфіки навчального рисунка як однієї з провідних дисциплін в підготовці майбутніх спеціалістів в галузі дизайну проводять в своєму дослідженні О. Алієва, доцент, та Субботіна Т.В. старший викладач Уральської державної архітектурно-художньої академії. При розгляді даної проблеми вони звертаються до багатого досвіду школи малюнка Санкт-Петербурзької державної художньо-промислової академії ім. О. Штігліца: «викладання малюнка в художньо-промисловому вузі має здійснюватися в тісному взаємозв'язку між малюванням загальним – «академічним і спеціальним, призначеним для застосування в будь-якій конкретній галузі творчості» [1, с.45]. У положенні загального навчального плану ЦУТР барона Штігліца вказується, що академічний малюнок, «розвиваючи художнє почуття і розуміння, не має на увазі вищих, суто художніх цілей», як, наприклад, в Інституті ім. І. Рєпіна, «а прикладна мета мистецтва – застосування його до промислових виробництв і ремесел. Інакше навчальний заклад не виконає свого завдання і тільки перетвориться в погану академію мистецтв» [1, с.45]. Минуло більше століття з тих пір, як було сформульовано вищенаведене положення, але воно залишається справедливим і на сьогоднішній день.

Робоча програма з рисунку повинна відповідати зазначеним вище вимогам. Найкращим рішенням буде відвести академічні години на вивчення фундаментальних законів образотворчого мистецтва, а на самостійній та домашній роботі виконувати завдання з творчими пошуками, виконувати вправи на розвиток образного мислення, завдання з творчої інтерпретації зображення. Але цю роботу не можна пускати на самоплив, вона повинна організовуватись і керуватись викладачем, який зобов'язаний ставити задачі, контролювати хід роботи, проводити консультації.

Практична реалізація даного методу організації навчального процесу повинна полягати в наступному. Під час академічної частини аудиторних годин на першому курсі використовується метод малювання з натури. Основним об'єктом вивчення є натюрморт з простих натурних постановок геометричних тіл та предметів побуту, які б дозволяли студентам в ході практичної роботи здобути необхідний запас теоретичних знань з правил конструктивної та перспективної побудови предметів, світлотіньового мислення, оволодіти навичками зображувальної грамоти, здобути вміння приводити рисунок до тонової цільності та композиційній єдності. Крім того, в ході виконання цих завдань студенти повинні здобути навики використання різних художніх засобів, розвивати свій естетичний смак і творчі здібності, навчитися реалізувати їх в ході навчальної роботи.

Натюрморти повинні складатися таким чином, щоб завдання поступово ускладнювались, відповідаючи принципу систематичності та послідовності навчання. Це означає, що кожне наступне завдання є продовженням попереднього та, в свою чергу, стає основою для рішення подальшого завдання.

Основна увага на початковому курсі, в академічній частині, повинна бути зосереджена на конструктивній побудові, де вирі-

шується питання перспективи, конструкції, композиції. Студента потрібно привчати не змальовувати обриси предметів, а вчити мислити об'ємно, бачити і розуміти конструкцію.

Академічний курс першого семестру повинен складається із завдань з малювання натюрмортів з поступовим рухом від конструктивного малюнка геометричних тіл до натюрмортів з предметів побуту з конструктивною побудовою і тональним моделюванням. Ці завдання можна розбити на дві групи – малюнок навчального натюрморту з геометричних тіл та малюнок навчального натюрморту з предметів побуту. В свою чергу кожну з цих груп можна розбити на три завдання.

Перша група.

- Лінійний конструктивний рисунок натюрморту з геометричних тіл.
- Конструктивний рисунок натюрморту з геометричних тіл з умовним введенням тону.
- Тоновий рисунок натюрморту з геометричних тіл.

Друга група.

- Лінійний конструктивний рисунок натюрморту з предметів побуту.
- Конструктивний рисунок натюрморту з предметів побуту з умовним введенням тону.
- Тоновий рисунок натюрморту з предметів побуту.

Всі предмети цього світу тривимірні, вони об'ємні, як і сам світ. Мета рисунка – передати в двомірному просторі площини тривимірний об'єм. В основі навчання малюнку стоїть завдання розвитку у студента здатності мислити об'ємами в просторі і бачити складність світу через прості поняття [2, с.5]. Але зважаючи на те, що в сучасних умовах часу, відведеного на проведення практичних академічних занять, недостатньо для виконання всіх

завдань, частина з них переноситься на самостійне та домашнє опрацювання. Воно спрямовано на виконання завдань розвитку творчих здібностей, здобуття навичків робити начерки та замальовки, володіння художніми матеріалами,. Вся робота проводиться під пильним контролем викладача, незважаючи на те, що вона проводиться в не аудиторний час.

Якщо на аудиторних заняттях студенти малюють тільки графітним олівцем, то під час самостійної та домашньої роботи они мають необмежені можливості у використанні різних художніх матеріалів залежно від задуму та поставленої задачі. На цих заняттях можна запропонувати виконувати такі види творчої діяльності:

- завдання зі створення композиції натюрморту за уяви або за запропонованими моделями;
- завдання з малювання натюрморту за пам'яттю;
- створення конструктивного зображення об'ємної композиції з геометричних тіл з врізанням одних предметів в інші;
- творча інтерпретація, стилізація або декоративна переробка (наприклад, декоративно-площинне стилізоване зображення) попередньо намальованого або нового натюрморту;
- виконання натюрморту з використанням різних графічних матеріалів (туш, перо, пензель, м'які матеріали (вугілля, сангіна, пастель тощо)), використання кольору в графічній роботі;
- виконання різноманітних начерків та замальовок.

Стилізація в мистецтві – це процес надання творчому твору рис іншого стилю. В образотворчому мистецтві за допомогою даного прийому предмети або фігури знаходять умовні форми. В рамках курсу академічного малюнка для дизайнерів проводяться вправи, як з аудиторними постановками, так і з природними рослинними і тваринними формами, з пейзажними моти-

вами. При цьому в хід йде активне використання узагальнення, графічної фактури, контуру, пошук силуету [1, с.48].

В даному дослідженні не розглядається спеціальна підготовка дизайнерів, а проводиться дослідження тільки в контексті навчальної дисципліни «Рисунок». Запропонована програма дозволяє об'єднати в навчальному процесі різні види рисунка – академічний рисунок, який базується на малюванні з натури навчальних натюрмортів для здобуття основних базових знань з образотворчого мистецтва та творчого або декоративного рисунка, що розвиває творчі здібності, дає навички роботи з різноманітними художніми матеріалами. Академічні і творчі завдання проводяться практично в один і той же період часу, доповнюючи один одне, але не заважаючи студентам виконанню конкретних специфічних навчальних або творчих задач, що присутні в різних видах навчальної діяльності.

Правильно складена програма з дисципліни «Рисунок» дасть можливість студенту навчитися не тільки відтворювати форму з натури, але й вміти творчо її перетворити, знаходячи конструктивні, пластичні, декоративні, матеріальні властивості, навчитися, крім найбільш використовуваного інструменту зображення в навчальній діяльності графітного олівця, вміло використовувати й інші графічні засоби (туш, фломастер, перо, пензель, м'які матеріали, кольорові олівці, акварель, гуаш тощо).

Розглянувши особливості викладання дисципліни «Рисунок» можна відзначити, що рисунок, як і раніше є основою художньої освіти та естетичного розвитку в системі підготовки студентів-дизайнерів, але потребує певних змін в системі організації навчально-методичного процесу з дисципліни. Необхідність таких змін обумовлена специфікою навчальної дисципліни, яка тісно пов'язана з творчістю дизайнера.

Список використаних джерел:

1. Алиева О. Особенности академического рисунка в обучении дизайнеров / О. Алиева, Т. Субботина // Культурологические чтения – 2018. Межкультурный плюрализм в поликультурном и полиязычном мире: сборник материалов международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 14-15 марта 2018 г.). – Екатеринбург : УрФУ, 2018. – С. 44-48. [Електронный ресурс] – Режим доступа: http://hdl.handle.net/10995/63422. – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 04.04.2019

2. Краморов С. Конструктивный рисунок: учеб. пособие для студ. Вузов / С. Краморов. – Омск: Издательство «Академия», 2005. – 110 с.

3. Лопухова С. Рисунок у підготовці студентів – майбутніх графічних дизайнерів. / С. Лопухова // Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. Науковий журнал. Київ: Видавничий Центр КНУКіМ, 2018. – с. 42-49.

4. Удріс І. Формування проектно-образного мислення як провідна складова дизайнерської освіти / І. Удріс // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми формування естетичної культури майбутніх дизайнерів», Кривий Ріг, 2017. – с.26-28.

