

УДК 7.011:687.016

CHUPRINA N. V., PARANKO N. P., PRASOL S. I.,
BARANOVA A. I., KOVALCHUK M. O., OMELCHENKO H. V.
Kyiv National University of Technologies and Design

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.1.

STYLE DIRECTION "UNISEX" AS A DESIGN PRACTICE IN FASHION DESIGN

Purpose. *The study is devoted to defining the basic principles of formation of the style direction "unisex" as a design practice of fashion design; the formulation of generalized image-design characteristics of this style direction for the development of costume collections as a relevant fashion product for mass consumption.*

Methodology of research is based on a comprehensive approach to identifying image-design and artistic-compositional properties of costume collection development, in particular methods of socio-cultural analysis, historical and logical development, system-structural, comparative, compositional and stylistic analysis. At separate stages methods of morphological analysis and synthesis, sociological interrogation are applied.

Results. *The origin of the "unisex" style direction, its features, the obligatory compositional elements in fashion design, the evolution of form, the main elements of products in the style of "unisex" are studied. The stylistic direction of "unisex" is characterized from the standpoint of assimilation of interactive development of men's and women's costume of the twentieth century. The systematization of figurative-design and constructive-compositional features of the main substrates of the style direction "unisex" in the modern market of fashionable clothes of general purpose is carried out. It is identified and characterized the artistic and compositional features of the collection of modern women's clothing in the stylistics of "unisex", taking into account modern materials. The general features of the collection models are systematized and the elements characteristic of the "unisex" style direction, which are the basis for designing the author's collection of women's clothing are structured. The author's collection of women's clothing, corresponding to the tendencies of the "unisex" style direction, has been designed.*

The scientific novelty of the study is to determine the image-design properties of the style direction "unisex" as a design practice in modern fashion design for mass consumption. The degree of aesthetics of the ideological content and gender aspects of the image-project of "unisex" phenomenon in the modern cultural and artistic space is determined. The main elements of the suit, which interactively interact with the design of men's and women's clothing as a fashion product, have been identified.

The practical significance of the study of the main design characteristics of the application of the style direction of "unisex" in clothing design is determined by commercial potential, which allows fashion designers in the mass market segment and clothing brands to reduce production costs and further promotion: a single design, collection for men and women from the same materials, general advertising, etc.

Keywords: *fashion product; fashion design; style direction; unisex; stylistics; fashion trend; author's collection; image-design properties of clothes.*

Introduction. Modern fashion calls the shots – clothing no longer conveys a clear message, styles and shapes are mixed, and gender indicators disappear. People are tired of conventionalities and restrictions, everyone wants true freedom. That is why designers tend to create unisex collections more often, adding masculine touches to women's wardrobe, and loading men's clothing with feminine characteristics. This development is quite

natural in modern mass fashion, because the social roles of men and women are changing as well. Convenience and versatility are the main trends in modern fashion. They are required by the pace of development of the consumer society of the 21st century. The unisex style has become popular nowadays, especially among young people, precisely because of the desire for comfort and convenience in their image. Yet, the designers still distinguish between

men's and women's clothing in the unisex style. The study subject of "unisex" stylistics, the principles of shaping and artistic and compositional features of an outfit is topical in the context of current fashion trends and in line with the development of modern design practices of the fashion system.

Analysis of previous researches.

Fashion has a special place among a number of modern gender representations (M. I. Halitbarova [1], O. I. Sharlai [2]). It is defined as a gender-labelled culture text filled with images of masculinity and femininity and plays a paramount role in modern mass culture, as defined by social scientists O. B. Hofman [3], H. H. Shubin [4] and N. Yu. Maslentseva [5]. The history of clothing makes it obvious that fashion always influences the design of clothes. The way people dress is most closely connected with the changing conditions of historical events and the needs of people, which is substantiated by art critic I. O. Andrieieva [6]. The issue of the relationship between gender and fashion seems to be one of the most critical ones in modern costume design (M. B. Romanovska [7]). There are rapid social, cultural, visual and artistic changes in trendy male and female images. However, while the masculinization of women's outfits is veiled by the message of comfort and has long won the right to exist, the vaccinations of femininity that have been penetrating men's fashion over the past seventy years are perceived by the conservative part of society as a cultural and social catastrophe, which was characterized by Yu. L. Herasimova and N. O. Sosnina in their studies of gender transformations in fashion and outfits [8], as well as M. M. Topalov [9], K. Z. Akopian [10], and M. O. Mikhieieva [11] in substantiating the social aspects of fashion.

For many centuries, the idea of inequality of the status of the sexes, expressed in male dominance in public life and culture, prevailed in society. Radical changes happened with the development of the feminist movement, the social and political movement

of the early twentieth century, under the influence of which modern society evolved and a social and cultural space was created, which was repeatedly emphasized by such scholars as V. D. Leleko [12] and D. S. Likhachov [13]. It was from the mid 20th to early 21st century when due to the intellectual efforts of theorists of post-structuralism and post-modernism that the legitimacy of the patriarchal view of the sociocultural status of the gender was questioned, and the notions of masculinity and femininity ceased to be limited to biological characteristics and went beyond the limits of traditional symbolic parameters, as defined by cultural scientist E. E. Abroze [14], art experts O. K. Baranova and M. V. Domashniaia [15].

The design of mass-produced clothing and its consumption, which actively developed after WWII, in the context of development of the unisex style, comprehensively used elements and details of military ammunition, which eventually became a separate style called "military" [16]. Analysis of the study of military style features for the development of clothing models is provided in works of M. V. Kolosnichenko, K. L. Pashkevych [17], Yu. A. Mantsevych [18], T. V. Lutsker, O. V. Kolosnichenko [19]. Military is also characterized as a trend in modern fashion. The use of elements and parts of military ammunition is its main characteristic. This style is one of the most popular directions in modern fashion [20, 21].

Statement of the problem. The conceptual diversity of design images and outfit style is a characteristic feature of modern design. This is a consequence of the adaptation of different systems of values, traditions, ethnic features, etc. and, as a result, the aesthetic needs of different social groups [4, 6, 22]. This paper aims to analyse the artistic and design features of the models of creative collection of modern women's clothing using unisex style.

Results of the research. In the 21st century, the attitude towards clothing changed its role. In the modern world, all styles are mixed or replace each other. Unisex clothing

meets the modern needs and, accordingly, is popular due to its comfort, utility and democratic nature. Many famous designers see the potential in this style, because it is simple and versatile in terms of purpose and consumption. Nowadays, the role of a woman as a political and economic agent is constantly increasing, so mass fashion faces a complex challenge: image and design freedom of unisex style once again makes it possible to clearly demonstrate the equality of the sexes, but it is necessary to leave a woman a woman through the "emancipation" of the outfit emphasizing her beauty [11].

In its first manifestations, unisex was practically a borrowing or adaptation of men's clothing by women, its decorations or accessories. However, now this trend has reversed. Currently, in the 2020s, this style has given up its position a bit and is not as popular as in the 1990s, but many of its basic elements (jeans, T-shirts, sweatshirts, sneakers, etc.) have become basic wardrobe elements of every modern person due to their practicality. G. Chanel and R. Gernreich are considered the key pioneers and originators of the unisex style, and such designers as K. Klein, J.-P. Gaultier, Y. Yamamoto, and others are considered the leading followers in world fashion of the late 20th century. At the beginning of the 21st century, this style is used by such fashion houses as IDOL, Givenchy, Michael Kors, Prada, etc., as well as such mass-market brands as H&M, United Colors of Benetton, Bershka, Zara, etc.

Since fashion has the cyclic nature, every fashion season sees a come-back of certain elements or entire fashion styles. In 2020, we may clearly witness the return of design images and artistic and compositional solutions of fashion products of the 1970s and 1990s. Yet the makings of this style have occasionally manifested throughout the previous hundred years. G. Chanel has confirmed her innovations, creating a new trend in fashion. She lifted the restrictions on women by dressing them in comfortable clothing. In the late 1950s, women started wearing men's jeans, and in the early

1960s they turned into iconic clothing and became popular around the world. Thus, jeans were considered to be a "gender-free" item of clothing. In the 1970s, skinny girl Twiggy became a manifestation of the "unisex" style. Emaciated creatures having no voluptuous breasts or hips and wearing short "à la garçon" haircuts were en vogue. Many considered unisex to be a fleeting fascination of youth, which was to pass in a few years, but everything turned out quite differently in fashion. This trend has conquered even more countries.

One may say the emergence of the hippie movement in the late 1960s was the first reason for the emergence of the unisex style. Freedom was proclaimed in everything: in clothes, in relationships. Later, punk culture came to the scene with its own peculiarities. It seemed that young people were looking for a way out of their individuality through protest against the entire society. It was very difficult to distinguish between guys and girls who identified themselves as punks: they had the same type of hairstyles, mutilated clothes, etc. [23].

The second reason is the changing social roles of men and women. While in the past only men were engaged in social, political and financial affairs, and women were in charge of family, kitchen and church, after WWI (and later after WWII) life began to dictate other requirements and new responsibilities, which were not refused by most women.

The third reason is the rapid development of postwar culture, science and technology progress in general. Life needed dynamics and a crazy rhythm. Everything that could slow the development down was removed. Lush skirts were replaced by more comfortable pants. Women have become like men.

The unisex style determines the appearance of a person, including clothing, hairstyle, make-up. However, unisex lifestyle requires more than just wearing comfortable items of clothing, fashionable short hair, using a neutral perfume. It is about the world-view. A person refuses the external signs indicative of his/her gender. Thus, a person gets the

opportunity to fully express his/her personality, which is the main feature of fashion in the late 20th century. Fig. 1 and 2 show a comparative description of the interactive development of men's and women's clothing of the 20th century, which makes it possible to follow the development of contemporary fashion and the creation of the stylistic unisex trend against its background.

Thus, the greatest recognition of the unisex style took place in the 1990s when American designer Calvin Klein presented his first unisex collection, where Kate Moss, who was the ideal of beauty of the time and embodied adolescent femininity, became the principal muse and model. After that, the designers started showing their roomy, baggy items of clothing hiding the curves of female models wearing short haircuts, and the men's catwalks were conquered by long hair, transparent T-shirts, and skinny pants (Fig. 3).

Nowadays, more designers produce unisex collections, combining men's and women's clothing with unified image and design characteristics.

Lack of details in clothing that emphasize the gender of the person who wears it is the main feature of the unisex style. Women boldly borrow the cut, models, details, colour solutions from men's wardrobe, and vice versa. Maximum simplicity is the most common embodiment of the unisex style: loose-fitting, shapeless clothes, rough elements in clothing or jewellery, unaccentuated figure, lack of elegance [8, 16]. Currently, it is about mainly oversized clothing, trouser suits, rough and massive shoes.

Many modern designer brands operating in the global fashion market do not actually implement the latest or most innovative techniques in costume design. Multipurposeness of clothes for men and women with an emphasis on comfort, bold experiments with each other's items of clothing, etc., are the main principles based on which this style direction is developed. Declaring the emergence of "gender-neutral" trends in

clothing design, which are literally just men's clothing, they rather demonstrate the ambitious idea that femininity is unacceptable and masculinity is standard rather than seek to strengthen equality. Yet, it is easy to understand why the production of gender-neutral clothing can be a problem for many companies: such pieces of clothing must meet many parameters, primarily the ergonomic needs of the one who wears them (Fig. 4) [19].

In the process of development, the unisex style was divided into several self-sufficient sub-directions, in which the following range or compositional properties of fashionable clothes are usually used in the formation of a design image:

- classic – ties, pants, T-shirts, suits,
- street – ripped jeans, shorts, jean jackets, sneakers,
- safari – neutral, sandy shades,
- globalist and protest – no restrictions, flashy, meaningful, demonstrative,
- military – uniform details, such as rough elements, massive shoes, clear and sharp cut.

Thus, many current fashion trends are combined quite well in the unisex style, as it is based on a harmonious combination of figurative qualities that are unique to men or women.

Development of clothing with military elements was one of the first manifestations of the unisex style. This trend appeared after the end of the WWI and regained its popularity after WWII. At the time, the first casual military-style outfits appeared among women's clothes. Military clothing everywhere had a strong influence on both men's and women's clothes at the time. Women's wardrobe was complemented by coats with patch pockets, pants, overcoats, accent fasteners, silhouettes changed to straight, a stand-up collar was introduced. In the 1970s, representatives of the hippie community consolidated the success of the trend, and then in the 1980s, designers started making clothes of khaki-printed fabrics in everyday pieces.



Fig. 1. Comparative characteristics of interactive development men's and women's costume of the XX century

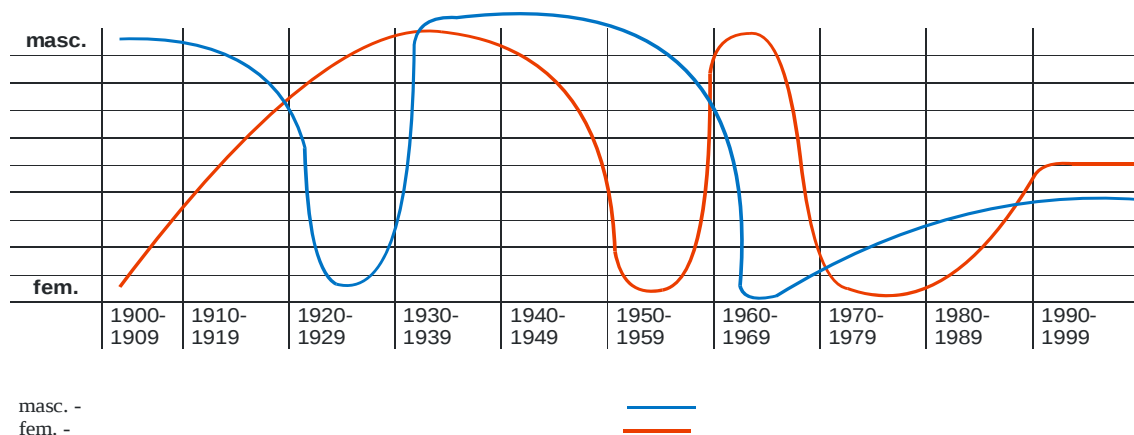


Fig. 2. Chronology of interactive development of men's and women's costume of the XX century



Fig. 3. Collections of designer brands based on the "unisex" style: a – K. Klein, 1990s, b – Haider Ackermann, Jil Sander, Max Mara, Autumn-Winter 2019/20



Fig. 4. Models of fashionable clothes (autumn-winter 2019/2020), made in the style of "unisex" by designer brands: a, b – Haider Ackermann, c, d – Jil Sander, e – Max Mara

Today's military style shows many new combinations of shades of stylization of army fabric and decorations, obtained in the 2000s. Designers create collections that differ in a wide range and versatility of models, with an original approach to design solutions. Only some details remain of the paramilitary unisex clothing of the last century, such as a stand-up collar, a straight silhouette, metal garment accessories, etc. [20, 23].