УДК. 7.012.001.891

КРЕАТИВНІ ПРОЕКТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УДОСКОНАЛЕННІ ДИЗАЙН-ОСВІТИ ФАХІВЦІВ З ДИЗАЙНУ ОДЯГУ

Ніколаєва Тетяна Вадимівна,
кандидат технічних наук, професор,
завідувач кафедрою художнього моделювання костюма
Шафранська Тетяна Вікторівна,
аспірант кафедри художнього моделювання костюма
Київського національного університету технологій та дизайну

Ключові слова: *компетентності, фахова освіта, проектна діяльність, презентація результатів.*

Система сучасної освіти скерована на творчий та креативний розвиток майбутнього дизайнера, що пов'язано з формуванням відповідних фахових компетенцій в процесі навчання; формування знань та умінь є необхідною, але не головною метою освіти. Для майбутнього фахівця важливою є здатність застосувати набуті знання, вміння та навички для вирішення конкретних проектних ситуацій та проблем, що виникають в реальній діяльності. Теоретична складова освіти значною мірою поступається компетентністю –орієнтованій практичній підготовці.

Поняття практичних проектних компетентностей передбачає креативну скерованість та розвиток особистісної результативності в творчих напрямках діяльності.

Аналіз фахових компетентностей майбутнього дизайнера дає можливість визначити індивідуальні освітні стратегії, обрати оптимальні технології навчання та механізми оцінки фахових

знань студентів. Сучасні креативні засоби теоретичної та практичної підготовки майбутніх дизайнерів сприяють формуванню висококваліфікованих фахівців, конкурентоспроможних на ринку праці. Професійна майстерність дизайнера є першою умовою його реалізації як фахівця, що працює з інноваційними технологіями проектування, творчо вирішує фахові проблеми.

В проектній діяльності дизайнера об'єднуються наукові принципи та художні складові, що формують креативний проектний образ. Освоєння засад проектної діяльності повинно стати стрижневою характеристикою майбутнього фахівця, оскільки знання та здібності реалізуються в практичній роботі.

Дизайнер створює новий об'єкт, відштовхуючись не тільки від заданої функції та призначення, а розглядує при цьому проблему в цілому, зв'язки між її частинами, осмислено формує напрямки творчого мислення та долає стереотипи. Професійна діяльність вимагає від дизайнера формування певних властивостей: оригінальності образної уяви, нестандартного підходу до постановки та вирішення проблем, сміливості в прийняті рішень, інтуїції та здатності прогнозування.

Метод реальних креативних проектів знаходить все більше розповсюдження в системі творчої освіти. Процес освітньої підготовки дизайнерів одягу в Київському національному університеті технології та дизайну передбачає обов'язкове виконання реальних креативних проектів, що містить створення принципово нових форм та видів сучасного костюма, на основі використання знань про різноманітні культури та напрямки мистецтва, біонічні об'єкти та інноваційні матеріали. В процесі виконання проекту студенти розвивають вміння збирати інформацію, аналізувати та висувати креативні гіпотези, визначати проблему та завдання досліджень за допомогою евристичних методів. Надзвичайно важ-

ливим є виховання комунікаційних здібностей, вміння працювати в команді, обговорювати та оптимізувати очікувані результати.

В процесі виконання проектної роботи студенти створюють не тільки нові види одягу, але формують цілісний знаковий образ, що включає різноманітні доповнення, аксесуари, зачіску та макіяж, всі необхідні складові креативного стилю та іміджу. Майбутні фахівці навчаються рекламувати та презентувати результати виконання реального проекту в рамках Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів «Сузір'я «Каштан»», фінал якого щорічно проводиться на Міжнародній виставці «Київ-Фешн».

Вирішення реальних проектних дизайнерських задач передбачає використання різних методів та засобів навчання, а також необхідність інтегрувати знання та вміння з різних сфер науки, техніки та культурного середовища в практичну діяльність. Практичне проектне навчання найбільш успішно сприяє вихованню самостійності в прийнятті рішень, відповідальності та креативності у формуванні творчих фахових компетентностей дизайнера.

Список використаних джерел:

1. Fashion-бизнес: теория, практика, феномен / под ред. Николы Уайт и Йена Гриффитса; пер. с анг. – Минск.: ГревцовПаблишер , 2008. – 272 с.

2. Теория и практика создания моды / Юнийя Кавамура; пер. с анг. – Минск: Гревцов Паблишер, 2009. – 192 с.

3. Джексон Т. Индустрия моды / Т. Джексон, Д. Шоу; пер. с анг.: – Киев: Баланс Бизнес Букс, 2011. – 400 с.

4. Кудрявцева Н. Актуализация профессиональных компетенций дизайнеров одежды в контексте проблем современных зрелищных искусств / Г. Кокорина, Н. Кудрявцева. – Технології та дизайн. – 2013. – № 3. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2013_ 3_17. – Назва з екрану. – Дата звернення: 02.04.2019.

УДК 746.4:39(477)

СЕМАНТИКА МІФОПОЕТИЧНИХ РЕКОНСТРУКЦІЙ В АВТОРСЬКІЙ КОЛЕКЦІЇ КОСТЮМІВ ЛЮДМИЛИ СЕМИКІНОЇ

Папета Олена Валеріївна,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри графічного дизайну
Інституту мистецтв Київського
університету ім. Бориса Грінченка.

Ключові слова: *семантика, костюми, одяг, традиція, нонконформізм, образно-пластичне рішення, творчий метод.*

Представлені тези є результатом мистецтвознавчого дослідження авторської серії костюмів художниці Людмили Семикіної. Основним напрямком даної роботи є аналіз семантики міфопоетичних реконструкцій скіфо-сарматських і давньоруських костюмів, виконаних автором в 1960-1990 роках. Авторське прочитання сакральних, естетичних, функціональних завдань костюма стало, по суті, пластичним втіленням духовного кредо художниці, зробило можливим провести паралелі з древніми культурами, що вплинули на формування мегакультурного контексту сучасної України. Комплексний аналіз колекції костюмів Л. Семикіної, таких як «Княжа доба» та «Скіфський степ», дозволив виявити особливості художньо-пластичного світосприйняття автора, характер формальних прийомів, властивий її художній манері. Розглядається проблема синтезу проектного, пластичного і колірного рішення строїв, де Л. Семикіна виступає в іпостасях теоретика, художника, дизайнера, конструктора.

Художницею Л. Семикіною була зроблена щира спроба переосмислення ролі костюма як найважливішого засобу презентації індивідуума. Образно-пластичний аналіз її колекції переконливо доводить, що будь-яку епоху можна зрозуміти не тільки через літопис, історію чи матеріальну культуру, а й через еволюцію одягу. З часів неоліту одяг за допомогою цілого набору пластично-образотворчих засобів репрезентував владу, релігію, окремого індивідуума, будучи при цьому одним із символів національної самоідентифікації. Актуальність даної теми набуває важливих рис на сучасному етапі історичного розвитку української культури, оскільки не тільки побутова, але й офіційна функція строю була і залишається одним з наочних способів демонстрації соціального статусу людини.

В процесі роботи над образно-символічним рішенням своїх костюмів Л. Семикіна зверталася до археологічних артефактів і реконструкцій, що давало їй можливість простежити трансформацію символіко-сакральних функцій костюма. При цьому вона виділяла його роль як одного з головних атрибутів, які виконували репрезентативну функцію для представників духовної та соціальної ієрархії. Багато прикрашений сакральними символами, її одяг наочно демонструє роль костюма як складного знаково-символічного комплексу. Для Л. Семикіної особливе значення має колористичне і пластичне рішення костюму – художнього втілення її естетичних і моральних пріоритетів. Тут мисткиня виступає як самобутній інтерпретатор історичних форм, адаптуючи їх для сучасного прочитання. Її образи - це не тільки фантазії на історичну тематику, але й результат синтезу численних вражень від археологічних знахідок, історичних реконструкцій, літератури, трансформованих крізь «фільтри» її художнього бачення. Художниця не просто веде діалог з минулим, а своєю творчістю немов нагадує сучасникам: «дух предків живе в нас».

Звертаючись до міфопоетичних образів древніх культур, що існували на території України, вивчаючи архітектурні пам'ятники, фольклор, етнографію Л. Семикіна прийшла до образно-пластичної трактуванні костюма як одного з найбільш виразних засобів духовного і естетичного коду етносу. Річ (одяг, предмети побуту) народилася з тих же джерел, що і словесний міф, оскільки саме міфологічним було свідомість людини в момент виникнення самої матеріальної культури. І перша річ була матеріальним аналогом світу, відповідним знанням людини в цей момент. Для глибокого проникнення в семантику образно-метафоричної мови художниці важливе розуміння циклічності культурних процесів, які вона сприймала як можливість «передачі» знання емпіричним шляхом. Її образний ряд на кшталт мови, який так само, як і творчий процес, є розвивається, відкриту «бібліотеку» взаємопов'язаних символів і елементів. Орнамент, що прикрашає костюми Л. Семикіної, органічно пов'язаний з поверхнею тканини, її пластикою і абрисом. Він - невід'ємний елемент в створенні цілісного образу, який і є по суті «образ світу». Послідовний семантичний аналіз костюмів із серії «Скіфський степ» (1968 р, 1993 - 1996 рр.) дає можливість провести паралель з реконструкціями скіфських прикрас і жіночого одягу на підставі археологічних розкопок скіфо-сарматських поховань на території України.

Авторська серія костюмів Л. Семикіної – яскраве і переконливе свідчення того, як істинний талант в найнесприятливіших умовах здатний знайти адекватний художній мову і реалізуватися в творах високого мистецтва. Творчий пошук спрямував Л. Семикіну до невичерпного джерела ідей, образів і форм, які в її інтерпретації набули форм духовної і естетичної гармонії. Тому важливим є розуміння концептуального характеру творчої роботи художниці.

Рис. 1 Сарматський цар. 1993-1996 рр

Рис. 2 Скіфська цариця. 1993-1996 рр.

Рис. 3 Фрагмент оздоблення строю.

Список використаних джерел:

1. Семикіна Л. Високий замок: каталог / Л. Семікіна. – К.: Видавництво «Задумливий страус», 1996. – 110 с.

2. Тканко З. Моделювання костюма в Україні XX століття: навч. посіб. / З. Тканко, О. Коровицький. – Львів : Брати Сиротинські і К, 2000. – 96 с. : іл.

УДК 7.067/091.4+792.8:7933+796.4

СЦЕНІЧНІ ОБРАЗИ «ЖИВОГО СРІБЛА»

Цимбалюк Олена Костянтинівна,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри графічного
дизайну та мистецтва книги
Української академії друкарства
(Львів)

Ключові слова: *театр, мода, спорт, образ, шоу, акробатика, танці, «Зірки Галичини», «Живе срібло».*

Понад двадцять років тому один з провідних львівських художників сценічного костюма 1980–90-х рр. XX ст. Володимир Фурик втілив на сцені Національного академічного українського драматичного театру імені Марії Заньковецької свою давню ідею передати образ динамічного світу незвичними засобами. На думку художника, прецедентів поєднання на одній сцені, моди, танцю і спорту, які уособлюють, на його думку, ідею руху, змін, небагато. Тому ним було вирішено сумістити покази колекцій одягу із видовищними виступами спортсменів.

У Львові при кафедрі гімнастики тодішнього інституту фізичної культури було створено Театр спорту (керівник А. Сениця), у якому дотепер організовують спортивно-танцювальні шоу за участі титулованих спортсменів та юних вихованців. Поряд з тим, у середині 90-х р. на всю Україну зазвучали імена молодих дизайнерів, тоді ще студентів Львівської академії мистецтв, які

здобували престижні призові місця на всеукраїнських та міжнародних конкурсах і фестивалях моди. Ідею об'єднати талановиту молодь у єдиній видовищній виставі «Зірки Галичини» було втілено В. Фуриком у грудні 1996 року.

Для художника основоположною в театрі моди стала його колекція червоно-чорних вишуканих жіночих суконь «Вогонь і Вода». У процесі підготовки до спільного видовищного шоу автор вперше залучив до її показу спортсменів із Театру спорту, для яких створив сценічні образи: у першій частині презентації колекції відбувся показовий виступ культуристів, потім виступили двоє талановитих гімнастів-акробатів Аліна та Михайло Сениці. Ідея колекції «Вогонь і Вода» полягала у відображенні потужної сили стихії води та вогню. Натомість, коли вони поєднуються, то несуть смерть. Актори перевтілювались у чортенят, які «бісяться» довкола моделей доти, поки вогонь і вода не очищують довкілля від нечисті. Власне рух надає життєвої сили, за думкою художника, не тільки людям, але й стихії, яка також підвладна динамічній силі мінливого світу. Доповнювала сценічні образи музика Олега Розумовського

У період співпраці Театру спорту із театром моди «Зірки Галичини» художник запропонував іншу назву творчому колективу – «Живе срібло». Для В. Фурика емоційні і образні виступи гімнастів-акробатів асоціювались із живою матерією, що як дзюркотливий струмок переливається сріблом мінливих хвиль. Різноманітні трюки у виконанні акторів-гімнастів, підсилюють сприйняття творчих колекцій одягу.

У ті ж 1990-х рр. у Львові, на базі культурно-спортивного клубу «Зірки Галичини», мета якого полягала у всебічній підтримці творчої молоді регіону, виник конкурс молодих дизайнерів одягу. Це дало поштовх до народження шоу-агенції «Зірки Галичини»,

яке готувало «зірок» подіуму. Таким чином природно поєднались як малі видовищні форми театри «Живе срібло» від інституту, «Вогонь і Вода» В. Фурика та модерн-балет «Життя» під керівництвом народної артистки України Ірини Мазур. Отож, мода, спорт і танець поєднались у єдиному, феєричному, багатогодинному шоу. Воно отримало назву театру моди «Зірки Галичини» під керівництвом Володимира Фурика. За його задумом, цей театр мав бути таким самим мобільним, рухливим, як і всі театральні трупи, але його специфіка – це всебічна підтримка молодих дизайнерів, для яких кожен показ колекції, особливо у номінації арт-мода – це у першу чергу великі, непосильні для молоді фінансові витрати. Планувались регулярні гастролі театру моди райцентрами та обласними містами Галичини.

У «Зірках Галичини» свої творчі колекції (виконані під керівництвом викладачів ЛАМ) презентували дизайнери В. Возняк, О. Даць, О. Зубченко, О. Крукеницька, Р. Полякова, Н. Полева-Громова і О. Бондарук, О. Ступак, Н. Сабадишин та інші, фірми «Галвестмода» і «Браво». Невід'ємним атрибутом шоу був конкурс краси. Доповнювали презентабельні видовища актори Львівського театру-ательє «Крива люфа», виступи співаків Наталії Потапенко (костюм від В. Фурика), Руслани Лижичко, Кості Гнатенка, Олександра Білозуба тощо.

Танцювально-акробатична програма театру «Живе срібло» пластично поєднувалась, за задумом В. Фурика, із виступами окремих співаків, і, головне – із показами колекцій як зматеріалізованої ідеї руху, що є умовою життя. Такий сценічний трюк, як висока «піраміда», виконаний гімнастами-акробатами, утворював арку, крізь яку урочисто і презентабельно проходили учасниці, моделі з колекцій.

Окреме місце в «Зірках Галичини» посіла колекція «Вередливі удовиці», створена Дарією Зав'яловою, ще однією провідною львівською художницею театру. Авторка засобами сценічного костюма вдало відтворила світ блазнів і світ королів, які, як відомо, часто перемішуються. Роль блазнів виконували Аліна та Михайло Сениці та інші актори театру «Живе срібло».

Театр «Живе срібло» під керівництвом Володимира Фурика виступав ще у 1997 р. як із сольними номерами, так і з театром моди «Зірки Галичини». Незважаючи на вкрай важкі часи для акторів театру та молодих дизайнерів, перспектива подальшого розвитку у тій чи іншій формі була, якби не передчасний відхід у вічність його керівника у 2000 р. Не дивлячись на невеликий термін існування театру «Живе срібло», виступи його акторів залишили свій слід в історії розвитку вітчизняної видовищної культури.

УДК 75:39(476)

ФІЛАТЕЛІСТИЧНА ГРАФІКА ЛЕОНІДА ДЕНИСЕНКА

Папета Сергій Павлович,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри мистецтв
Київського університету культури

Ключові слова: *мистецтво, рисунок, контраст, світлотінь, філателія, марка, контур, козак, українка, конкурс.*

Перші марки були створені Леонідом Денисенком в межах добродійної акції матерьяльної допомоги школі на території найбільшого українського табору для переміщених осіб в німецькому місті Діллінген. Вони були випущені Комітетом фонду допомоги рідній школі для поштових оплат в межах табору. 22-річний випускник варшавської Графічної школи зробив ескізи двох марок: з портретом Івана Франка (вартістю 20 пфенігів) та портретом Тараса Шевченка (вартістю 50 пфенігів).

Зважаючи на малий формат марки, головним завданням художника було зробити зображення легким і приємним до сприйняття, проте, не за рахунок втрати художньої якости. Молодий митець цілком упорався з тим нелегким завданням. Поле обох марок він поділив за правилом «золотого перетину». В меншій частині, праворуч, у восьмикутній рамі розташовано портрети класиків української літератури, в більшій – краєвиди, які мають відношення

до їхніх біографій. Рисунок облич Франка і Шевченка відрізняється барельєфною чіткістю контурів і досить контрастним характером світлотіньового моделювання. Саме тому навіть у невеликому форматі вони залишаються цілком впізнаваними. В якості ілюстрації до марки з портретом Франка художник обирає індустріальний пейзаж часів промислової революції. Він має символізувати те, що саме Франко першим підняв у великій літературі голос за пролетарів. На марці з портретом Кобзаря Денисенко створює комбінований пейзаж, який у символічній формі фіксує початок і кінець життя великого поета України. На першому плані зображено батьківську хату, звідки розпочався шлях нікому невідомого хлопчика-кріпака, а позаду – могила поета в Каневі, що перетворилася на національну святиню.