In the 2020 collections, designers make every effort to exploit the design characteristics of the unisex style, claiming that there is no more gender in fashion, and gender differences between men's and women's clothing are being erased. Therefore, we can see men in skirts and dresses on the catwalks, and women appear in tuxedos, baggy overalls and trouser suits. Women buy items and pieces in men's department stores

more often. They are looking for actual men's clothing as boyfriend jeans, men's sweaters, T-shirts or shirts, rather than variations of men's pieces in women's collections [21, 23].

Characteristics of design and artistic features of unisex fashion clothing design became the basis for the development of the author's collection of women's clothing for general purposes. In order to develop the concept of the design image of the collection, a creative collage was created, which combines product range, colour and texture features of the image, determines the nature and type of potential consumer (Fig. 5).

A poll of a potential target group of consumers was conducted to have a deeper look at the consumer. According to the poll results the average age of women for whom the collection was designed was from 20 to 25. They were involved in the fashion or public

sphere, followed the trends and loved comfortable clothes. Due to the selected artistic and compositional features of the creative source and the poll of potential consumers, a straight and trapezoidal silhouette shape of the outfit was chosen.

The models were designed based on the shapes of men's military clothing in order to create new ones. When designing the collection, aesthetic and ergonomic indicators are taken into account, the developed clothes are comfortable and functional. In the creation of new forms great importance is given to straight silhouette shapes and clear lines of products that emphasize the figure. The sketches use elements of unisex style in the form of wide belts, patch pockets, rough shoes, and reserved hairstyles. The products meet the current fashion trends

and give individuality to those who wear them. Decorative seams and buttons were used to decorate the items in the collection.

Models are made of various materials that give the look some novelty and refinement when combined in sets. For example, the set combines a white elongated cotton shirt and a decorative denim belt applique. The collection uses natural fabrics with a small percentage of synthetics for comfortable wearing and easy care of clothes. The collection combines such products from the range as pants, shirts, dresses, coats, raincoats, jackets, which make different sets and can be combined with each other or with other clothes. The colour palette was chosen for the collection as a result of a detailed analysis of fashion trends (Fig. 6).

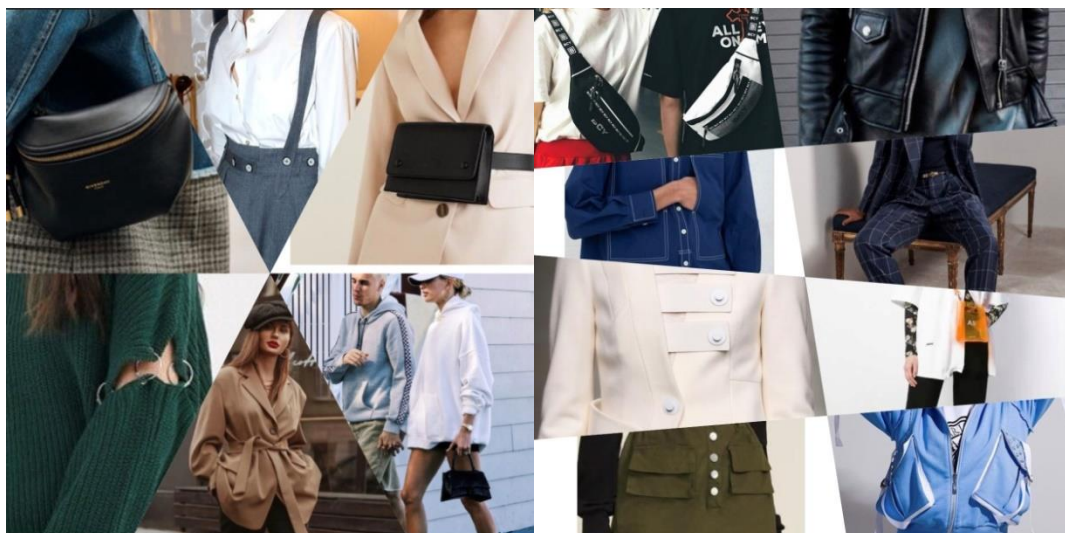


Fig. 5. Creative collage for designing a collection women's clothing in the style of "unisex"



Fig. 6. Sketches of the author's collection of women's clothing, developed in the style of "unisex"

Conclusions. The modern pace of life requires comfortable and practical outfits that would allow people maintaining the rhythm and meeting their needs. Historically, for many centuries the appearance of clothing depended on the environment, social order, and cultural conditions of people's lives.

The idea of costume reformation originated back at the beginning of the century. Since then, women's and men's outfits have confidently converged in their appearance and design characteristics. External social factors that influenced the role of men and women in society were the most important reasons for this transformation.

Thus, the unisex style direction was the result of a long-term convergence of image and design, constructive and compositional positions, accessories and attires of men's and women's outfits. It is very closely related to classical and sports styles, which were actively

developed during the twentieth century. In today's globalised world, gender-neutral clothing has enormous commercial potential: free silhouette shapes, "oversize" sizes and universal patterns and technology that came from sports and comfortable clothing, focused on men and women at the same time.

The paper analyses the design and artistic features of the original source, addresses the historical stages of the process of creation of unisex clothes, analyses the features of the style direction, outlines the design concept of the author's collection, develops a number of sketches for clothing intended for women at the age from 20 to 25, which corresponds to modern fashion trends. At the same time, the collection used topical decorative and constructive solutions of the unisex style and its separate sub-directions, in particular military style.

Література

1. Галитбарова М. И. Мода как феномен культуры: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. культурологии: 24.00.01. Челябинск, 2004. 22 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/moda-kak-fenomen-kultury> (дата звернення: 09.11.2020).
2. Шарлай А. Мнение потребителей и их предпочтения на модном рынке. *Индустрия моды*. 2007. № 4. С. 102–103. URL: <https://modanews.ru/journal/industry/2007/4> (дата звернення: 23.10.2020).
3. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. СПб: Питер, 2004. 208 с.
4. Шубин Г. Г. Мода и эстетическая культура. Москва: Знание, 1987. 199 с.
5. Масленцева Н. Ю. Мода как предмет социокультурного анализа. Прага: Издательство "Vedecko vydavatelske centrum Sociosfera-CZ s. r. o.", 2014. № 2. 172 с.
6. Андреева И. А. Мода и культура одежды. Москва: Знание, 1987. 64 с.
7. Романовская М. Б. История костюма и гендерные сюжеты моды. Санкт-Петербург: Алетейя, 2010. 442 с.

8. Герасимова Ю. Л., Соснина Н. О. Костюм и мода как воплощение гендерных трансформаций. *Человек и культура*. 2018. № 5. С. 44–52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gerasimova-yu-l-sosnina-n-o-kostyum-i-moda-kak-voploschenie-gendernyh-transformatsiy/viewer> (дата звернення: 02.11.2020).
9. Топалов М. Н. Социальные аспекты моды : мода и цивилизация: информационные материалы. Москва: ИСАН, 1991. 46 с.
10. Акоюн К. З. Культура в глобализирующемся мире. *Безопасность Евразии*. 2002. № 4 (10). С. 398–419.
11. Михеева М. А. Костюм как социальное явление. Оренбург: Издательство "Оренбургский государственный университет", 2009. 21 с.
12. Лелеко В. Д. Пространство повседневности в европейской культуре. Санкт-Петербург: СПбГУКИ, 2002. 320 с.
13. Лихачев Д. С. Культура как целостная среда. *Новый мир*. 1994. № 8. URL: http://magazines.russ.ru/novyi_mi/1994/8/lihach.html (дата звернення: 17.12.2020).
14. Аброзе Е. Э. Индустрия моды в условиях глобализации культуры: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / Санкт-Петербургский

государственный университет культуры и искусств. Санкт-Петербург, 2006. 168 с.

15. Баранова О. К., Домашняя М. В. Тенденция развития стиля унисекс в современном ювелирном искусстве. *International Research Journal*. 2016. № 3 (45). С. 53–57: DOI: <https://doi.org/10.18454/IRJ.2016.45.029> (дата звернення: 15.02.2021).

16. Чуприна Н. В. Система моди XX–XXI століття: проєктні практики та чинники функціонування (європейський та український контексти): монографія. К.: КНУТД, 2019. 476 с.

17. Колосніченко М. В., Пашкевич К. Л. Мода і одяг. Основи проєктування та виробництва одягу: навч. посібник. К.: КНУТД, 2018. 236 с.

18. Манцевич А. Ю. Совершенствование методов трансформативного формообразования в дизайне костюма: автореф. дис. ... канд. техн. наук: 17.00.06 / Московский государственный университет дизайна и технологий. Москва, 2013. 20 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/sovershenstvovanie-metodov-transformativnogo-formoobrazovaniya-v-dizaine-kostyuma> (дата звернення: 27.10.2020).

19. Луцкер Т. В., Винничук М. С., Колосніченко О. В., Піддубна О. О., Лазарчук М. А. Художньо-композиційні характеристики моделей колекції жіночого одягу в стилі милітарі. *Art and Design*. 2019. № 1. Р. 117–126. URL: DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2019.1.10>.

20. Мода-2018: Стиль милітари в женской одежде: веб-сайт. URL: <https://ladycharm.net/2018/02/moda-2018-stil-militari-v-zhenskoj-odezhde/> (дата звернення 10.11.2018)

21. Модный журнал: Стиль милітари в женской одежде – Модные тенденции: веб-сайт. URL: <http://fsntrend.com/stil/terminy/militari.html> (дата звернення 07.12.2020)

22. Ферн Э. Дж., Либерзон В., МакГурти К. Б., Постма У. С., Вульф Н. С. Шесть шагов в будущее. Как массовая индивидуализация меняет наш мир. РМО: веб-сайт. URL: <http://www.pmo.ru/six.php> (дата звернення: 21.04.2021).

23. Унисекс – стиль или образ жизни: веб-сайт. URL: <http://http://www.styled.asia/category/people/2012/12/14/13122012175545/#sthash.TGVFRpDS.dpuf> (дата звернення 04.09.2020)

References

1. Halytbarova, M. Y. (2004). *Moda kak fenomen kul'tury* [Fashion as a culture phenomenon]. Extended abstract of candidate's

thesis. Chelyabinsk: Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts. URL: <https://www.dissercat.com/content/moda-kak-fenomen-kul'tury> (Last accessed: 09.11.2020) [in Russian].

2. Sharlaj, A. (2007). Mnenye potrebytelej y ykh predpochteniya na modnom rynke [Consumer opinion and preferences in the fashion market]. *Yndustryia mody – Industriya mody*, 4, 102–103. URL: <https://modanews.ru/journal/industry/2007/4> (Last accessed: 23.10.2020) [in Russian].

3. Hofman, A. B. (2004). *Moda y lyudy. Novaia teoriya mody y modnoho povedeniya* [Fashion and people. The new theory of fashion and fashion behavior]. Saint Petersburg. 208 p. [in Russian].

4. Shubyn, H. H. (1987). *Moda y estetycheskaia kul'tura* [Fashion and aesthetic culture]. Moscow. 199 p. [in Russian].

5. Maslentseva, N. Yu. (2014). *Moda kak predmet sotsyokul'turnoho analiza* [Fashion as a subject of sociocultural analysis]. Praga. 172 p. [in Russian].

6. Andreeva, Y. A. (1987). *Moda y kul'tura odezhdy* [Fashion and Culture of clothes]. Moscow. 64 p. [in Russian].

7. Romanovskaia, M. B. (2010). *Ystoryia kostiuma y hendernye siuzhety mody* [Costume history and fashion gender]. Saint Petersburg. 442 p. [in Russian].

8. Herasymova, Yu. L., & Sosnyna, N. O. (2018). *Kostium y moda ak voploschenye hendernykh transformatsiy* [Costume and fashion as the embodiment of gender transformations]. *Chelovek y kul'tura – Man and culture*: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gerasimova-yu-l-sosnina-n-o-kostyum-i-moda-kak-voploschenie-gendernyh-transformatsiy/viewer> (Last accessed: 02.11.2020) [in Russian].

9. Topalov, M. N. (1991). *Sotsyal'nye aspekty mody: moda y tsyvylyzatsiya* [Social Aspects of Fashion: Fashion and Civilization: Information Materials]. Moscow. 46 p. [in Russian].

10. Akopian, K. Z. (2002). *Kul'tura v hlobalyzyruiuschysia myre* [Culture in a globalizing world]. *Bezopasnost' Evraz – Security of Eurasia*, 4 (10), 398–419 [in Russian].

11. Mykheeva, M. A. (2009). *Kostium kak sotsyal'noe iavleniye* [Suit as a social phenomenon]. Orenburg. 21 p. [in Russian].

12. Leleko, V. D. (2002). *Prostranstvo povsednevny v evropejskoj kul'ture* [The space of everyday life in European culture]. Saint Petersburg. 320 p. [in Russian].