Того ж 1948 р. Л. Денисенко отримав замовлення від сина гетьмана Скоропадського Данила на виготовлення трьох марок з нагоди 30-річчя проголошення незалежної гетьманської держави. Показово, що познайомившись з роботами молодого митця в Лондоні, Данило Скоропадський настільки оцінив його хист, що приїхав до Німеччини, аби доручити цю справу саме йому. Проте, історія цього замовлення розвивалася немов детективний сюжет. Після того, як художник зробив марки вартістю 20, 50 і 100 гривень і відіслав їх до Лондона, вони мали потрапити до типографії у Новій Зеландії. Проте дорогою рекомендований лист таємниче зник і його сліди були ретельно замасковані. На збереженій у художника фотокопії тих марок бачимо два портрети Гетьмана, в молодому і зрілому віці, з атрибутами влади і державності на берегах, а також мапу України з прирізаною Ростовською областю.

Більш щасливим виявився проект 1953 р. За ескізами Л. Денисенка Український комітет взаємодіючих організацій Австралії

видав серію пам'ятних марок з нагоди 35-ої річниці проголошення незалежної Української держави. Серія знов таки складалася з трьох марок вартістю 2, 5 і 10 гривень. На одній з них, як і перед тим, було зображено мапу України, але вже без Ростовської області. На двох інших – козака з бандурою і шаблею та молоденьку українку в святковому строї з снопом пшениці у руках. Видання марок, окрім відзначення річниці української незалежності, мало й символічний підтекст, оскільки саме цього року помер гнобитель українського народу Сталін.

Ще одна, цього разу вже напівдетективна історія з марками, відбулася з Л. Денисенком 1955 р. Австралійським урядом було оголошено конкурс на проект поштової марки для відзначення повоєнної еміграції до країни. Художник надіслав на конкурс два проекти і на початку 1956 р. навіть отримав подяку від міністра пошти й телеграфу. Після цього ані Денисенко, ані жоден з 300 учасників конкурсу більше нічого не чули про долю своїх робіт. Лише через 40 років, а саме 1995 р., в поштовому архіві хтось з працівників натрапив на конкурсні проекти. З цієї нагоди було організовано унікальну мистецьку виставку під назвою «Мільйонний емігрант», яка об'їхала всю Австралію і мала широкий розголос у засобах масової інформації.

Марки, представлені Л. Денисенком на конкурс, відрізняються притаманним йому тонким розумінням узагальненої графічної форми і характерним образно-символічним змістом. На одній з них дужий молодий чоловік тримає на піднятих догори руках емблеми мистецтв, землеробства, техніки. Згодом цей образ, тільки у вдосконаленому вигляді, художник використає для оздоблення енциклопедичного довідника «Українці Австралії», про який йшлося в розділі «Книжкова графіка». На другій марці представлено молоду родину на тлі земної кулі. Зображення

рельєфно вирізняється на темному тлі. До речі, в обох роботах він використовує свій улюблений знак зірки. Порівнюючи марки Л. Денисенка з роботами інших конкурсантів, опублікованими в австралійській пресі, варто зазначити, що твори нашого співвітчизника вигідно вирізняються на загальному тлі професіоналізмом і мистецькою якістю. Думається, що якби тоді у 1956-му дійсно дійшло до конкурсу, у нього були б чи не найбільші шанси на перемогу.

Лебедина пісня Л. Денисенка в царині філателістичної графіки – проект державної поштової марки України, присвячений її незалежності. В досить складній, насиченій емблемами і символами композиції художник представляє головні ознаки державності: герб, прапор, законодавчий орган, релігійні й історичні святині, прикордонний стовп. Для напису він обирає шрифт, розроблений на основі рукописних ініціалів доби бароко за часів першої української держави 1918 р. Таким чином він перекидає місток між минулим і сьогоденням.

Список використаних джерел:

1. Одарченко П. Денисенко Леонід Дмитрович. – [Електронний ресурс] Режим доступу: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=21629 – Назва з екрану. – Дата звернення 07.04.2019

2. Папета С. Графіка Леоніда Денисенка в контексті мистецтва української діаспори / С. Папета // Молодий вчений. – 2017. – № 9 (49). – С. 208-211

УДК 75:39(476)

ТВОРЧІСТЬ ЙОШІ ЯМАМОТО В СУЧАСНІЙ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Пенчук Олександра Петрівна,
кандидат технічних наук,
доцент кафедри дизайну і технологій
Томкова Аліна Василівна,
магістрант факультету
дизайну і реклами
Київського національного
університету культури і мистецтв

Ключові слова: *модельєр, японський дизайн, мода, колекція.*

У 1960-х рр. японські дизайнери вийшли з економічного та промислового буму. Це було початком першого «азіатського вторгнення» в світ моди, і на початку 1980-х рр., імена Рей Кавакубо (RewKawakubo) та Йоші Ямамото (YohjiYamamoto) були вельми популярні. Рей Кавакубо і Йоші Ямамото були першими кількома японськими дизайнерами, які визнали захоплення японським мистецтвом та ідеєю модернізму через канали розробки технологій, візуальних образів та тривимірних фігур. Вони вперше справили справжнє враження на світ моди у 1982 р., створюючи японську естетику. Їх вихід на міжнародну сцену моди не просто збентежив, але зачарував багатьох в індустрії моди. У цій праці обговорено значення конструкцій Р. Кавакубо та Й. Ямамото на міжнародних модних подіумах в 1990-х рр. у зв'язку з конкретними методами будівництва та матеріалами, які вони використовували у своїх колекціях.

У своїй праці «Оцінка ескізних підходів до культурних досліджень у модних концепціях Парижа» Д. Гілберт розкриває проблему просування брендів та аналізує глобальний вклад Й. Ямамото у розвиток дизайну не лише в Японії, а й у Європі. Але дослідник не розкриває проблему розвитку тогочасного дизайну. Т. Хатакаяма у своїй дисертації «Критичний аналіз двох японських дизайнерів» розкриває проблему розвитку іменного стилю Й. Ямамото та Р. Кавакубо, висвітлює увесь творчий шлях дизайнерів їхні злети та падіння [4], однак не висвітлює тему особистого життя дизайнерів та їхній вклад у світ японської моди.

А. Комарова розкриваючи індивідуальність стилю Й. Ямамото розповідає про колосальний вклад митця у індустрію моди та пояснює його погляд на жіночу моду з іншого ракурсу. Для початку японський дизайнер відмовився асоціювати жінку з дорогою лялькою. В жіночій моді він утилізував усе симетричне. На думку Й. Ямамото, якщо річ бездоганна, – вона створена не для живої людини, а для манекена. А значить, цю модель можна вважати «мертвою». Моторошно, але в цьому і полягає вся загадковість Й. Ямамото [2].

Випускник лондонського університету у своїй роботі висвітлює проблему Нав'язливого вінтажу. Д. Джеймсон розповідає про Р. Кавакубо, як про революційного митця, який перевернув людське бачення дизайну одягу. Доводить, що саме Рей ввела чорний колір в топ трендів сьогодення [5]. Джордж у своїй праці не розповідає про творчий шлях Йоші Ямамото та схожість в дизайні з Р. Кавакубо.

У своїй книзі Й. Ямамото розкриває секрет власного новаторського дизайну, бачення та сприйняття навколишнього середовища і те, як він переносить усю свою фантазію в повноцінні грамотні колекції одягу [6].

Ілюстровані фотографії Крейда Мак Діана, Інеса і Вінода, Макса Вадукула та Ніка Найта, кожен розділ розповідає про певну тему – його філософію, впливові розширення в сценографії, злітно-посадкова смуга, монографічні виставки та дизайн костюмів, що надає важливу інформацію про історію Й. Ямамото, одного з найбільш загадкових іконоборців модних дизайнерів нашого часу.

С. Лалло-Морар у своїй книзі Вчення про Міяке, Кавакубо та Ямамото ознайомлює та пояснює процес дослідження шляхом контекстування подій моди, які, можливо, вплинули на трьох японських дизайнерів [7]. У розділах пояснюються цілі дослідження, методологія та дослідження дизайну.

Перша дебютна колекція Й. Ямамото розкривається в статті С. Франкель. Свою дебютну колекцію дизайнер виставив в 1972 р. Це було колекція модного одягу для жінок і марка, під якою вона вийшла називалася скромно і просто: «Y». Першою буквою від імені і прізвища автора. І лише через п’ять років, досягнувши визнання, великий майстер світової моди почав представляти колекції під свої ім’ям в Токіо. С. Франкель описує перші нотки слави, які оточили дизайнера та стимулювали до подальшої клопіткої роботи та світового визнання. Автор переконана, що перша колекція «Хіросіма шик» є втіленням світу Ямамото [1].

У своїй дисертації Сан Тіан висвітлює концепцію кожної колекції Рей Кавакубо та Йоші Ямамото. Стверджує, що роль Кавакубо у проекті Commedes Garçons має більше спільного з ідеями концептуального художника Дж. Балдесарі, ніж з іншими дизайнерами. Наприклад, замість використання звичайних ескізів дизайну або драпірування, Кавакубо дозволяє її команді, яка складається з художників, перетворити свої абстрактні ідеї у форму. Роль Кавакубо в процесі проектування демонструє паралелі

з позицією Балдесарі як творчого «композитора» його творчості, наприклад, «Записки про живопис» (1969-1970). У цій роботі Бальдесарі наказав чотирнадцяти художникам малювати картини з серії фотографій, які входили до його колекції робіт. Хоча художники завершили роботу у своєму власному стилі, а їхні імена були відображені на полотнах, робота була віднесена до Балдесарі – позиціонування картин як документації ідеї. Подібним чином, Кавакубо формулює концепцію та наказує своїм підлеглим виконувати її ідею якомога тісніше, але з власним унікальним підходом. Для творчості дизайнерів одягу часто потребуються фешн ілюстрації. Однак, як і Белдесарі, Кавакубо бере на себе роль композитора чи режисера і надає її шаблонам набагато більш активну і творчу роль у розробці остаточних об'єктів моди. Це припускає, що, як і Белдесарі, Кавакубо бачить концептуальну моду як таку, що визначається ідеями, що спираються на неї, а не фізично виробленого модного об'єкта [8].

Отже, Ямамото та Кавакубо були одними з перших дизайнерів в Японії, які почали демонструвати власне бачення дизайну одягу та вносити деконструктивізм та модернізм в свої колекції.

Список використаних джерел:

1. Armstrong, Lisa. «Deconstructing Yohji.» British Vogue (August 1998): 134-137.

2. Chua, Lawrence. «Exploring the Yamamoto Cult.» Women's Wear Daily (April 1988).

3. Hildreth, Jean C. A New Wave in Fashion: Three Japanese Designers, March 1-April 24, 1983.Phoenix, Ariz.: The Arizona Costume Institute of the Phoenix Art Museum, 1983.

4. Critical Analysis Of Two Japanese Designers, Takashi Khatakayama, 2017, p.89

5. The Obsession With Vintage Clothing, George Jameson, p.57, 2016

6. Yohji Yamamoto, YohjiYamamoto, 2014, p.245.

7. A Study of Miyake, Kawakubo and Yamamoto: Identifying their Success Factorsas Revolutionary and Innovative Designers since the 1980s, SANDHYA LALLOO-MORAR, 2012, p.321

8. Takashina, Shuji. «Japonism: An Aesthetic of Shadow and Fragment.» In Japonism in Fashion.Edited by A. Fukai. Tokyo: Kyoto Costume Research Foundation, 1996

УДК 002.2:655:76-053.2

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН У ТВОРЧОСТІ ЄВГЕНІЇ ГАПЧИНСЬКОЇ

Аметова Лілія Маметівна,
викладач комп'ютерної графіки
Київської інженерної гімназії,
аспірантка Інституту
мистецтв Київського
університету ім. Бориса Грінченка
ORCID ID 0000-0001-8785-8701

Ключові слова: *Євгенія Гапчинська, графічний дизайн, початок XXI ст., Україна, марки, книжкова графіка.*

Графічний дизайн в творчості Євгенії Гапчинської – окрема сторінка її діяльності, яка на сьогодні вже потребує осмислення й аналізу як наукова проблема. Враховуючи той факт, що сам феномен творчості цієї художниці на тлі українського мистецтва початку XXI ст. досі не став предметом окремого дослідження, хоча й увиразнюється з-поміж доробку інших сучасних вітчизняних митців, наявна актуальність заглиблення в означене питання.

Від 2002 р. художниця почала виготовляти каталоги-буклети власних творчих робіт, що стало початком створення її брендбуку. Значущою етапною роботою стало оформлення книги І. Малковича «Ліза та її сни» видавництва «А-ба-ба-ла ма-га», 2005 р. [2]. Потому розроблялися невеличкі книжечки «Трёхлетняя Мона» та «Комнатный ангел Гоша» (2007 й 2008 р., рос. мовою) «Дурацкие шапки» (видавництва «GAPCHINSKA» 2008–2010 рр., друк «Новий друк») Є. Гапчинської, в яких остання виступала не лише ілю-

стратором, а й автором [4]. Надалі було оформлення «Піратських історій» Олени Комової 2008 р., де можна було насолодитися спілкуванням з дітлахами. Крім іншого, мисткиня оформлювала книжкові видання «Матильда» й «Чарлі та шоколадна фабрика» Роальда Дала (обидві 2009 р., видавництво «А-ба-ба-ла-ма-га»), що поклали початок новій галузі дизайну в її творчості.

Надалі були «зрілі» роботи в книжковому дизайні 2010-х рр.: «Йога для ангелов» (путівник по фізичним вправам, Видавництво «Ексма», 2016), «Аліса в країні див» та «Аліса у задзеркаллі» Л. Керолла 2017 та 2018 р. видавництва «А-ба-ба-ла ма-га»). Паралельно авторка вийшла й на ансамблеві форми дизайну зошитів, щоденників, блокнотів, нотатників-записників, органайзерів, де, як і в книжках, насамперед, пропонувала обкладинки та ілюстрації зі світом своїх доросло-дитячих насельників.

Перша з усіх оформлених книг стала етапною. Вона була введенням Є. Гапчинської в світ книжкової графіки з елементами оцифрування, де мисткиня намагалася пристосувати окремі образи дитинства до вимог сучасної поліграфічної продукції. Оскільки стилістика її творів цілком підходить для ілюстрування саме дитячої книги, цей перший досвід був вдалим. Для цієї книги художниця намагалася вжитися в світ творчості кількох відомих світових майстрів пензля та олівця, оскільки оповідь передбачала знайомство з художнім світом окремих знаних світових майстрів. Адже за задумом І. Малковича дівчинка Ліза, якій подобається живопис, замріявшись, опиняється у майстернях визначних художників кшталту С. Ботічеллі, В. Ван Гога, С. Далі і навіть дещо допомагає їм створювати свої непересічні шедеври. Досить складним завданням для Є. Гапчинської було застилізувати твори різних знаних авторів з урахуванням втручання своєї героїні книги й виконати їх під власним «соусом», аби в цілому книжкове

оформлення було вирішено в одному мистецькому ключі. Завдяки вдумливому ставленню і якісному виконанні цього дебютного ансамблю оформлення, книга отримала кілька відзнак: Найкраща дитяча книжка 2005 року (Національний конкурс «Книга року-2005»), диплом за найкраще дитяче видання 2005 року (Львівський Форум видавців). Мистецьке та комерційне визнання дозволило перевидати означену книгу 2007 і 2011 рр. російською мовою та 2011 р. англійською мовою. Це була не єдина книга з доробку Є. Гапчинської в графічному дизайні, яка розійшлася кількома великими накладами для російської й англомовної аудиторії, завдяки чому популяризувалася сучасна українська література для дітей. Зокрема, пізніше трьома мовами 2017 і 2018 р. було видано книжки Л. Керолла про Алісу в країні див й у Задзеркаллі в оформленні Є. Гапчинської.

2008 р. у видавництві «Умный ребёнок» вийшла друком книга Олени Комової, що писала перед тим для журналу «Пізнайко», під назвою «Піратські історії». В основу ідеї книги покладено історії про дотепних і чутливих корсарів-флібустьєрів, які грають в олов'яних піратиків й обожнюють квіти. Дизайн цього подарункового видання на розкішному папері було виконано зі створенням ефектів малюнку на полотні. У високохудожньому професійному оформленні Є. Гапчинської ця книга 2010 р. отримала відзнаку й потрапила до щорічного каталогу кращих дитячих книжок світу «White Ravens 2010», який видає Мюнхенська міжнародна дитяча бібліотека.

Ілюстрації до цих та наступних поліграфічних видань художниці визнавалися на престижних закордонних виставках. Зокрема, 13 грудня 2010 р. у центрі Нью-Йорка в Українському інституті Америки твори дизайнерки експонувалися у складі групи митців (К. Лавра, С. Ус, К. Штанко, В. Гаркуші) на відкритті виставки

«Для малюків від 2 до 102». Результати роботи над темою Аліси зі світу Л. Керолла мисткиня тріумфально представила на виставці сучасної поліграфічної продукції «Book Heart: світ книжкової ілюстрації» (2018) [1].