13. Lykhachev, D. S. (1994). Kul'tura kak tselostnaia sreda [Culture as a holistic environment]. *Novyj myr – New world*: URL: http://magazines.russ.ru/novyi_mi/1994/8/lihach.html (Last accessed: 17.10.2019).
14. Abroze, E. E. (2006). Yndustryia mody v usloviakh globalizatsii kul'tury [Fashion industry in the context of cultural globalization]. Extended abstract of candidate's thesis. Sankt-Peterburh: Saint Petersburg State University of Culture and Arts [in Russian].
15. Baranova, O. K., & Domashniaia, M. V. (2016). Tendentsiia razvitiia stilia unysek v sovremennoiu iuvelirnom yskusstve [The trend of unisex style in modern jewelry art]. *International Research Journal*. DOI: <https://doi.org/10.18454/IRJ.2016.45.029> [in Russian].
16. Chuprina, N. V. (2019). Systema mody XX – pochatky XXI stolittia: proiektni praktyky ta chynnyky funktsionuvannia (ievropejs'kyj ta ukrains'kyj konteksty) [Fashion system of the XX – the beginning of the XXI century: design practices and factors of functioning (European and Ukrainian contexts)]. Kyiv. 476 p. [in Ukrainian].
17. Kolosnichenko, M. V., & Pashkevych, K. L. (2018). Moda i odiah. Osnovy proektuvannia ta vyrobnytstva odiahu [Fashion and clothing. Fundamentals of clothing design and production]. Kyiv: KNUTD. 236 p. [in Ukrainian].
18. Mantsevykh, A. Yu. (2013). Sovershenstvovaniye metodov transformativnogo formoobrazovaniya v dizajne kostiuma [Improving methods of transformative shaping in costume design]. Extended abstract of candidate's thesis. Moscow: Moscow State University of Design and Technology. 20 p. [in Russian].
19. Lutsker, T. V., Vynnychuk, M. S., Kolosnichenko, O. V., Piddubna, O. O., & Lazarchuk, M. A. (2019). Khudozhn'o-kompozitsijni kharakterystyky modelej kolektsii zhinochoho odiahu v styli military [Artistic and compositional characteristics of models of the collection of women's clothing in the style of military jewelry]. *Art and Design*. 1. 117–126. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2019.1.10> [in Ukrainian].
20. Moda-2018: Styl' mylytary v zhenskoj odezhde [Fashion – 2018: Military style in women's clothing]. URL: <https://ladycharm.net/2018/02/moda-2018-stil-militari-v-zhenskoj-odezhde/> (Last accessed: 10.11.2018)
21. Modnyj zhurnal: Styl' mylytary v zhenskoj odezhde – Modnye tendentsii [Fashion Magazine: Military Style in Women's Clothing – Fashion Trends]. URL: <http://fsntrend.com/stil/terminy/militari.html> (Last accessed: 07.12.2020)
22. Fern, E. Dzh., Lyberzon, V., MakHurty, K., Postma, U., Vul'f, N. Shest' shahov v budusche. Kak massovaia yndyvdualyzatsiya menuet nash myr [Six steps into the future. How Mass Individualization Is Changing Our World]. URL: <http://www.pmo.ru/six.php> (Last accessed: 21.04.2021).
23. Unysek – styl' yly obraz zhyzny [Unisex – style or lifestyle]. URL: <http://http://www.styled.asia/category/people/2012/12/14/13122012175545/#sthash.TGVFRpDS.dpuf> (Last accessed: 04.09.2020).

СТИЛЬОВИЙ НАПРЯМ «УНІСЕКС» ЯК ПРОЄКТНА ПРАКТИКА В ДИЗАЙНІ КОСТЮМА

ЧУПРИНА Н. В., ПАРАНЬКО Н. П.,
ПРАСОЛ С. І., БАРАНОВА А. І.,
КОВАЛЬЧУК М. О., ОМЕЛЬЧЕНКО Г. В.
*Київський національний університет
технологій та дизайну*

Метою дослідження є визначення основних принципів становлення стильового напрямку «унісекс» як проєктної практики дизайну одягу; формулюванню узагальнених образно-проєктних характеристик даного стильового напрямку для роз-

СТИЛЕВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ «УНИСЕКС» КАК ПРОЕКТНАЯ ПРАКТИКА В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

ЧУПРИНА Н. В., ПАРАНЬКО Н. П.,
ПРАСОЛ С. И., БАРАНОВА А. И.,
КОВАЛЬЧУК М. О., ОМЕЛЬЧЕНКО А. В.
*Киевский национальный университет
технологий и дизайна*

Целью исследования является определение основных принципов становления стилевого направления «унисекс» как проектной практики дизайна одежды; формулировке обобщенных образно-проектных характеристик данного стилевого направления для разра-

робки колекцій костюма як актуального модного продукту масового споживання.

Методологія дослідження заснована на комплексному підході до виявлення образно-проектних та художньо-композиційних властивостей розробки колекції костюма, зокрема методи соціо-культурного аналізу, історико-логічного розвитку, системно-структурний, компаративний, композиційний та стилістичний аналіз. На окремих етапах застосовано методи морфологічного аналізу та синтезу, соціологічне опитування.

Результати. Вивчено походження стильового напрямку «унісекс», його особливості, описано обов'язкові композиційні елементи в дизайні одягу. Досліджено еволюцію форми, головні елементи виробів в стилістиці «унісекс». Охарактеризовано стильовий напрям «унісекс» з позицій асиміляції інтерактивного розвитку чоловічого і жіночого костюма ХХ ст. Здійснено систематизацію образно-проектних та конструктивно-композиційних рис основних підстилів стильового напрямку «унісекс» на сучасному ринку модного одягу широкого призначення. Визначено та охарактеризовано художньо-композиційні ознаки колекції сучасного жіночого одягу в стилістиці «унісекс» з урахуванням сучасних матеріалів. Систематизовано спільні ознаки моделей колекції та структуровано характерні для стильового напрямку «унісекс» елементи, що є основою для проектування авторської колекції жіночого одягу. Запроєктовано авторську колекцію жіночого одягу, що відповідає тенденціям стильового напрямку «унісекс».

Наукова новизна дослідження полягає у визначенні образно-проектних властивостей стильового напрямку «унісекс» як проектної практики в сучасному дизайні костюма масового споживання. Визначено ступінь естетичності ідейного змісту та гендерних аспектів образно-проектного явища «унісекс» в сучасному культурно-

ботки колекцій костюма як актуального модного продукту масового споживання.

Методологія дослідження ґрунтується на комплексному підході до виявлення образно-проектних і художньо-композиційних властивостей розробки колекції костюма, в частині методи соціо-культурного аналізу, історико-логічного розвитку, системно-структурний, компаративний, композиційний і стилістичний аналіз. На окремих етапах застосовано методи морфологічного аналізу і синтезу, соціологічний опитування.

Результати. Вивчено походження стильового напрямку «унісекс», його особливості, описано обов'язкові композиційні елементи в дизайні одягу. Досліджено еволюцію форми, головні елементи виробів в стилістиці «унісекс». Стильовий напрям «унісекс» охарактеризовано з позицій асиміляції інтерактивного розвитку чоловічого і жіночого костюма ХХ ст. Здійснено систематизацію образно-проектних та конструктивно-композиційних рис основних підстилів стильового напрямку «унісекс» на сучасному ринку модного одягу широкого призначення. Визначено та охарактеризовано художньо-композиційні ознаки колекції сучасного жіночого одягу в стилістиці «унісекс» з урахуванням сучасних матеріалів. Систематизовано спільні ознаки моделей колекції та структуровано характерні для стильового напрямку «унісекс» елементи, що є основою для проектування авторської колекції жіночого одягу. Запроєктовано авторську колекцію жіночого одягу, що відповідає тенденціям стильового напрямку «унісекс».

Наукова новизна дослідження полягає у визначенні образно-проектних властивостей стильового напрямку «унісекс» як проектної практики в сучасному дизайні костюма масового споживання. Визначено ступінь естетичності ідейного змісту та гендерних аспектів образно-проектного явища «унісекс» в сучасному культурно-

мистецькому просторі. Виявлено основні елементи костюма, що інтерактивно взаємовпливають на дизайн чоловічого та жіночого одягу як продукту моди.

Практична значущість вивчення основних проектних характеристик застосування стильового напрямку «унісекс» в дизайні одягу визначається комерційним потенціалом, що дозволяє дизайнерам модного одягу в сегменті мас-маркет та фабричним брендам одягу скоротити витрати на виробництво і подальше просування: єдиний дизайн, виконання колекції для чоловіків і жінок з однакових матеріалів, загальна реклама тощо.

Ключові слова: продукт моди; дизайн костюма; стильовий напрям; унісекс; стилістика; модна тенденція; авторська колекція; образно-проектні властивості одягу.

художественном пространстве. Выявлены основные элементы костюма, которые интерактивно взаимовлияют на дизайн мужской и женской одежды как продукта моды.

Практическая значимость изучения основных проектных характеристик применения стилевого направления «унисекс» в дизайне одежды определяется коммерческим потенциалом, позволяющим дизайнерам модной одежды в сегменте масс-маркет и промышленным брендам одежды сократить затраты на производство и дальнейшее продвижение: единый дизайн, выполнение коллекции для мужчин и женщин из одинаковых материалов, общая реклама и т.д.

Ключевые слова: продукт моды; дизайн костюма; стилевое направление; унисекс; стилистика; модная тенденция; авторская коллекция; образно-проектные свойства одежды.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ:

Чупріна Наталія Владиславівна, д-р мист., доцент, професор кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-7017-6456, Scopus 56835800000, **e-mail:** chouprina@ukr.net

Паранько Надія Петрівна, к. мист., старший викладач кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-3862-2908, **e-mail:** nadia1612@i.ua

Прасол Станіслав Іванович, доцент кафедри дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6447-4385, **e-mail:** prasol.si@kntd.com.ua

Баранова Алла Ігорівна, доцент кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-1813-574X, **e-mail:** allabaranova10@gmail.com

Ковальчук Майя Олегівна, к.п.н., доцент кафедри дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-5851-6892, **e-mail:** synyhka@gmail.com

Омельченко Ганна Віталіївна, к.т.н., доцент кафедри дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-7876-8357, Scopus 57194520873 **e-mail:** annomelchenko@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Chuprina N. V., Paranko N. P., Prasol S. I., Baranova A. I., Kovalchuk M. O., Omelchenko H. V. Style direction "unisex" as a design practice in fashion design. *Art and design*. 2021. №1(13). С. 9–20.

Citation APA: Chuprina, N. V., Paranko, N. P., Prasol, S. I., Baranova, A. I., Kovalchuk, M. O., Omelchenko, H. V. (2021) Style direction "unisex" as a design practice in fashion design. *Art and design*. 1(13). 9–20.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.1>

УДК 7.012.06+76

DOI:10.30857/2617-0272.2021.1.2.

HOVHANNISYAN S.V.

Kyiv National University of Technologies and Design

GRAPHIC ORIENTED DESIGN OF A MODERN CITY

The purpose is to analyse the objects of graphic design from the position of their aesthetic expressiveness and effectiveness of perception in the process of human orientation in the space of a modern city.

Methodology. The research methodology is based on the complex use of historical and comparative methods, system analysis, synthesis, generalization. The specifics of the study of the sign as an object of graphic design involves the use of semantic analysis methods.

The result reveal the historical aspects of the emergence and current trends in graphic communication signs and messages used to orient a person in the modern urban space. The communication messages of modern city inscriptions-names of objects, object-spatial and plane signs of orientation in the urban environment, road signs using graphic elements and fonts have been analyzed. The main features contributing to the effectiveness of the message and current trends of graphic means in solving the problems of orientation and communication in space are highlighted.

Scientific novelty. The ways of using graphic signs to solve the tasks of orientation and communication taking into account, modern trends in socio-cultural space have been analyzed and systematized. The methods for transforming the graphic form of the sign, its functional tasks in the process of human interaction with the urban environment are considered.

Practical significance. The analysis of graphic signs from the position of their application to solve navigation and, consequently, communication problems of the city, defines the specifics of further development of graphic design in the conditions of accelerated information and technological transformation of society, and actualizes the increasing number of visual ways to transmit information. The results of the study can be used as the information basis for the development of communication design objects in the space of the city.

Keywords: graphic design; sign; image; fonts; orientation; space of modern city.

Introduction. Graphic design tools used for orientation in the modern city perform the function of visual communication, expression of ideas, values through images, fonts, videos and more. In this case, the product of graphic design is the information that must be communicated to the person, while ensuring that it is not lost in the environment of "information noise" of urban space.

The task of graphic design is to highlight a particular message from the general flow, to pay attention to it. Taking into account the fact that the amount of information is constantly growing, the city dweller (especially relevant for megacities) has developed a mechanism of protection: filtering messages from the environment and dividing them into important and secondary.

Today, in graphic design objects (posters, videos, street signs, infographics)

accents have shifted, and the aesthetic component has given way to provocative trends that make the final product noticeable. The result is a mismatch between the general informational, architectural and stylistic paradigm of the city and the graphics of certain objects, as modern graphic designers are looking for ways to attract attention, evoke an emotional reaction to convey the necessary information, directing people in space.

Analysis of previous research. The meanings of signs as different components of receiving and transmitting information are reflected in the works of E. Tuemlow [17], B. Meggs & A. Purvis [8], D. Crow [2], A. Darley [3], S. Serova [15], M. Smikiklas [16], etc. The evolution of the graphic form of signs, their semantics in the design was covered by L. Butkevich, Y. Gerchuk, Y. Gordon, S. Khan-Magomedov, J. Jean, A. Miller, D. Foley, etc.

Thus, O. Goryacheva and I. Klymenko in their work analyze the design of visual communication regarding the infrastructure of the modern city, noting that it is "a system of structures of industries or facilities that provides life for the city and its inhabitants, including social, transport, financial, engineering, information, military, market, innovation industries" [11].

The problem of selecting the right information, which facilitates the search for the right directions of human movement in space continues to be relevant and is actively studied from different positions by designers and architects. Communities for problems of orientation in the city are organized. For example, the "Wayfinding" community, which has developed international standards for the graphic language of symbols and guidelines for its use [6].

The concept of urban orientation was further developed in the book by Canadian designers "Wayfinding": "People, Signs and Architecture" (first edition in 1992) [1], which consists of descriptions and illustrations of signs and symbols in the context of their practical use in traffic orientation in the complex conditions of the modern city. Navigational search in this book is considered in the form of strategies that people resort to find their way in a familiar or new environment, based on their perception, cognitive abilities, habits, as well as practical and commercial benefits that improve the results of such orientation, first of all it include architectural and graphic indicators. Such information is especially effective during emergencies, such as fires in public places.

So, art, cultural, sociological, narrowly specialized project research of the modern information environment contributed to the analysis of graphic expressive and aesthetic means.

Statement of the problem. The aim of the article is to analyze the communication objects of the modern city in terms of aesthetic expressiveness of graphic and font

elements and the impact on the effectiveness of the message.

Results of the research. The demand for the formation and development of infographics as a way of communication arose in the era of the industrial revolution, the significant growth of cities and the complexity of urban space in general. So, in the early twentieth century, the creation of a visual language of orientation in the urban environment moves from the field of art to the field of graphic design, because architects have come to the conclusion that graphic designers have all the tools to professionally, ergonomically modify space with professional techniques.