Останні дві роботи в галузі оформлення книги включають елементи перфомансу. Адже герої «Аліси в країні див» та «Аліси в Задзеркаллі» оживають при наведенні на них смартфону і перетворюються у 3D-зображення. Цей інтерактив став можливим завдяки програмістським розробкам «доповненої реальності», що стали можливими за участі Е. Ахрамовича, власника компанії Art Nation. При скачуванні відповідної програмки будь-який гаджет дозволяє зробити з переглядання книги із оформленням Є. Гапчинської міні-шоу з театральними ефектами. Партнером проекту та розробником додатку АТБ-Wonderland виступила компанія Live Animations. У сукупності промоушен, маркетинг та менеджмент у просуванні цього графічного продукту дозволив видати означений двотомник накладом у понад 350 тисяч екземплярів. Відповідно, комерційний успіх видання з ілюстраціями мисткині із застосуванням девайсів є очевидним.

Паралельно дизайнерка експериментувала з упаковкою. На початку 2010-х рр. в мережі магазинів «ДЦ» (нині «Watsons») з'явилися серії кремів, мила, зубних щіток, парфумів і шампунів в ексклюзивній упаковці Є. Гапчинської. Продовженням стала співпраця з кондитерським брендом «Любимов». Насамперед, в галузі упаковки шоколадних цукерок. Романтична колекція Korzinka від «Любимов & Гапчинская», по суті, стало злиттям двох брендів для подальшого фінансового успіху просування смаколиків на вітчизняному та європейському ринках. Родзинкою цієї розпочатої тогоріч співпраці, що триває і досі, стала вкладена у кожну коробку цукерок авторська ексклюзивна лис-

тівка Є. Гапчинської, дійсно «постачальника щастя №1». Пізніше поводилися експерименти– мармелад поєднувався з іграшкою в дизайні Є. Гапчинської на кшталт кіндерсюрпризу.

Упаковкою за функцією є й оформлення наборів для дитячої творчості «RANOK Gapchinska», що з'явилися в доробку дизайнерки з 2010-х рр.. Вони є продовженням розробок замальовок та наборів для малювання, що орієнтовані на запити творчих дітлахів. Окрім канцелярії та оформлення різноманітних паперово-картонних коробок, що знаходяться в царині графічного дизайну, Є. Гапчинська з часом почала виконувати дизайн пластикових боксів і різноманітних футлярів, які вже дотичні до промислового дизайну, що розповсюджуються також через торговельну мережу великих гіпермаркетів штибу «Епіцентру». Таким чином, поступово був розроблений асортимент виробів, де задіяні практично всі напрямки графічного дизайну з векторами до дизайну середовища і промислового дизайну [3].

Отже, графічний дизайн у творчості Є. Гапчинської займає важливе місце. 0При цьому вона екстраполює в дизайн-оформлення розроблені нею в станкових образотворчих роботах образні знахідки. Експерименти з сучасними девайсами та стереозображеннями дозволяють їй створювати оновлений світ 3D-графіки в книжковому дизайні, що виводить її на роль однієї з провідних майстринь вітчизняного мистецького всесвіту.

Дизайн книги «Ліза та її сни» І. Малковича, виданої у 2011 р видавництвом «А-ба-ба-ла-ма-га» (англійською мовою).

Є. Гапчинська. Пазли «Аліса».2019.

Список використаних джерел:

1. Впервые в Нью-Йорке показывают украинские иллюстрации лучших детских книг. – [Электронный ресурс] Режим доступа: https://gazeta.ua/ru/articles/culture/_vpervye-v-nyujorke-pokazyvayut-ukrainskie-illyustracii-luchshih-detskih-knig/532598?mobile=true. Загл с екрана. – Дата обращения 07.04.2019

2. Ліза та її сни. – [Електронний ресурс] Режим доступу: http://ababahalamaha.com.ua/uk/%D0%9B%D1%96%D0%B7%D0%B0_%D1%82%D0%B0_%D1%97%D1%97_%D1%81%D0%BD%D0%B8. – Назва з екрану. – Дата звернення 07.04.2019

3. Школьна О. Інтегрування творів образотворчого мистецтва в дизайн середовища на прикладі творчості Євгенії Гапчинської // Артпростір. 2018. №3. С. 97–100, 129.

4. Gapchinska – [Електронний ресурс] Режим доступу: // http://www.gapart.com/index.php?option=com_gallery2&Itemid=8&id=116&page=1. – Назва з екрану. – Дата звернення 07.04.2019

УДК 002.2:655:76-053.2

ОБРАЗНІ І ЗОБРАЖАЛЬНІ ЗАСОБИ СУЧАСНОГО ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ, ІНСПІРОВАНІ ХУДОЖНИКАМИ ЕПОХИ МОДЕРНІЗМУ (НА ПРИКЛАДІ АНІМАЛІСТИЧНИХ РОБІТ ФРАНЦА МАРКА)

Шрамко Тетяна Вікторівна,
аспірант І року навчання
аспірантури за спеціальністю
022 Дизайн
Київського національного
університету
культури і мистецтв

Ключові слова: *графічний дизайн, зображальні засоби, колір, пляма, експресіонізм, анімалістика, Франц Марк.*

Сьогодні одним із пріоритетів соціо-комунікативних зв'язків та культури сприйняття є розвиток дизайну. Його засади сформувалися у добу модернізму, коли в експериментальній творчості митці, фактично, задекларували стирання меж між мистецтвом і побутом. Митці доби модернізму творили передусім пласт елітарної культури, оскільки нова художня форма, притаманна їхнім роботам, була наскрізно пронизана неординарними філософськими поглядами, відчуттям нової епохи. Але їхні новаторства вже на той час почали впливати на формування об'єктів масової культури. Сьогодгі, зокрема, таке явище можемо спостерігати у різноманітній дизайнерській продукції, де популярні графеми трансльовані через графічний дизайн.

Зважаючи на це, виникає необхідність ретельного розгляду творчих образів митців, погляди і твори яких стали впливовими у дизайні. Зокрема, завданням наших тез є потреба з'ясувати, як

у сучасній дизайнерській практиці застосовується індивідуальне бачення та техніка митців-модерністів того часу, а також – які образи найчастіше імпплікуються у предмети нашого щоденного вжитку.

Нашу увагу привернули анімалістичні образи німецького експресіоніста Франца Марка. Їх часто можна зустріти як принтове зображення на футболках, на екологічних полотняних сумках, на блокнотах та інших канцелярських приладах.

Для початку, зануримося в теоретичні аспекти дизайну і виокремимо саме ті зображальні засоби, які нас цікавитимуть у Марка в першу чергу. З цією метою проаналізовано декілька основних класифікацій засобів дизайну. Наприклад, Ф. Пармон та Т. Кондратенко у своїх наукових роботах серед основних засобів композиції розглядають лінію, пляму та штрих [3]. Інші дослідники окрім лінії і плями називають колір [1].

І. Шорохов розширює перелік засобів зображення, і, разом з тим, більше конкретизує особливості кожного з них. Звернемо увагу на ті засоби, які найбільше нас цікавлять. Лінія через «плавність, плинність і спрямованість» дозволяє «виявляти пластичні якості форми». Штрихові лінії здатні наділяти зображення об'ємно-просторовими якостями. А пляма (тональна та колірна) «використовується для того, щоб в ескізі композиції вирішити тональні контрасти, які закладають основу виразності» [4]. На думку Г. Горіної, лінія як основа малюнка має бути виразною, експресивною і привертати увагу до форми; а пляма є певним чорно-білим або кольоровим заповненням всередині силуету форми, причому в її зображенні використовується різна площа плями [2].

Тепер спробуємо проаналізувати визначені зображальні засоби дизайну в картинах художника – експресіоніста Франца Марка. Головна тема Марка, якій він надавав містично-символічного

значення, зображення тварин. Як засвідчують його анімалістичні твори, митець відчував потребу передати стан та емоціїї тварини через емпатію. Його фігури тварин подані у єдності з навколишнім середовищем природи. І якщо ми завдамося питанням, якими ж засобами він досягає подібної єдності і сили образу, то спостереження дозволять виокремити колір і пляму. Художник дійсно вмів засобом кольору надати емоційної насиченості та уявного музичного звучання. Тому анімалістичні етюди Марка набувають позачасового, космічного характеру. Вони творять особливий графічний образ, який визначається динамікою форм, діалогом вільних кольорових плям, напруженим яскравим колоритом.

Франц Марк особливо відчував природу, а тварин вважав «вищими істотами» і намагався знайти в їхньому житті особливе відчуття себе всередині природи, яке, на жаль, в сучасних реаліях майже втрачене людиною. Саме тому, на нашу думку, багатогранність поглядів митця мала певний вплив на філософію дизайн-творів. І сьогодні важко собі уявити образи Марка на будь-якій продукції «агресивного» змісту: адже вони завжди зберігають зв'язок зі сферою мистецтва, з тонкими відчуттями людини.