It should be emphasized that the first non-systemic single signs of orientation appear on the basis of poster advertising graphics and are not indicative, but decorative character. For example, the entrance to the Paris Metro, designed by architect E. Guimard in 1899 (Fig. 1). With the emergence of the Bauhaus - the most influential school of applied art, design and architecture of the XX century, the decoration of the space becomes more concise, acquiring a symbolic character. Examples of functional sign design of space, proposed by the Bauhaus school, can be seen on the examples of public buildings (Fig. 2, Fig. 3).

There is a gradual differentiation of navigation signs in the city into groups: orienteering signs in the public interior; orientation signs in transport systems; orientation signs in the urban environment in general.

An orientation system was formed, which can include signs, icons, carrying coded information and can eliminate the language barrier, charts, maps. All components used in complex, creating a holistic system of visual guidance of orientation in the urban environment [8]. From the second half of the twentieth century, the signs of orientation in the space of the city became an essential part of it.



Fig. 1. Entrance to the Paris Metro with the inscription "Métropolitain", designed by architect E. Guimard (1899)

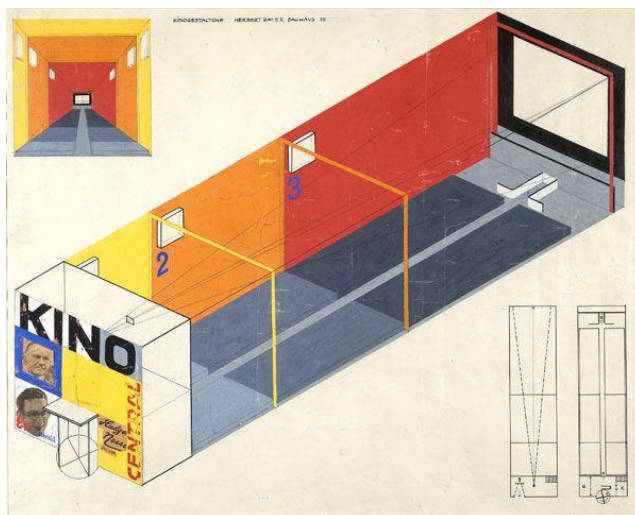


Fig. 2. G. Bayer. Design project of a cinema with the inscription "KINO". Bauhaus, 1924 [6]



Fig. 3. G. Bayer. Design project of a newspaper kiosk with the inscription "ZEITUNGEN". Bauhaus, 1924 [5]



Fig. 4. A entrance sign at Yanoda Rainforest Cultural Tourism Zone, Sanya Hainan, China [9]



Fig. 5. A prominent park sign at East Coast Park, Singapore [9]

The modern city, with its active massive complex construction, complex transport system, infrastructure, forms the need for a certain way of behavior and orientation of a person. The main task of such information orientation is to establish human communication with the surrounding space, using certain systems of signs and symbols and their solutions, which are used in graphics as a means of visual influences and designed to solve information problems in specific subject-spatial situations of modern society. Examples of orienteering signs in an urban environment are shown in Fig. 4, Fig. 5.

Signs of visual communication do not require verbal accompaniment, because the fundamentals of graphic images using "universal" icon. The character of the icons, the image they interpret, the size, the shape - depend on many factors, the main of which can be considered the scope of their application in the spatial environment of the city.

Such design of orientation signs, for example, transport systems, determines the factors of human speed, as well as the time of obtaining information. If the system of symbols is used in a unique object, non-standard images that work in the context of that location can be used as the graphic basis of the icon.

The internationality of modern globalized cities, with similar transport systems, the same shopping centers, popular and underdeveloped tourist routes, economic and political migration processes of the planet as a whole, highlights the problem of universal, international symbols that could be used in any orientation systems. In 1974, the AIGA Design Association and the US Department of Transportation developed 34 universal graphic signs for using at airports and other international transportation facilities.

The signs are based on icons that easily convey any information. For the presentation of "subject" objects is used the appearance of the object. Metaphorical and methodical

images are used for the transfer of actions. A combination of more specific icons is used for the representation of complex concepts in signs. Another 16 characters were added to this system in 1979. The signs of the AIGA system are publicly available on the official website of the associations. In some projects of transport navigation, the signs of the AIGA system are leading. Basis on them, the further projects of originals of the orientation signs on the stylistics are developed. This statement confirms the justification for the use of signs that are based on pictographic and ideographic writing. The system of road signs provides information in stages. Graphics of icons and ideograms of road signs differs in schematicity and conditionality.

Another officially documented system of graphic signs was the designed international organization of road navigation standards. It should be emphasized that the present road signs shows orientation group communication that can be viewed from the perspective of historiography, imaging features and typography. So, in view of the above, the prototypes of modern road signs were stone columns, as well as, for example, stone Polovtsian women (in Ukraine), that informed travelers about the distance to the next fortified post or other important place.

The nature and effectiveness of any system of orientation largely depend on the method of transmission of messages. Graphic messages of such system can be displayed in characteristic words in different languages and in different fonts. Similarly, in order to improve the orientation used images that can be detailed, for example, photographs or illustrations or simple, such as color designations or symbols. Symbols can bring a simplicity, clarity and individuality to the orientation system.

Some designers take the position, which is that there should be a hierarchy of characters based on a hierarchy of areas in a particular environment. The main areas provided unique characters seen, less

important areas less accentuated. This position supports the use of numbers, letters and colors to highlight any specific features or particularly significant information. The essence of this position is that some symbols have already acquired the status of a design language and can be used quite formally with the text, and other characters still need to be emphasized in the development for further use. Proponents of this position use the principle of redundancy of information to clearly state at any time, varying the size of the symbols on different signs to achieve different effects. This approach is used at airports, where information about arrival and departure is often presented as large symbols, while cafes or outlets are satisfied with more modest symbols. Important information should be visually noticeable, which requires increasing size and its special emphasis.

The need to use road signs is due to the adoption of an act on the mandatory placement of pillars indicating the directions and distances in 1773. With the proliferation of cyclists in the 19th century, danger boards were placed on the roads to warn of sharp turns and slopes. The first standard road signs were adopted in France, in 1903.

Recommendations about the graphic format of the symbols appeared in 1904, in which the image should be placed. Following these recommendations the image should include: for warning signs – a red triangle; for speed limit signs – a white circle with a red border; for prohibition signs – a circle with a solid red background. In 1909, these recommendations became international. In addition to the fixed form of road signs, color identification is also established: red – danger, blue – warnings or instructions.

It should be noted that with time form graphic road sign has not changed, but the number of characters increased significantly, due to the active development of transport systems. Contrasting color combinations are used when displaying icons, for example, on a blue background – a white image, on a yellow – black or red, etc. In the line graphics of the icons there is the regularity: the line is dense, often single, if there are several lines, they are contrasting in width. The sign is filled by designing images according to the methods of pictographic writing: real, abstract-symbolic (arrows, vehicles, stylized figures of people, etc.) (Fig. 6).



Fig. 6. Road signs: a – Motor vehicle traffic ban, Finland; b – Roundabout, Ireland; c – Pedestrian zone, Germany. Icons are depicted using dot, silhouette and linear graphics in certain color combinations [13]; d – Signs with using fonts, USA [10]

Graphic characteristics of road signs of Ukraine were developed by the Research Center for Road Safety of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine. GOST 2586-94 fully complies with the requirements of the Convention on Road Signs and Signals (Vienna, 1968) and the European Agreements that supplementing this Convention (Geneva,

1971), which states the geometric shape and pictographic content of the sign, defines color identification and parameters of the used shades of colors. In addition, the size and scale of the signs associated with the conditions of perception of information in the process of driving a vehicle are determined [12].

In some countries, as mentioned above, such as the United States [12], road signs are characterized by using texts with a special font (Fig. 6, d).

Summing up, we emphasize that in the culture of the information society the printed word loses its dominant position, and the formalization of linear communication, with its logical system of constructing an information message has been replaced by infographic hypertext [17, p.55]. Under the "hypertext" in this case, we understand the principle of organization the information arrays, in which the individual elements are connected more often associatively than thematically.

Conclusions. Having analyzed the graphic means of communication in the space of the modern city, we note the main features that contribute to the effectiveness of the message: road signs must be read quickly and efficiently; language barriers, cultural differences, as well as peculiarities of context perception significantly complicate this task; using the universal elements of pictography in the creation of road graphics helps to overcome intercultural problems and establish

universal communication; graphic design of the sign is an associative connection, which in the modern city becomes a model, the rule of formation some specific messages, which due to the generally accepted nature of the sign or symbol have the ability to navigate in the environment.

Current trends in graphics solving problems of orientation and communication in space are:

- the use of detailed text messages (objects of orientation in local areas of the city),
- the use of image-generalized messages (color symbols or symbols, stylized images);
- designing images by pictographic writing methods (real, abstract-symbolic);
- the use of graphics in contrasting color combinations.

Graphics of signs, symbols and values-messages surround a person everywhere, but at the same time organically fit into the urban environment, being, first of all, the most important segment, which models the information and emotional flows of the modern city.

Література

1. Arthur P., Passini R. Wayfinding: People, Signs, and Architecture. Focus Strategic Communications, 2002. 238 p.
2. Crow D. Left to Right: The Cultural Shift from Words to Pictures. Lausanne: AVA Publishing SA, 2006. 193 p.
3. Darley A. Visual Digital Culture. Surface Play and Spectacle in New Media Genres. N. Y.: Routledge, 2000. 225 p.
4. Design Principles for Wayfinding. URL: <http://www.ai.mit.edu/projects/infoarch/publication/s/mfoltz-thesis/node8.html>.
5. From Bauhaus to beinhaus. URL: <https://thechannelhouse.org/2013/11/09/bauhaus-color/herbert-bayer-design-for-a-newspaper-stand-1924-tempera-and-cut-and-pasted-print-elements-on-paper-64-5-x-34-5cm/>
6. Herbert Bayer. URL: <http://www.designishistory.com/1920/herbert-bayer/>

7. Hubregtse M., Wayfinding, Consumption, and Air Terminal Design. London: Routledge, 2020. 215 p.
8. Meggs B. P., Purvis A. W. Meggs' History of Graphic Design. 6th ed. New Jersey. 2016. 315 p.
9. Svana Eypórsdóttir K. Street and Wayfinding Signs. URL: <https://www.smashingmagazine.com/street-and-wayfinding-signs-part-3/> (дата звернення 19.12.2020).
10. Yanhua Lu. Creating a Successful Wayfinding System: Lessons Learned from Springfield, Massachusetts. 2018.
11. Горячева Е., Клименко И. Дизайн визуальной навигации в инфраструктуре современного города как фактор социализации личности. URL: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/hsr/article/view/6113/5970> (дата звернення 21.12.2020).
12. Дорожные знаки США. URL: http://bananet.ru/dorognye_znaki_v_usa. (дата звернення 21.12.2020).

13. Знаки дорожні. Загальні технічні умови. Правила застосування ДСТУ 4100 - 002. URL: http://pdd.ua/r/5/f/doc/DSTU_4100_2002.pdf (дата звернення 20.12.2020).

14. Предписывающие знаки. URL: <https://vodiy.ua/ru/znaky/4/> (дата звернення 20.12.2020).

15. Серов С. И. Графика современного. М.: "Линия График", 2005. 408 с.

16. Смикилас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений. СПб.: Питер, 2014. 152 с.

17. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. М.: Астрель, АСТ, 2006. 256 с.

Reference

1. Arthur, P., Passini, R. (2002) Wayfinding: People, Signs, and Architecture. Focus Strategic Communications, 238 p. [in English].

2. Crow, D. (2006) Left to Right: The Cultural Shift from Words to Pictures. Lausanne. AVA Publishing SA. 193 p. [in English].

3. Darley, A. (2000) Visual Digital Culture. Surface Play and Spectacle in New Media Genres. N.Y.: Routledge. 225 p. [in English].

4. Design Principles for Wayfinding. URL: <http://www.ai.mit.edu/projects/infoarch/publications/mfol-tz-thesis/node8.html> [in English].

5. From Bauhaus to beinhaus. URL: <https://thecharnelhouse.org/2013/11/09/bauhaus-color/herbert-bayer-design-for-a-newspaper-stand-1924-tempera-and-cut-and-pasted-print-elements-on-paper-64-5-x-34-5cm/> [in English].

6. Herbert Bayer. URL: <http://www.designhistory.com/1920/herbert-bayer/>

7. Hubregtse, M. (2020) Wayfinding, Consumption, and Air Terminal Design. London: Routledge, 215 p. [in English].

8. Meggs, B. P., Purvis, A. W. (2016) Meggs' History of Graphic Design New Jersey. 315 p. [in English].

9. Svana Eypórsdóttir K. Street and Wayfinding Signs. URL: <https://www.smashingmagazine.com/street-and-wayfinding-signs-part-3/> (Last accessed: 19.12.2020) [in English].

10. Yanhua, Lu. (2016) Creating a Successful Wayfinding System: Lessons Learned from Springfield, Massachusetts [in English].

11. Horiachieva, E., Klymenko, Y. (2018) Dyzain vizualnoi navyhatsyy v ynfrastrukture sovremennoho horoda kak faktor sotsyalyzatsyy lychnosti [Visual navigation design in the infrastructure of the modern city as a factor of personal socialisation]. URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/dizayn-vizualnoy-navigatsii-v-infrastrukture-sovremennogo-goroda-kak-faktor-sotsializatsii-lichnosti.pdf> (Last accessed: 21.12.2020) [in Russian].

12. Dorozhnyie znaki SShA [US road signs]. URL: http://bananet.ru/dorognie_znaki_v_usa (Last accessed: 21.12.2020) [in Russian].

13. Znaky dorozhni. Zahalni tekhnichni umovy. Pravyla zastosuvannya [Road/signs. General technical conditions. Rules of application]. URL: http://pdd.ua/r/5/f/doc/DSTU_4100_2002.pdf (Last accessed: 20.12.2020) [in Ukrainian].

14. Predpisyvayushchie znaki [Mandatory signs]. URL: <https://vodiy.ua/ru/znaky/4/> (Last accessed: 20.12.2020) [in Russian].

15. Serov, S. Y. (2005) Hrafyka sovremennoho znaka [Graphics of a modern sign]. Moskva [in Russian].

16. Smykyklas, M. (2014) Ynfografiyka. Kommunykatyia y vlyanye pry pomoshchy yzobrazhenyi [Infographics. Communication and influence by means of images]. S. Petersburg [in Russian].

17. Tuehmlou, E. H. (2006) Graficheskij dizajn: firmennyj stil', novejshe tekhnologii i kreativnye idei [Graphic design: corporate identity, latest technologies and creative ideas]. Moskva [in Russian].

ГРАФІЧНИЙ ОРІЄНТАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН СУЧАСНОГО МІСТА

ОГАНЕСЯН С.В.

*Київський національний університет
технологій та дизайну*

Мета: аналіз об'єктів графічного дизайну
щодо естетичної виразності та
ефективності сприйняття для

ГРАФИЧЕСКИЙ ОРИЕНТАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

ОГАНЕСЯН С.В.

*Киевский национальный университет
технологий и дизайна*

Цель: Анализ объектов графического дизайна
относительно их эстетической выразительности
и эффективности восприятия в процессе

орієнтування людини в просторі сучасного міста.

Методологія. В основі методології дослідження лежить комплексне використання історичних і порівняльних методів, системного аналізу, синтезу, узагальнення. Специфіка дослідження знаку як об'єкту графічного дизайну передбачає застосування методів семантичного аналізу.

Результати. Розкрито історичні аспекти виникнення та сучасні тенденції графічних комунікаційних знаків і повідомлень, що застосовуються для орієнтування людини в сучасному урбаністичному просторі. Проаналізовано комунікаційні повідомлення сучасного міста: написи-назви об'єктів, предметно-просторові і площинні знаки орієнтування у міському середовищі, дорожні знаки з використанням зображувальних елементів і шрифтів. Виділено основні особливості, що сприяють ефективності повідомлення, та сучасні тенденції графічних засобів у вирішенні завдань орієнтації і комунікації у просторі.

Наукова новизна. Проаналізовано й систематизовано способи вживання знаків графічного дизайну для вирішення завдань орієнтації і комунікації із врахуванням сучасних тенденцій соціокультурного простору. Розглянуто способи трансформації графічної форми знака, його функціональні завдання в процесі взаємодії людини з міським середовищем.

Практична значущість. Аналіз графічних знаків з позиції їх застосування для вирішення навігації та, відповідно, комунікаційних проблем міста, визначає специфіку подальшого розвитку графічного дизайну в умовах прискорення інформаційно-технічних перетворень суспільства, яке актуалізує все більшу кількість візуальних способів передавання інформації. Результати дослідження можуть використовуватися у

ориєнтування людини в просторі сучасного міста.

Методологія. В основі методології дослідження лежить комплексне використання історичних і порівняльних методів, системного аналізу, синтезу, узагальнення. Специфіка дослідження знаку як об'єкту графічного дизайну передбачає застосування методів семантичного аналізу.

Результати. Раскрыты исторические аспекты возникновения и современные тенденции графических коммуникационных знаков и сообщений, применяемые для ориентирования человека в современном урбанистическом пространстве. Проанализированы коммуникационные сообщения современного города надписи-названия объектов, предметно-пространственные и плоскостные знаки ориентирования в городской среде, дорожные знаки с использованием изобразительных элементов и шрифтов. Выделены основные особенности, способствующие эффективности сообщения и современные тенденции графических средств в решении задач ориентации и коммуникации в пространстве.

Научная новизна. Исследованы и систематизированы способы употребления знаков графического дизайна для решения задач ориентации и коммуникации с учетом современных тенденций социокультурного пространства. Рассмотрены способы трансформации графической формы знака, его функциональные задачи в процессе взаимодействия человека с городской средой.

Практическое значение. Анализ графических знаков с позиции их применения для решения навигации и, соответственно, коммуникационных проблем города, определяет специфику дальнейшего развития графического дизайна в условиях ускорения информационно-технических преобразований общества, актуализирует все большее количество визуальных способов передачи информации. Результаты исследования могут использоваться в качестве информационной

якості інформаційної бази для розробки об'єктів комунікаційного дизайну у просторі міста.

Ключові слова: *графічний дизайн; знак; зображення; шрифти; орієнтація; простір сучасного міста.*

базы для разработки объектов коммуникационного дизайна в пространстве города.

Ключевые слова: *графический дизайн; знак; изображение; шрифты; ориентация; пространство современного города.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРА

Оганесян Соломія Володимирівна, аспірантка, факультет дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-7295-5047, **e-mail:** solomia_mysak@icloud.com

Цитування за ДСТУ: Hovhannisyan S. V. Graphic Oriented Design of a Modern City. *Art and design*. 2021. №1(13). С. 21–29.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2021.1.2.](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.2)

Citation APA: Hovhannisyan, S. V. (2021) Graphic Oriented Design of a Modern City. *Art and design*. 1(13). 21–29.

УДК 76.03:655.3.
066.24](477-
25)"1985/1991"

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.3.

¹БУДНИК А. В., ²СЕНЕГА Л. М.

¹Київський національний університет культури і мистецтв

²Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури

КИЇВСЬКА ШКОЛА ПЛАКАТУ ЧАСІВ ПЕРЕБУДОВИ: ВІЗУАЛЬНА МОВА І ЗМІСТОВНЕ НАПОВНЕННЯ

Мета: проаналізувати специфіку діяльності київської школи плакату часів Перебудови.

Методологія. Для проведення дослідження використано історично-порівняльний та мистецтвознавчий методи аналізу.

Результати. Протягом періоду Перебудови відбулася остаточна трансформація прийомів і засобів українського плакату від догматичної системи координат радянської школи образотворчого мистецтва до полістилістики соціального, політичного, екологічного і культурологічного плакату часів фундаментальних суспільних зрушень. Кожна з великих регіональних шкіл плакатного жанру в Україні зустріла злам епох згідно своєї глибоко вкоріненої традиції або неусвідомленої інерції. Звернення до раніше заборонених тем, перепозиціонування теми україністики у плакаті, несподівані технічні та художні рішення, що тяжіли до поточних концепцій європейських плакатних трендів – все це було подано та інтерпретовано під кутом регіональної специфіки. Зосередивши увагу на дослідженні київської школи, було проаналізовано зовнішні та внутрішні впливи на творчість київських майстрів, визначено, які теми найчастіше знаходили відображення в плакатах та в чому полягали стилістичні зміни.

Наукова новизна. Вперше висвітлено специфіку київської школи плакату, способи її взаємодії з іншими плакатними школами України.

Практична значущість. Дослідження дозволяє розширити знання про діяльність та художні особливості київської школи плакату часів Перебудови. Отриманні результати можуть бути використанні у подальшому дослідженні українського мистецтва плакату.

Ключові слова: київська школа плакату; Перебудова; соціальний; політичний; екологічний; культурологічний плакат.

Вступ. Ще кілька десятиліть тому плакат був невід'ємною частиною міських вулиць, публічних просторів та впливав на громадські настрої. В Україні один з найяскравіших періодів існування плаката припадає на роки з 1986 по 1989 роки. Суспільно-політичні і економічні процеси Перебудови стали поштовхом для активізації демократичних сил. В цей період мистецтво плакату, як ніяке інше, відображає думки, проблеми, питання, що хвилюють суспільство. Саме бажання відродити національну свідомість і стало каталізатором для розвитку українського плаката в ці роки.

В умовах розвитку новітнього українського дизайну надзвичайної цінності набувають першоджерела мистецтва періоду здобуття Україною незалежності, особливо такого, як плакатне, яке своєю діяльністю й

спричинило звільнення від кайданів соціалістичного реалізму. Зростає значення звернення до малодосліджених сторінок становлення вітчизняного графічного дизайну, вивчення налагодження його комунікації із зовнішнім світом і повернення до цивілізованого розвитку.

Аналіз попередніх досліджень. Первісні наукові розвідки періоду 1986–1989 рр. було проведено за сприяння Джима Ауліха, професора Манчестерської школи мистецтв (Manchester School of Art) куратором бієнале графічного дизайну у Брно Мартою Сільвестровою, яка здійснила подорож європейською частиною Радянського Союзу і збрала матеріал для книги «Political Posters in Central and Eastern Europe, 1945–95» [15]. Як наслідок подібних досліджень Європою прокотилася хвиля ретроспектив-

них плакатних виставок за матеріалами із СРСР і країн соціалістичного блоку, які підбивали підсумок епохи існування радянської школи плаката і констатували народження нової плакатної парадигми.

Також ще за часів власне Перебудови плакатна справа відчувала певну увагу з боку партійних видавництв, які проводили Всесоюзні конкурси політичного плакату і публікували за їхніми результатами багатосторінкові видання. Так, московське видавництво політичної літератури «Плакат» видало каталог подібного конкурсу із творами митців багатьох республік Радянського Союзу [14].

Джерельною базою нашої розвідки, окрім вищезгаданих іноземних видань, можуть слугувати оприлюднені матеріали українських дослідників Л. Владича [4], В. Міклашевича [6], В. Шевченка [13], а також інтерв'ю безпосередніх дійових осіб плакатного руху у Києві кінця 1980-х рр.: Л. Берната [1], А. Будника [2], І. Вештак-Остроменської [3]. У нагоді стануть статті учасників історичних процесів у галузі плакатного мистецтва [7, 9].

Каталогізацію і опис друкованих українських плакатів досліджуваного періоду було здійснено на основі збірки поліграфічних відбитків у НБУВ [5, 12]. Проблематику дослідження авторського плакату було розглянуто у «Віснику ХДАДМ» у статті Тарасова В. і Шевченка В., втім розгляд питання відбувся на прикладі творів виключно харківської плакатної школи [10], хоча й вірно було наголошено на важливому місці рукотворних плакатів у структурі загальної джерельної бази історії українського мистецтва кінця 1980-х – початку 1990-х рр.

Нагальною проблемою є факт відсутності у науковому обігу аналізу авторських рукотворних плакатів, які не було видано внаслідок турбулентної економічної і політичної ситуації, або які було надруковано у напівпідпільний спосіб і через таке примірники не потрапили до державних бібліотечних архівів.

Постановка завдання. У вітчизняній мистецтвознавчій науці здебільшого досліджували відображення періоду Перебудови у таких видах образотворчого мистецтва, як живопис, графіка та скульптура. Тому завданням даної статті є спроба виправити ситуацію із неповним висвітленням певної частини українського плакату часів Перебудови.

Результати дослідження. З середини 1980-х років комуністичний тоталітарний режим поступово починає проявляти ознаки неперехідної кризи – це стосувалось економічної, політичної, соціальної сфер життя країни. В УРСР під гаслом проголошеної в 1985 р. «гласності» поступово почала відбуватись лібералізація суспільно-політичного життя. Практичне втілення «гласності» знайшло свій відбиток у заповненні «білих плям» в історії України. Починається повернення політично дискримінованих імен, заборонених творів, наукових праць, розкриття недозволених раніше тем, розширення джерел досліджень. Новою стала політика «соціалістичного плюралізму», яка поступово перетворилась на свободу слова. А розширення інформаційних меж сприяло формуванню нового типу громадськості та особистості.

За допомогою візуальних художніх образів в плакаті можливо прослідкувати фіксацію соціальних та культурних змін у суспільному житті. Підйом на нову висоту плакатного мистецтва був обумовлений двома чинниками: по-перше, більшою доступністю інформації з міжнародних оглядів плакатів та можливістю для вітчизняних художників репрезентувати свої твори разом із всесвітньо відомими майстрами; по-друге, якістю освіти та професійної майстерності, яку отримували випускники навчальних художніх закладів. Загалом, кінець 1980-х – це переломний момент не тільки соціальних, державних складових, а й способу мислення, способу самовираження.

Але що передувало сміливості плакатів кінця 1980-х рр.? В період з 1960-х до середини 1980-х рр. у плакаті переважали агітаційні теми. Домінуючим мистецьким принципом радянського агітплакату за брежнєвських часів лишалося ленінське гасло «мистецтво – народу», яке на той час у текстах партійних доповідей трансформувалось в «міцніючі контакти мистецтва з життям народу», а художнику відводилась почесна місія «вчителя життя». Мистецтво плаката, як і мистецтво взагалі, продовжувало бути невід'ємною частиною комуністичної політики. Основна увага плакатистів акцентувалась на демонстрації ролі КПРС в різних сферах соціального життя, натомість негативні сторони соціалістичної системи нівелювались. Художники мусили створювати ілюзію щасливого радянського життя. Однак, за вказівкою партії можливо було звертатися до негативних тем, як-то: пияцтво на виробництві, невиконання плану, хуліганство у побуті, до теми так званих «літунів» (часто міняли місце роботи) і «несунів» (крали на своєму підприємстві). У художньому плані для плакатів 1960-х – початку 1980-х рр. характерна традиція використання широких декоративних площин, узагальненість форм, активність, насиченість і динамічність кольорів, енергійність і безпосередність виконання, монументальність [11].

В період з 1986-го по 1989 рр. в Україні паралельно працювали кілька плакатних шкіл: Київська, Львівська, Одеська і Харківська. Харківські плакатисти мали за основу творчість В. Єрмілова, Б. Косарева, спирались на здобутки харківської функціональної школи, тяжіли до конструктивізму. Тоді як більшість львівських плакатистів знаходились під впливом мистецтва зарубіжних майстрів, особливо польських. Також представники львівської школи плакату могли звертатись до творчості Я. Гніздовського та С. Гординського. Київська школа використовувала художній спадок початку XX століття і тяжіла до практик Г. Нарбута. Символіка його творчості хоч і не на пряму, але впливала на київських плакатистів цього часу. Київська школа плакату була схильна до осмислення, певного фундаменталізму. На тлі соціальних змін об'єднуючим елементом в творчості київських художників була україністика. Варто згадати і так звану «Групу одеських плакатистів», які через організацію Всесоюзних вітрин політичного плакату на Дерибасівській (1987–1989 рр.) продовжували традицію вуличних експозицій, які проводили «Окна Юг-РОСТА» [9]. Заради справедливості зазначимо, що нерідкими гостями-учасниками «вітрин» були і київські плакатисти, зокрема В. Грищенко, О. Микула, Г. Шевцов (рис. 1).