Більш детально розглянемо дві відомі картини, виконані у ранній експресіоністичний період (1911–1914 рр.) (рис. 1, рис.2).

Марк намагався не стільки спостерігати за тваринами, скільки дивитися на світ їхніми очима. У його живописі відстежується деяка схожість з первісним мистецтвом та сучасними техніками графічного дизайну – несподівані поєднання кольорів, нюансове подання, яке водночас увиразнюється контрастами через застосування компліментарних кольорів; яскрава, чиста палітра, характерні напружені форми.

У полотні «Блакитний кінь» (1911) яскраво виражене наростання форми за масою, фігура тварини займає майже весь про-

стір аркушу. В картині зумисне нівелюється пряма перспектива, елементи узагальненні за своїми експресивними рухами. Подекуди застосовуються переходи кольорів (градієнти), колір глибокий на периферії колірних плям. В обох полотнах саме колір і пляма у їхніх найбільш експресивних характеристиках стають основними зображальними засобами.

Рис 1. Блакитний кінь (1911). Олія, полотно.
112 х 84.5 см. Міська галерея у будинку Ленбаха, Мюнхен.

У роботі «Слон, кінь, віл. Зима» (1914) використовується умовний поділ простору на площині, кожна з яких має власне символічне зображення. Зображення подане одразу з кількох ракурсів. Тому контури кожної з тварин на площині начебто множаться та подвоюються один за одним. Можна виокремити основні зобра-

жальні засоби у цій роботі: знову ж таки, пляма; колір, який не має зв'язку з реалістичним забарвленням тварин, а повністю виведений уявою художника; тонка контурна лінія, що викликає призматичний ефект. Митець не оперує релістичними об'ємами, а лише дає натяк на них.

Рис 2. Ф. Марк. Слон, кінь, віл, зима. (1913-1914). Полотно, олія. 84 х 80 см. Приватна збірка.

Узагальнюючи, можемо стверджувати, що саме означені зображальні засоби стають поширеними і в дизайні XX ст. Окрім того, аналіз творів Ф. Марка засвідчує, що дизайн часто застосовує не лише його образи, але й саму практику творення екпресіоінстичного образу. І якщо в сучасному дизайні колір використовується по-різному, то саме цей експресіоністичний аспект вивільненого кольору, – подібний до вживаного Ф. Марком, – дозволяє дизайнеру-графіку досягнути емоціної

насиченості та «звучання» барв». Проте застосування образів Марка у дизайнерській продукції завжди зберігає нерозривний асоціативний зв'язок з мистецтвом і не підходить для застосування в рекламі товарів і послуг наскрізно прагматичного спрямування.

Щодо образних засобів, то у Марка слід відзначити особливу сугестію образу, що здатна відтворити у глядача власне емпатію, на якій вибудуваний твір художника. Анімалістичні образи Марка несуть у собі повідомлення про крихкість світу природи і спонукають до дбайливого ставлення до навколишньої дійсності, що, як наслідок, дає духовне розуміння і бачення світу.

Список використаних джерел:

1. Вітчинкіна К. Обґрунтування засобів дизайну як основи побудови дизайн-проекту / ВІСНИК ХДАДМ. – №1. 2010. – С. 19–20.

2. Горина Г. Моделирование формы одежды. – М., 1981. – 184 с.

3. Пармон Ф., Кондратенко Т. Рисунок и графика костюма: учебник для ВУЗов. – М., 1987. – 208 с.

4.Шорохов И. Основы композиции. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Просвещение, 1986. – 207 с.

5. Rita Gilbert. Living with Art. Therd Edition. Copyright 1992 by Rita Gilbert McGraw-Hill, Inc. 450 p.

УДК 7.06

ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ У ТВОРАХ УКРАЇНСЬКИХ ХУДОЖНИКІВ ТЕКСТИЛЮ XXI СТ.

Журавель-Змєєва Лілія Сергіївна,
аспірант І року навчання
аспірантури за спеціальністю
022 Дизайн
Київського національного
університету культури і мистецтв
ID ORCID 0000-0001-5242-3599

Ключові слова: *художній текстиль, нетрадиційні матеріали, авторські техніки, виставки художнього текстилю, експериментальний текстиль.*

Художній текстиль, в концепції сучасного мистецтва, давно покинув межі галузі ужитковості, здобув власні, неповторні ознаки самостійного мистецького жанру. Текстильні твори сьогодення наповнюються сенсом, втілюючи ідеї авторів, не обмежуючись, а ні форматом, ані площиною, ані конкретним матеріалом. Активно взаємодіючи з простором, переходячи у формат інсталяції, художник текстилю маніпулює найрізноманітнішими матеріалами [4].

Так, виставки сучасного художнього текстилю нині – це майже театральне дійство, де глядач не лише споглядає, а й активно взаємодіє, подекуди навіть бере участь безпосередньо у процесі творення [3]. На таких заходах митці працюють, як зі звичними матеріалами м'якої групи: нитка, хутро, вовна, пряжа, шнур, тканина; так і з нехарактерними матеріалами: метал, дерево, кераміка, пластик, поліетилен, тощо [8].

Більшість художників текстилю виходячи за межі традиційних технік, експериментують у пошуках власного стилю, винаходять власні принципи роботи, авторські техніки, балансують на межі жанрів поєднуючи на перший погляд не поєднуване: шкіру і металеву сітку, дерево і пряжу, тощо.

Так одним з найбільш несподіваних та різко актуальних матеріалів сьогодення, до якого звертаються художники у всіх видах, особливо пластичного, мистецтва є всі види пластику, поліетилену, целофану і таке інше. Надзвичайно цікавим в цьому ключі є проект Наталки Шимін «Трансформація». Майстриня використовує в якості основи-полотна для творення мистецького образу пакувальну плівку «пінобабл». Формуючи українські народні традиційні мотиви таким несподіваним та сучасним чином, мисткиня формулює нові значення традиційних елементів, наче вписує їх у сучасність [6]

Галина Дюговська – автор, що звертається до більш натуральних, проте не менш несподіваних для текстилю матеріалів. В якості каркасних направляючих для своїх творчих робіт художниця використовує лозині, дерев'яні чи металеві прути. Такий авторський підхід дає можливість працювати з об'ємом, або просто робити твори мереживно-прозорими без зайвого перевантаження опорами [7].

Ще одним цікавим варіантом використання у текстилі нехарактерних матеріалів є роботи подружжя Кондратюків, які практикують поєднання в своїй творчості техніки традиційного килимового ткацтва з дерев'яними елементами: рельєфами, пластичними вставками, горельєфами та подекуди навіть у об'ємно-просторових композиціях доповнюють твір повноцінною круглою скульптурою. У тому ж руслі поєднання традиційного текстилю з дерев'яними елементами працюють Катерина Тарасевич і Михайло Гривінський. Свої роботи майстри демонстрували на численних

виставках художнього текстилю зокрема на Міжнародній бієнале художнього текстилю «Скіфія» 2018 р. Особливість їх праць формується за рахунок візуального “переплетення” текстилю з дерев’яним обрамленням. Художники зосереджують свою увагу на традиційних геометричних мотивах, що активно зустрічаються у народній вишивці і ткацтві. Однак дерево бере участь у формуванні цих мотивів на рівні з текстилем, що освіжає осучаснює традицію та формує новий текстильний образ.

Ще однією з провідних художниць текстилю, що працює з поєднанням матеріалів є Ярослава Ткачук. Майстриня є знаною в поєднанні традиційних та ворсових технік ткацтва, текстурних перепадів, оздоблення фурнітурою та використанням металевих накладок, що формують, подекуди, ключові фрагменти композицій. Так, наприклад, руки на гобелені , «Мамай», руки та обличчя у триптиху «Як птахи», «Засватана», «Мироносиці», тощо. Текстурні перепади та фактуру художниця формує за рахунок використання різноманітних плетень, шнурів, намистин та інше. Цікаво, що колірна гама робіт авторки дуже стримана, побудована на мінімальних відтінках, максимально наближених кольорів до невибіленого волокна [2].

Україну в світовому просторі текстилю гідно представляє художник Руслан Колмиков. Цей митець працює у своєрідній та неповторній манері поєднання металу та нитки. Металеві саморізи виступають основою твору, а нитка зв’язує та формує, як абстрактні так і впізнавані образи. Абстрактні та предметні композиції художника вражають площинністю при наявності реального об’єму, скидаються на ткані за умов відсутності переплетення. Техніка виконання цих творів створює у сприйнятті безліч протиріч [1].