Рис. 1. Київські плакатисти В. Грищенко, О. Микула, Г. Шевцов на Всесоюзній вітрині політичного плакату у Одесі. 1988 р. Фото з архіву секції плакату і графічного дизайну КОНСХУ

Не зважаючи на те, що харківська школа плакату була досить сильною, київська мала одну суттєву перевагу – в Києві були зосереджені посольства, що давало можливість більшої комунікації з Європою, а особливо з Польщею, її плакатною школою. З інтерв'ю Ірини Вештак-Остроменської: *«На цей момент українські плакатисти мали досить сильні зв'язки з польськими плакатистами. Вплив надавали, по-перше, друковані журнали, на кшталт «Sztuka» (пол. «Штука»), по-друге, можливість поїздок. Чималу роль відігравали ідеологічна близькість, кровна, ментальна, не кажучи вже про польський чорний гумор, це взагалі якась своя релігія. Ми, безумовно, їздили до Польщі на бієнале плакатів. Це просто колосальне враження і підживлення»* [3].

Зміни в країні, впливаючи на трансформацію громадської свідомості, знайшли своє відображення в соціальних плакатах. Художники починають сміливіше висвітлювати події дійсності, зображати те, що оточувало їх кожен день. Так, в плакатах знаходять своє відображення гостро-соціальні теми: СНІД, боротьба з наркотиками, екологія, критика тоталітарного режиму.

В попередні десятиліття художники були вимушені утриматись від зображення проблем та питань, які турбували суспільство. Врешті-решт, поступово, вони отримують можливість більш вільно показувати неприкрашену реальність життя. Таким чином, плакат став викривати гострі соціальні проблеми, висловлювати громадську позицію. Одним з прикладів можна навести плакат Леоніда Берната *«Цей день ви наближали як могли?»*. З інтерв'ю з Л. Бернатом: *«Це був 1986–87 рік, коли на вулицях Києва почали з'являтися ветерани Великої Вітчизняної, що просили милостиню. І мене, як громадянина, це вразило. У мене постало питання: «чому вони повинні були сидіти і просити милостиню?». Я не зміг не відобразити побачене в плакаті. Свою ідею я реалізував*

через натурників інституту, взяв дідівські ордена й інші необхідні атрибути. Сам плакат вирішив у чорному й білому, але ордена, виділені червоним, зробив акцентом – куди повинен подивитися глядач в першу чергу. Супровідним текстом стали рядки з пісні День Перемоги: «Цей день ви наближали як могли?». Головне, що ці слова були адресовані не ветеранам, а тим людям, які відповідають за добробут ветеранів» [1].

Порівнюючи з плакатами попередніх десятиліть, стилістика українського плакату кінця 1980-х суттєво змінилась. В першу чергу, це пов'язано з надходженням інформації. Мова йде не тільки про вплив західної реклами, творчості художників капіталістичних країн, а й розкриття прихованого минулого, злочинів КПРС. Другим чинником, який вплинув на зміну стилістичних особливостей плакату, була демократизація суспільства.

Одним з головних досягнень політики «гласності» було розкриття прихованих раніше фактів історичного минулого. Вийшли друком численні публікації, що тривалий час були засекречені: протоколи радянсько-німецького пакту 1939 року, документи про Голодомор 1932–1933 рр., про сталінські репресії, про діяльність ОУН-УПА під час Другої світової війни. Для широкого загалу почали відкривати спецсховища бібліотек, в яких зберігались заборонені літературні твори. Так, в українську літературу почали повертатися тексти В. Винниченка, представників «Розстріляного відродження» М. Хвильового, М. Куліша, М. Зерова, репресованих у роки «застою» В. Стуса, Є. Сверстюка.

Прийнятий Верховною Радою УРСР у 1988 році Закон про мову, за яким українська набула статусу державної, знайшов неабиякий відгук в плакаті. Так, роботи Катерини Адамкевич *«І чужому навчається, і свого не цурайтесь»*, Федора Глушука *«Пробудися, відродися, рідна мово»*, звучать досить голосно. Вони

виконані яскравими кольорами: зеленим, рожевим, жовтим. Стилистично лаконічні, без дрібних деталей. Ще гостріше промовляє плакат Миколи Павлусенка, який вирішено в чорному, білому та червоному кольорах (рис. 2). В нижній частині зображено стадо овець з нахиленими донизу головами, над ними білим на чорному тлі, ніби на розлінованій сторінці шкільного зошита, написані слова: «Без рідної мови немає народу». Про важливість долучення до рідної мови змалечку говорить плакат Андрія Будника «Годуй змалку!» (рис. 3). Плакат вирішено в жовто-блакитних кольорах, в центрі знаходиться дитяча пляшечка, на якій видніється напис «Рідна мова». Дещо інший погляд висловлено в плакаті Ігоря Прокоф'єва, напис на якому зазначає: «Я вивчив би українську мову, якби від цього стало більше ковбаси та масла».

Із зростанням національної самосвідомості, підживленої прийняттям нового статусу української мови, як державної, посилюється увага до творчості Т. Шевченка. Художники активно використовують цитати із «Кобзаря», відображаючи тогочасні соціальні зрушення. З нагоди 150-річчя від дня народження Т. Шевченка в Києві пройшла виставка плакатів у Будинку художника на Львівській площі.

В роботі «В сім'ї вольній, новій» Леоніда Берната виражена ідея актуальності Кобзаря (рис. 4). На джинсову куртку кинуті навушники, дріт від яких тягнеться до книжки «Кобзар». Тим самим показуючи, що «*молодь слухає Кобзаря*» [1]. Тему актуальності творчості Шевченка розкрито також у плакаті Володимира Вештака «Мої думи аж до тебе» (рис. 5). Перед нами поясне зображення молодого чоловіка, який в одній руці тримає і Кобзар, і газету «Молодь України». Весь плакат вирішено в синіх тонах, тоді як Кобзар виділяється жовтим, таке колористичне вирішення натякає на український двоколір.

Питання про самотність українських традицій, спадку підкреслюється використанням елементів вишиванок, писанок. Красномовний плакат Андрія Вишневського та Юрія Панфілова «Геноцид культури – геноцид народу», на якому зображено постать у вишиванці із зав'язаними рукавами таким чином, як це робиться у гамівній сорочці (рис. 6). Пам'ять про те, як пригнічувалась українська самотність протягом десятиліть.

У тематиці плакатів знайшла своє відображення зацікавленість історією України. Особливо гучно відбилася питання про збереження та відновлення культурної спадщини. Про це свідчать гасла на плакатах Олексія Кохана «Відбудуємо Михайлівський собор», Олександра Орловського «Врятувати пам'ятки культури». На іншому творі побачимо на чашах терезів з одного боку зруйнований Михайлівський собор, з іншого – будівлю уряду радянських органів влади, а напис зазначає: «Відсутність смаку, одірваність од природи і моральний занепад. І душевна сліпота – разючі і незрівнянні ні з чим». Так промовляє плакат Ірини Вештак-Остроменської (рис. 7).

На той час використання писанки, тризуба, німба або хреста на плакаті треба було відвоювати, художник був змушений уникати вияву національної своєрідності мистецтва, залишаючи місце для деяких поверхових рис «національної форми», щоб не давати підстав для звинувачень в «українському буржуазному націоналізмі» та «формалізмі» [2].

Як тільки починають відкриватися приховувані відомості радянської історії, дедалі більше з'являється культурологічних плакатів, пронизаних сатирою. Наприклад, плакат Андрія Будника із зображенням бюсту Сталіна в мисці, поруч з українським рушником «Спасибі рідному батькові за наше щасливе життя!». Вгорі, невеликими літерами додано: «Україна. 1932–1933» (рис. 8).

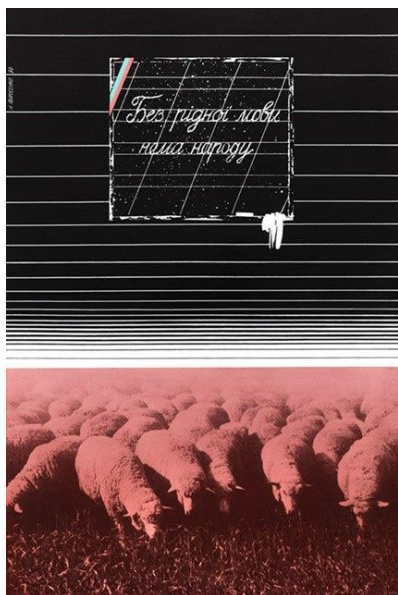


Рис. 2. «Без рідної мови немає народу», М. Павлусенко, 1989



Рис. 3. «Годуй змалку!», А. Будник, 1988

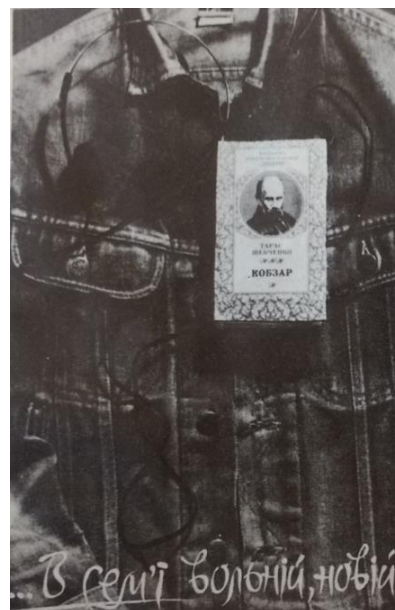


Рис. 4. «В сім'ї вольній, новій», Л. Бернат, 1989



Рис. 5. «Мої думи аж до тебе», В. Вештак, 1989

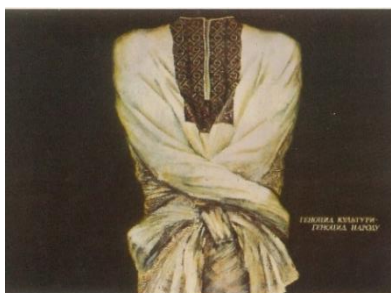


Рис. 6. «Геноцид культури – геноцид народу», А. Вишневський, Ю. Панфілов, 1989



Рис. 7. «Відсутність смаку», І. Вештак-Остроменська, 1989

Критика влади стає дедалі голоснішою. З'являються плакати із гаслами на кшталт плакату Василя Вакуленка «Немає нічого трагічнішого, ніж необмежена влада в руках обмеженої людини», Олександра Ворони «Обережно: сталінізм», Олександра Лемберського «Геноцид. Геноцид. Свобода», Олександра Мікули «Все найкраще – дітям».

Аварія на Чорнобильській АЕС з екологічної трагедії перетворилась на

соціальну проблему, стала причиною переосмислення існуючих політичних та державних установ, звернула увагу на вади економіки в Україні та СРСР загалом. Але найголовніше – стала поштовхом для усвідомлення національних ідей. Розробляючи екологічну тему, художники почали звертатись до філософських роздумів про сутність людини, її місце й роль в екосистемі планети [11].

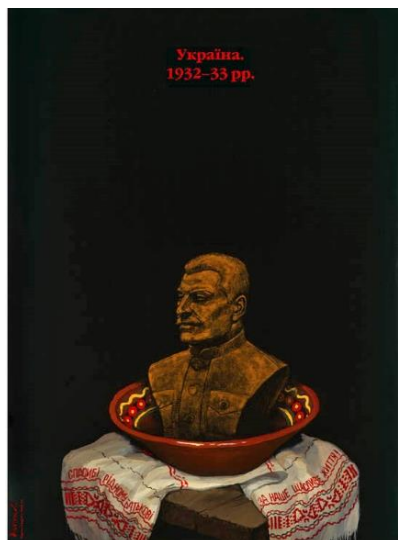


Рис. 8. «Україна. 1932–1933. Спасибі рідному батькові за наше щасливе життя!», А. Будник, 1988



Рис. 9. «Много в ней лесов, полей и рек!», О. Кохан, 1989



Рис. 10. «Ти ж людям розкажеш, як виростеш, сину», В. Шостя, 1989



Рис. 11. «Нове мислення», А. Будник, 1990



Рис. 12. Афіша до виставки молодіжного плакату, О. Орловський, 1990

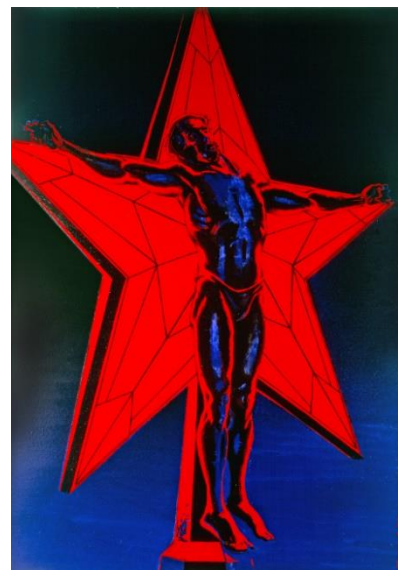


Рис. 13. «Розп'яття», А. Будник, 1990

Серед виставлених робіт на I-ій Київській бієнале плакатів 1989 року чимало присвячено темі Чорнобильської аварії. Плакат Олексія Кохана «Много в ней лесов, полей и рек!» позбавлений символів, що позначають радіоактивне випромінювання, немає на ньому і зображення зруйнованого реактора (рис. 9). Натомість бачимо фрагмент адміністративної карти України на всю площу плакатного аркуша. Верхня

частина якого, де територіально були наслідки вибуху, зникає за чорним димом. У верхньому правому кутку, невеликими за розміром білими літерами, написано фрагмент з радянської патріотичної пісні «Песня о Родине».

По іншому вирішений плакат Віктора Пішого «Ласкаво просимо!». Перед нами хлібина на традиційному українському рушнику, де написано «Ласкаво просимо!».

Однак на ній розміщено не сіль, а зруйнований реактор Чорнобильської АЕС, з якого валить стовп чорного диму. Кольорова гама плакату, жовте тло, чорний дим, практично чорний хліб, як натяк на кольори знаку радіації. Так автор робить акцент на тому, що проблема радіації виключно українська, а не загальнорадянська.

Не з першого погляду відкривається проблематика, піднята в плакаті Георгія Шевцова «Хто ж ми такі? Куди йдемо?». На чорно-фіолетовому тлі зображено білого кролика, однак замість передніх лап у нього людська рука, а на вусі невеликий знак радіації. Тікаючи від проблеми, сповнений страхом, народ перетворюється на білих лабораторних кроликів.

На плакаті Віктора Бистрякова «26.04.86» зображено український квітковий вінок, який охоплює чорний дим, в якому видніється фрагмент таблиці Менделєєва. Внизу зображено тонку лінію горизонту, де вдалині видніються невеликі за розміром будівлі – реактори АЕС. Джерелом катастрофи з масштабними наслідками для природи, людей, держави є крихітна споруда, що видніється на обрії.

Розкриваючи тему аварії, апелює до традицій українського іконопису в своєму плакаті «Ти ж людям розкажеш, як виростеш, сину» Віталій Шостя. Богородиця однією рукою обіймає Христа, другою притримує протигаз (рис. 10).

На державному рівні мистецтво слідує своїм певним правилам, тоді як мистецтво, народжене неприборканою молодістю, їх відхиляє. Ось вам і «Ляпас» по щоці. Група була заснована студентами Київського державного художнього інституту за сприяння керівника плакатної майстерні КДХІ Тимофія Лящука в 1988 р. Основними учасниками були Андрій Будник, Олександр Орловський, Віктор Піший та Ігор Прокоф'єв.

Група розглядала плакат в міжнародному контексті як засіб комунікації між країнами, що дозволило б долучити до

культури широкі верстви населення не тільки України, а й закордоном. Самі учасники відносять себе до нової хвилі київської плакатної школи. Тематику для плакатів слугували події тогочасної реальності – боротьба за права людини, підтримка екологічних рухів, розповсюдження національних та фольклорних традицій, переосмислення ролі та значення окремої людини в соціумі. Використовуючи радянську символіку, плакати наповнювали її критичним змістом, шукали нові метафори. Свобода вираження, свобода ідей, інспіровані тогочасним польським плакатом та досягненнями французького протестного постеру епохи студентських демонстрацій.

Перша виставка групи відбулась в Кракові в тому ж 1988 р., так як тоді в Радянському Союзі було важко виставлятися через недостатній розвиток гласності. Перша експозиція в СРСР відбулась за рік у «Театрі на Подолі» (м. Київ). В подальшому формація практикувала виставкову модель Товариства пересувних виставок російських художників: переїжджаючи з виставкою з міста в місто. Часто це робилось собі в збиток через те, що поліграфічні плакати не були надруковані і тому доводилось возити оригінали. Саме так вдалось експонувати виставку з «Театру на Подолі» в Луцьку, Рівному, Львові та інших містах України. Остання виставка, що проходила у 1990-му в Черкасах, за рішенням Міськвиконкому була демонтована як «антирадянська» на наступний день після відкриття. На семестрових переглядах у плакатній майстерні КДХІ теж неодноразово спалахували скандали. Так, за спогадами А. Будника, 1990-го року керівника плакатної майстерні Т.А. Лящука вмовляли зняти з експозиції плакат «Нове мислення / New Thinking» із портретом М.С. Горбачова, який міг бути розцінений як «екстремістський» [2] (рис. 11).



Рис. 14. Будник А. Виставка молодіжного плакату. Київ, Театр на Подолі. 1990 р. Фото О. Друганова

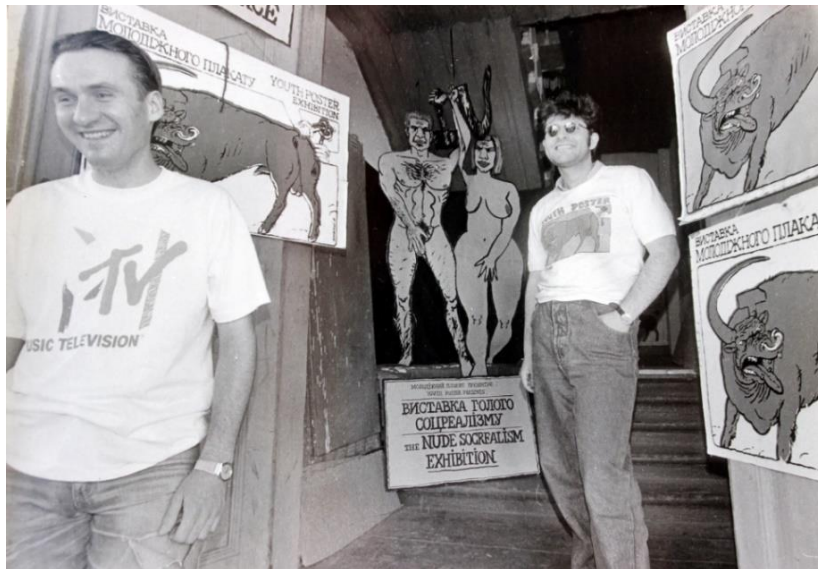


Рис. 15. Будник А., Орловський О. Виставка молодіжного плакату. Київ, Театр на Подолі. 1990 р. Фото О. Друганова

Через гостросюжетність плакатів державні видавництва попросту відмовлялись їх друкувати. Тому, в якості альтернативи офіційному друку, група випускає підпільним шляхом на кустарному шовкотрафаретному верстаті невелику кількість творів, зокрема афішу «Виставка молодіжного плакату» авторства Олександра Орловського (рис. 12). Згодом ще 5 творів було видано офсетним друком, але так само у нелегальний спосіб, через що друкарські відбитки не мали вихідних даних.

Дерзновенні плакати «Ляпаса» та підняті ними гостросюжетні теми починають цікавити людей не тільки в Україні, а й закордоном. «...нас почали запрошувати на виставки в Дюссельдорф, Лондон, Кардіфф, Мюнхен, Нью-Йорк, Філадельфію. І запрошували через ідею: «Ці хлопці розвалюють Радянський Союз» – як прокоментував учасник групи Андрій Будник [2]. Особливістю тематики плакатів групи є плюралізм думок та поглядів на проблеми, що відображаються на них. Дійсно, твори відрізняються своєю сміливістю висловлювання й лаконізмом. Розглянути хоча б плакат «Розп'яття» А. Будника, на якому зображено розп'ятого на

червоній кремлівській зірці Ісуса Христа (рис. 13).

«Останнім часом уважні митці в СРСР помітили, що й радянська жінка наприкінці ХХ століття ходить без паранджі і ставить в куток граблі. Таких спробували заспокоїти, мовляв: це нетипово, товариші! Не личить у світле майбутнє рухатись у чому мати народила... Адже поза їхньою волею врода випадала з-під контролю соціалістичного режиму... Щоб якось примирити два підходи до еротики, краса роздягнулась. Наші очі роззулися.»[7] – така замітка з'явилась в одному з жовтневих випусків газету «Молода гвардія» 1990-го року. Саме в цей час відбулось відкриття виставки групи під назвою «Еротика в мистецтві» знову в «Театрі на Подолі». Еротика, художньо переосмислена і виражена новою візуальною мовою, перетворилась на філософію. Цим було поставлено питання про відношення до оголеного тіла: бачити в ньому природу, красу і гармонію чи, навпаки, залишити його сприйняття як дурницю й непристойність?

Однією з найвизначніших подій для мистецтва плакату кінця 1980-х була I-а Київська бієнале 1989-го р. На хвилі

зростання ідей відродження духовних цінностей, національного самоусвідомлення та розвитку української культури, Спілкою художників УРСР, Київською організацією Спілки художників УРСР було вирішено провести I-у Київську бієнале під девізом: «Екологія культури». На виставці були представлені твори плакатного мистецтва, створені за два попередні роки у творчих групах «Седнів», «Дзінтарі», «Сенеж», кращі роботи, що брали участь у республіканських та всесоюзних конкурсах, а також спеціально виконані для I-ї бієнале.

Експозиція I-ї бієнале складалась з невеликих авторських розділів, що дало можливість оцінити індивідуальність та різноманітність творчих концепцій. Головними проблемами, які прагнули підняти на обговорення були проблеми культури, української мови, пам'яток історії та мистецтва, екологічні катастрофи, а саме вибух на Чорнобильській АЕС 1986-го р. Кожний з художників-плакатистів по-своєму підійшов до вираження власного розуміння та бачення проблеми української культури в цілому. Донести до глядача, попри його пасивність, суть проблеми голосно і лаконічно – ось що було головним завданням.

Висновки. Зміни в політичному, економічному житті країни вплинули на формування нової громадської свідомості. Період Перебудови приніс кардинальні зміни в розвиток плакатного мистецтва в Україні. Змінюються стилістичні особливості, технічні, функціональне навантаження та тематика плакатів. Дедалі сильнішого вираження набувають теми україністики, посилюється національна самосвідомість. Демократизація суспільства дала змогу

гостріше висловлюватись образною мовою плакату, дедалі менше творчих робіт підлягали суспільній цензурі.

Кінець 1980-х років в київському плакаті виділяється не тільки як період нових пошуків, але і як час зростання художньої сміливості. Розширення можливостей, вплив нововиявленої інформації, регламентованої раніше, відобразились на мові плакату. Долучення суспільства до підняття і рішення соціальних проблем знайшло свої плоди в зміні народної самосвідомості. Інформативність залишалась основною функцією плакату, який тепер породжував більший плюралізм думок та поглядів. Дедалі менше знаходимо антитез «добра» і «зла», натомість плакати кінця 1980-х починають тяжіти до філософської неоднозначності сприйняття.

В дослідженні київської школи плакату було визначено її тематичні та образотворчі особливості. Київські майстри тяжіли до осмисленості та фундаменталізму. Головним об'єднуючим елементом для неї була україністика. Чималий вплив на їх творчість мала символіка мистецтва Г. Нарбута. В плакатах школи висловлювалась громадська позиція та активно відображались гостро-соціальні теми. Так, в київських плакатах знаходимо відгук на набуття української мови статусу державної, на екологічну ситуацію після аварії на Чорнобильській АЕС, на політику «Гласності». Розглянуто представників нової хвилі українського плакатного мистецтва. У подальшому планується продовження досліджень даної теми для отримання більш повного уявлення про мистецтво плакату в Україні часів Перебудови.

Література

1. Бернат Л. Запис інтерв'ю від 29.05.2019 р. Київ. Бесіду провела Сенєга Л. Архів автора.
2. Будник А. Запис інтерв'ю від 12.03.2019 р. Київ. Бесіду провела Сенєга Л. Архів автора.

3. Вештак-Остроменська І. Запис інтерв'ю від 17.11.2018 р. Київ. Бесіду провела Сенєга Л. Архів автора.

4. Владич Л. Майстри плаката. Київ: Мистецтво, 1989. 150 с.

5. Донець О. Віддзеркалення соціокультурних процесів в українському друкованому

плакаті часів перебудови (за зібранням НБУВ). *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2012. № 34, С. 388–400.

6. Миклашевич В. Плакат вчера и сегодня. *Юный художник*. 2000. № 1. С. 28–30.

7. Остроменская И. Территория плаката. *Галерея*. 2000. № 3–4. С. 26–27.

8. Рудяченко О. "Ляпасом" по мордасам. *Молода гвардія*. 1990. № 190. С. 4.

9. Синишин А. А. Феномен одесского плаката конца XX века. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету: збірник*. Одеса: Видавничий дім "Гельветика", 2018. Вип. 28. С. 118–121.

10. Тарасов В. В., Шевченко В. Я. Авторський плакат кінця 1980-х — початку 1990-х років у площині історичного джерела: проблема аналізу та інтерпретації. *Вісник ХДАДМ*. 2017. № 2. С. 83–90.

11. Український друкований плакат 1965–1985 років з фондів Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського: каталог. Вип. 2 / Тетяна Галькевич, Олена Донець; авт. вступ. ст. О. Донець; відпов. ред. Г. М. Юхимець; Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ: НБУВ, 2016. 924 с.: іл.

12. Український друкований плакат 1986–1989 років з фондів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського: каталог. Вип. 3 / Уклад.: Тетяна Галькевич, Олена Донець; вступ. ст. О. Донець; відп. ред. Г. М. Юхимець. Київ, НБУВ, 2018. 464 с.: іл.

13. Шевченко В. Я. Композиція плаката. Харків: Колорит, 2004. 123 с.

14. Шумаков А. В. Перестройка и мы. Всесоюзный конкурс плакатов. Москва: Издательство Плакат, 1989. 132 с.

15. Aulich J., Sylvestrova M. Political Posters in Central and Eastern Europe, 1945–95. Manchester University Press. 1999. 227 p.

References

1. Bernat, L. Recorded interview, May 29, 2019, Kyiv. The interview was conducted by Senega L. Author's archive.

2. Budnyk, A. Recorded interview, March 12, 2019, Kyiv. The interview was conducted by Senega L. Author's archive.

3. Veshtak-Ostromenskaya, I. Recorded interview, November 17, 2019, Kyiv. The interview was conducted by Senega L. Author's archive.

4. Vladych, L. (1989). *Majstry plakata* [Poster Masters]. Kyiv: Mystetstvo [in Ukrainian].

5. Donets', O. (2012). Viddzerkalennia sotsiokul'turnykh protsesiv v ukrains'komu drukovanomu plakati chasiv perebudovy (za zibranniam NBUV). [Reflection of socio-cultural processes in the Ukrainian printed poster of the perestroika period (according to the NBUV collection)]. *Naukovi pratsi Natsional'noi biblioteki Ukrainy im. V.I. Vernads'koho – Scientific works of the National Library of Ukraine named after V. Vernadsky*. 34, 388–400 [in Ukrainian].

6. Miklashevych, V. (2000). Plakat vchera y sehodnia [Poster yesterday and today]. *Yunyj khudozhnyk – Young artist*. 1. 28–30 [in Russian].

7. Ostromenskaia, Y. (2000). Terrytoryia plakata [Territory of poster]. *Halereia – Gallery*. 3–4, 26–27 [in Russian].

8. Rudiachenko, O. (1990). "Liapasom" po mordasam [A slap on the face]. *Moloda hvardiia – Young Guard*. 190, 4 [in Ukrainian].

9. Sinishyn, A. A. (2018). Fenomen odesskoho plakata kontsa XX veka [The phenomenon of the Odessa poster of the end of the XX century]. *Naukovi zapysky Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu: zbirnyk – Scientific notes of the International Humanities University: [collection]*. Odessa, 28, 118–121 [in Russian].

10. Tarasov, V. V., & Shevchenko, V. Ya. (2017). Avtors'kyj plakat kintsia 1980-kh — pochatku 1990-kh rokiv u ploschyni istorychnoho dzherela: problema analizu ta interpretatsii. Author's poster of the late 1980s – early 1990s in the plane of the historical source: the problem of analysis and interpretation. *Visnyk KhDADM – Bulletin of the KhDADM*. 2, 83–90 [in Ukrainian].