Сучасний художній текстиль, що вийшов за межі традиційних технік та підходів зазіхає на можливості різних мистецьких

жанрів, всотує в себе їх можливості і водночас дає традиційним мистецьких технікам та підходам шанс на сучасне нове дихання. Синтез запропонований сучасними митцями художнього текстилю існує і у всесвітньому мистецькому руслі [5].

Художники позбавлені обмежень у матеріалі вільні у своїй творчості, відкриті для пошуків та експериментів. Техніки якими вони користуються не написані, не відредаговані, не визнані. Всі вони є результатом власного винаходу, дослідження та практики. Хтось з майстрів не бажає ділитися секретами авторських технік, хтось – навпаки, з легкістю про них говорить. У будь якому випадку всі ці авторські підходи до творення нового текстильного образу мають місце у сучасному мистецтві, збагачують українську культуру та творять майбутнє. Вивчати та ділитися цими уже знайденими знаннями для формування нових фахівців та винайдення нових і нових підходів має бути загальною метою мистецтвознавців, художників та шанувальників.

Список використаних джерел:

1. Artnews.one, стаття Художники Украины: Руслан Колмыков, від 05.07.2017р. http://artnews.one/ru/hudojniki-ukrainyi-ruslan-kolmyikov.bX6LL/

2. Made in Ukraine, інтерв'ю «Ярослава Ткачук», від 12.10.2010р. http://made-in-ukraine.info/yaroslava-tkachuk/

3. Кусько Г. Сучасний український текстиль: еволюція, досвід, перспективи, УДК 746.1(477), Студії мистецтвознавчі. К.: ІМФЕ НАН України, 2009. № 1(25), с. 113-117

4. Кусько Г. Рух мистецтва тканини в Україні, Художній текстиль. Львівська школа: Альбом, Авт.-упоряд. Т. Печенюк. Л., 1998., С. 78.

5. Гончар К. Текстиль та contemporaryart. Точки перетину, Художні практики початку XXI століття: новації, тенденції, перспективи: матеріали всеукр. наук.-практ. конф., 24 листопада 2017 р., Київ., Київський державний інститут декоративно-прикладного мистецтва і дизайну ім. Михайла Бойчука. К., 2017., 427 с.

6. Сліпченко К. Коди «Трансформації» стаття у виданні

ZAXID.NET від 23.11.2017р. https://zaxid.net/kodi_transformatsiyi_n1442300
7. Титова Е. «Под сенью ангела», стаття з сайту Севастопільського художнього музею ім. М. Крошицького, від 03.07.2013р. http://www.sevartmuseum.info/2013/07/pod-senjuangelov.html
8. Чегусава З., Печенюк Т. Художній текстиль як складова національно-культурного простору (про Першу та Другу всеукраїнські трієнале художнього текстилю), УДК 746.1(477)(061), Студії мистецтвознавчі., К.: ІМФЕ НАН України, 2009., № 1(25)., С. 79-99.

УДК 7.05:76:130.2

ДИЗАЙН ТА ПРОЕКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ДИЗАЙНЕРІВ В КОНЦЕПЦІЇ «КЕНТАВРИСТИКИ»

Черкесова Інна Григорівна
заслужений діяч мистецтв України
професор кафедри інженерних конструкцій і водних досліджень
Одеського національного морського університету

Ключові слова: *дизайн, кентавристика, проектна діяльність, компліментарність.*

Дизайн як професійний напрям творчо-проектної діяльності намагається синтезувати професійні компетенції інженерно-технічного рівня (фахівця ІТ, комп'ютерної графіки), художника, архітектора, психолога, менеджера, маркетолога. На певних етапах розробки проекту дизайнер виконує функції перелічених фахових напрямків. Утворюється своєрідна форма проектного творення, яку можна позначити як «кентавр» – поєднання непоєднуваного. Дизайн взагалі є «кентавром»: поєднанням науки, техніки і мистецтва. Таке поєднання різних типів мислення привело до виникнення й розвитку самостійного напрямку проектно-творчої діяльності, що має власну історію, теорію, практику [1]. Даніїл Данін, творець суперечливої і майже не визнаної науки кентавристики прозорливо передбачив появу у реальності феноменів не сполучуваності наукового і художнього, яка полягає в тому, що сполучається художньо-образне мислення з логічним,

науковим. Такі різні види мислення, осягнення дійсності, роздумів про світоустрій – втілення науковості й художності (естетики) в одній особистості формують людей-фахівців подвійної обдарованості, що досягають успіху в обох сферах – науки і мистецтва одночасно, наприклад, Леонардо да Вінчи, Олександр Бородін, Анрі Ван де Вельде, Василь Кричевський.

За думкою автора концепції кентавристики, Д. Даніна, кентавр – це метафора поєднання непоєднуваного, при чому протилежні за природою складові співіснують цілком гармонійно, не обмежуючи власних проявів. Головне, що в цій метафорі відсутня боротьба та перемога якоїсь однієї складової над іншою – кентавр уособлює компроміс, конвергенцію, компліментарність [2]. Потрібно зазначити, що Д. Данін розглядав свою кентавристику як спробу наукового опанування універсального феномену поєднання непоєднуваного у природі, історії, культурі.

Дизайн взагалі і є данінський кентавр, що завдяки поєднанню зусиль обдарованих особистостей інженерів, виробників, митців протягом півтори сотні років свого розвитку став Третьою культурою кінця другого – початку третього тисячоліття. Потрібно зауважити, що коли Д. Данін розробляв свою кентавристику, дизайн як проектна самостійна галузь вже існував. Кентавристика виявилася єдиною наукою, що спромоглася пояснити підстави феномену дизайну як проектної культури. Хоча викладання кентавристики розглядалося її автором як педагогічний експеримент (авторська інтерпретація загальноосвітнього курсу «Концепції сучасного природознавства»), Д. Данін доводив, що ця дисципліна має гідну мету викладання – збудження пізнавальної безкорисливості юнацтва, сприяння розвитку абстрактного мислення, духовного розвитку особистості, що набуває фахових компетентностей [2].

Великий данський фізик Нільс Бор, засновник квантової механіки, висунув принцип доповнюваності або принцип компліментарності, який поклав в основу кентавристики її творець. Цей принцип є дієвим у матеріальному світі органіки і неорганіки. Суть його в тому, щоб не порушити цілісність і тим самим не знищити форму, щоб утворився синтез непоєднуваного (живі організми, характеристики людей з свідомістю, культури людського суспільства) потрібні засоби доповнення. Людське середовище й складається з доповнень: велике-мале, біле-чорне, день-нічь, тепле-холодне, збудження-гальмування. Стосовно зорового сприйняття та диференціації електро-магнітного випромінювання мозком людини можна назвати контрастні пари кольорів, що викликають найбільше подразнення (швидке втомлення) ока людини з відповідними відчуттями: червоний-зелений, оранжевий-синій, жовтий-фіолетовий. Одночасно ці кольори є доповнюючими – компліментарними, що виявляється за певних умов їх використання та сприйняття. Нільс Бор виявив, що зустріч абсолютно непримиренних один одному протиріч досягає єдності у природі завдяки принципу доповнення – компліментарності. Учений довів, що принцип доповнюваності проявляються в усіх галузях знань – у біології, у психології, у лінгвістиці.

Дизайн як абсолютно новий вид діяльності людини – проектної культури – можна позначити як кентавр – поєднання непоєднуваного у формуванні людського середовища життя на сьогоднішньому рівні інформаційно-технічної цивілізації.

Ми вважаємо, що принцип компліментарності (доповнюваності) потрібно закласти у базис формування сучасного дизайнера та його професійної діяльності.

Список використаних джерел

1. Дзогій Н.С. Генеза поняття «дизайн». Біоресурси іприродокористування. – Т.5, № 3-4,

2013. – С.163-172. – [Електронний ресурс]. – Режим досту-пу:www.irbis-buv.gov.ua/cgiirbis_64.exe?2PDF/bpc_20. – Назва з екрану. – Дата звернення 04.04.2019

2. Данин Д. Кентавристика. Программа курса. – М., 1997. – Назва з екрану. – Дата звернення 04.04.2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://kamen-jahr.livejournal.com/462861.html. – Загл. з екрана. – Дата обращения 04.04.2019

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

Всеукраїнської науково-практичної конференції
Київського національного університету
культури і мистецтв

ДИЗАЙН-ОСВІТА ЯК ГАЛУЗЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

18-19 квітня 2019 року
Київ, Україна

Редактор:
Удріс-Бородавко Н. С.

Дизайн і комп'ютерна верстка:
Болтенков А. Г.
Чистіков О. П

Підписано до друку 12.04.2019
Формат 70х108 1/16
Друк офсетний. Наклад 300 екз.
Ум. друк. арк 13,88. Обл. вид. арк. 17,01.
Замовлення № 3754.

Видавничий центр КНУКіМ Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 4776 від 09.10.2014

КНУКіМ
2019