11. Hal'kevych, T., & Donets', O. (2016). *Ukrains'kyj drukovanyj plakat 1965–1985 rokiv z fondiv Natsional'noi biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernads'koho* [Ukrainian printed poster 1960 – second half of the 1980s from the funds of the National Library of Ukraine named after VI Vernadsky: catalog]. Yukhymets', H.M. (Eds.). Vol. 2. Kyiv: NBUV. 924 p. [in Ukrainian].

12. Hal'kevych, T., & Donets' O. (2018). *Ukrains'kyj drukovanyj plakat 1986–1989 rokiv z fondiv Natsional'noi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernads'koho: kataloh* [Ukrainian printed poster of 1986–1989 from the funds of the National Library of Ukraine named after V. I. Vernadsky:

catalog.]. Yukhymets', H. M. (Eds.). Vol. 3. Kyiv: NBUV. 464 p. [in Ukrainian].

13. Shevchenko, V. Ya. (2004). *Kompozytsiia plakata* [Poster composition]. Kharkiv: Koloryt. 123 p. [in Ukrainian].

14. Shumakov, A. V. (1989). *Perestrojka y my. Vsesoiuznyj konkurs plakatov* [Perestroika and we.

All-Union poster contest]. Moscow: Yzdatel'stvo "Plakat". 123 p. [in Russian].

15. Aulich, James, & Sylvestrova, Marta. (1999). *Political Posters in Central and Eastern Europe, 1945–95*. Manchester University Press. 227 p. [in English].

THE KYIV POSTER SCHOOL DURING THE PERESTROIKA PERIOD: VISUAL LANGUAGE AND CONTENT

¹BUDNYK A. V., ²SENEGA L. M.

¹*Kyiv National University of Culture and Arts,*

²*National Academy of Fine Arts and Architecture of Ukraine.*

Purpose: to analyze the specifics of the Kyiv poster school of the Perestroika period.

Methodology. Historical-comparative and art-scientific methods of analysis were used for the research.

Results. The Perestroika period saw the final transformation of Ukrainian poster techniques and tools: from dogmatic system of Soviet school of visual arts to polystylistics of social, political, ecological and cultural posters at the time of fundamental social changes. Each of the major regional schools of the Ukrainian poster genre met the turning point of the era in accordance with its deeply rooted tradition or unconscious inertia. Appeal to the previously forbidden themes, repositioning of the theme of Ukrainianism in the poster, unexpected technical and artistic solutions, gravitating towards the smooth concepts of European poster movements – all this was presented and interpreted in terms of regional specificity. The attention of this study was focused on the Kyiv school. External and internal influences on the work of the Kyiv masters were analyzed. It was

КИЕВСКАЯ ШКОЛА ПЛАКАТА ВРЕМЕН ПЕРЕСТРОЙКИ: ВИЗУАЛЬНЫЙ ЯЗЫК И СОДЕРЖАТЕЛЬНОЕ НАПОЛНЕНИЕ

¹БУДНИК А. В., ²СЕНЕГА Л. Н.

¹*Киевский национальный университет культуры и искусств,*

²*Национальная академия изобразительного искусства и архитектуры*

Цель: проанализировать специфику деятельности киевской школы плаката времен Перестройки.

Методология: для проведения исследования использовано исторически-сравнительный и искусствоведческий методы анализа.

Результаты: на протяжении периода Перестройки произошла окончательная трансформация приемов и средств украинского плаката от догматической системы координат советской школы изобразительного искусства к полистилистике социального, политического, экологического и культурного плаката времен фундаментальных изменений в обществе. Каждая из больших региональных школ плакатного жанра в Украине встретила перелом эпохи согласно своей глубоко укорененной традиции или неосознанной инерции. Обращение к ранее запрещенным темам, перепозиционирование темы украинистики в плакате, неожиданные технические и художественные решения, которые подражали текущим концепциям европейских плакатных трендов – все это было подано и интерпретировано под углом региональной специфики. Сосредоточив внимание на исследовании киевской школы, были проанализированы внешние и внутренние влияния на творчество киевских мастеров, определено, какие темы чаще всего находили отражение в плакатах и в чем заключались

determined which themes were most often reflected in the posters and what were the stylistic changes.

Scientific novelty. For the first time was covered the specifics of the Kyiv poster school and how it interacted with other poster schools in Ukraine.

Practical significance. The study allows us to expand our knowledge about the activities and artistic features of the Kyiv school of posters during Perestroika. The findings can be used in further research of Ukrainian poster art.

Keywords: *Kyiv poster school; the Perestroika period; social; political; ecological; culturological poster.*

стилистические изменения.

Научная новизна: впервые освещена специфика именно киевской школы плаката, способы ее взаимодействия с другими плакатными школами Украины.

Практическая значимость. Исследование позволяет расширить знание о деятельности и художественных особенностях киевской школы плаката времен Перестройки. Полученные результаты могут быть использованы в дальнейшем исследовании украинского искусства плаката.

Ключевые слова: *киевская школа плаката; Перестройка; социальный; политический; экологический; культурологический плакат.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Будник Андрій Вікторович, канд. мистецтв., член Національної спілки художників України, старший викладач кафедри графічного дизайну, Київський національний університет культури і мистецтв, ORCID 0000-0002-0719-2231, **e-mail:** budnik_andriy@ukr.net

Сенєга Ліра Миколаївна, магістр, кафедра теорії та історії мистецтва, Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури, ORCID 0000-0002-4419-464X, **e-mail:** kurukuzik@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Будник А. В., Сенєга Л. М. Київська школа плакату часів перебудови: візуальна мова і змістовне наповнення. *Art and design*. 2021. №1(13). С. 30–42.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.3>

Citation APA: Budnyk, A. V., Senega, L. M. (2021) The Kyiv Poster School During the Perestroika Period: Visual Language and Content. *Art and design*. 1(13). 30–42.

УДК
7.012:082.2(4/9)

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.4.

ГАБРЕЛЬ Т. М.
Національний університет «Львівська політехніка»

МЕМОРІАЛЬНІ КОМПЛЕКСИ. СВІТОВИЙ ДОСВІД ДЛЯ ПРАКТИКИ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ПАМ'ЯТІ

Мета: встановити рівень дослідженості теми в науковій літературі; визначити фактори, що найбільш ефективно сприяють реалізації меморіальної функції в об'ємно-просторових структурах міста; здійснити критичне порівняння архітекτονіки та просторової організації визначених закордонних аналогів, що об'єднані спільними критеріями.

Методологія: застосовано порівняльний та аналітичний методи, що побудовані на авторському трактуванні основних художніх засобів. У статті використано також головні положення системного підходу; контент-аналіз, методи моделювання, історичний та експертний.

Результати. Меморіал, як і будь-який простір, спроектований та втілений людиною, покликаний ефективно виконувати свої функції. Функція вшанування пам'яті засобом спорудження та організації меморіалів проаналізована та розкрита завдяки здійсненому аналізу значущих закордонних прикладів. Підкреслено необхідність якісного обґрунтування у творенні меморіальних комплексів, продемонстровано зміну десятилітніх трендів у формотворенні меморіалів, наголошено на необхідності розробки, вдосконалення та впровадження цілісної стратегії політики пам'яті.

Наукова новизна. Вперше проведено критичне порівняння та експертний аналіз масиву з п'яти різних, але об'єднаних визначеними критеріями та параметрами, меморіалів планети, споруджених в ХХІ ст. та послідовно виділено їхні спільні та відмінні риси, а також виокремлено тенденції в політиці пам'яті, що актуальні протягом десятиліття.

Практична значущість. Підтверджена потреба збереження та інтерпретації пам'яті про фатальні події засобом спорудження меморіалів, наголошено, що основна їх функція – служити своєрідним запобіжником, який не допускати повторення трагічних подій у майбутньому. Здійснено пошук шляхів реалізації та впровадження цілісної й ефективної системи вшанування пам'яті, яка повинна нести миротворчий, а не атакуючий характер.

Ключові слова: вшанування пам'яті; політика пам'яті; меморіал; монумент; художній образ; художні засоби; катарсис.

Вступ. Численні трагічні події для людства не можуть бути забутими й проігнорованими. І хоча, можливо, кількість воєн, стихійних лих і катастроф загалом і зменшується, цифрова комунікація допомагає ширитися не лише досягненням науково-технічного прогресу, а й сумним, іноді трагічним, звісткам про техногенні катастрофи, зростаючу кількість жертв від воєнізованих конфліктів та лиха, спричинених антропогенним впливом. Не залежно від подій, найважливіше для всіх учасників уміння зробити правильні висновки, які відвертатимуть людство від варварства, невігластва й ненависті в сторону стабільного розвитку, зростання й процвітання. Саме таку функцію на планеті

виконують пам'ятники, меморіали та цілі музейні комплекси, ціллю яких є як збереження пам'яті для наступних поколінь зокрема, так і загалом намагання уберегти й унеможливити різноманітні жорстокі трагедії на перспективу. Актуальність дослідження підсилено усвідомленням, що збереження пам'яті про фатальні події повинно служити своєрідним запобіжником, який не допускав би повторення їх у майбутньому [3, 6].

Монумент постає в структурі й середовищі міста, як мінімум, на період правлячої влади та домінуючої ідеології, він не змінюється так часто, як простір скверів чи фонтанів, на угоду новим поколінням урбаністів і «мавпуванню» сучасних підходів

до проектування міст. Сказане вкотре підкреслює актуальність дослідження, спрямованого на пошук шляхів реалізації та впровадження цілісної й ефективної системи вшанування пам'яті, яка часто при необдуманій і спонтанній стратегії несе не миротворчий, а скоріше атакуючий характер. Доцільно згадати, що гібридна війна віддаватиме перевагу тому, хто вміє працювати з масовою свідомістю [12, 36; 14, 38]. Будь-який простір, спроектований і втілений людиною, спрямований ефективно виконувати свою функцію: середовище храму повинно сприяти щирій молитві, простір медіатеки надихати на поглинання нових знань, а інтер'єр розважального закладу – відчайдушно чи безтурботно вправлятися в гедонізмі його відвідувачам. Аналогічно і меморіальний комплекс повинен успішно виконувати насамперед свою функцію – збереження пам'яті минулого та уникнення схожих трагічних подій на майбутнє. З'ясувати типологію меморіалів, аргументовано виділити фактори, що оптимально сприяють їх ефективності, – це і є метою запропонованої статті.

Аналіз останніх досліджень. В основу дослідження покладено вагому джерельну базу, і з метою не збільшувати обсяг статті автор використовує цитування одразу в тексті, не виокремлюючи дослідників в окремий підрозділ, хоча деякі імена та концепти означено: теоретик і практик архітектури, який осмислював відношення часового виміру та предмета діяльності, проф. КНУБА Абрам Мардер [7], засновник концепції персоналізму філософ, теолог Микола Бердяєв [2], поборник духовної редукції, культуролог Михайло Блюменкранц [4], натхненник пошуку нових підходів у тлумаченні минулого німецький історик Йорн Рюзен (Розе) [10], винахідник і засновник наукової галузі досліджень історичної колективної пам'яті французький філософ Моріс Хальбвакс [15] та його співвітчизник і послідовник П'єр Нора [9] –

усі вони зробили величезний вклад у розвиток тематики пам'яті.

У науковій літературі для позначення типології меморіалів зустрічаються поняття: «меморіальний комплекс», «меморіальний простір» та «меморіальний центр» [16–22]. Для спрощення цих понять у статті автор послуговується терміном «меморіал».

Ідеологічну базу для майбутніх меморіалів закладають численні гуманітарії, а відповідальність за матеріалізацію їхніх напрацювань несуть великою мірою архітектори, скульптори, дизайнери та представники інших творчих спеціальностей, і за умов, коли частина населення країни піддається зовнішнім впливам, державі, крім модернізації історичних міфем, потрібно витратити зусилля і для активної контрпропагандистської роботи» [11, 58]. Будуючи стратегію своєї роботи на висновках істориків, психологів та філософів, водночас усвідомлюючи всю відповідальність за свою діяльність, натхненні проектант безжально відсікають будь-які ідеологічні двозначності, звертаючись до багатой палітри художніх прийомів і засобів, вони відкидають усе зайве і не значуще, адже відчують, що аргументована критика здатна вщент розтрошити слабкі образи.

Постановка завдання. У роботі поставлено такі завдання: встановити рівень дослідженості теми в науковій літературі та виокремити фундаментальні праці науковців із порушеної тематики; визначити фактори найвдалішого сприяння реалізації меморіальної функції в об'ємно-просторових структурах міста; здійснити критичне порівняння п'яти меморіальних комплексів світу для інтеграції набутого досвіду в проектних практиках митців.

Результати дослідження. Історична пам'ять завжди знаходиться під пресом зацікавлених груп суспільства, ідеології та політики [5, 379], тож тема вшанування пам'яті засобом спорудження й організації

меморіальних комплексів зараз справді актуальна. Окремі історики, психологи, мистецтвознавці, культурологи та архітектори вважають за потрібне або розкрити власне, часто не унікальне бачення, або підтримати когось із «лідерів громадської думки». Не вдаючись у детальний аналіз наявного масиву інформації, підкреслимо існування двох діаметрально протилежних думок: неприхована й необґрунтована агресія до опонентів чи мовчазне бездумне похитування головами як знак підтримки «своїх» лідерів. При пануванні такої культури наукової дискусії шукати, пропонувати й обґрунтовувати релевантні гостроті проблеми рішення надзвичайно складно, адже політика пам'яті насамперед повинна бути спрямована на збереження безконфліктності й стабільності суспільних відносин [13, 19]. Отож справжнім «рятівним кругом» в океані пропаганди та маніпуляцій виступають критичні й відверті статті пристрасних інтелектуалів, які логічно й аргументовано вибудовують власну позицію, якою ю вона не була. Присутність такого зрілого наративу всіляко вселяє віру в можливість знайти консенсус, і це ще більше запалює бажання його пошуку й вдосконалення. Важливо зазначити, що завдяки неупередженим і послідовним зусиллям правильний вектор таки накреслено, варто лише сприяти його стабільності й тягlostі до максимальної об'єктивності. Діяльність інститутів пам'яті, меморіалів геноциду чи громадянських воєн (якщо ці інституції не є політично заангажованими на користь однієї зі сторін конфлікту), увіковічення пам'яті у мистецьких творах, шкільних програмах, концепціях національної безпеки об'єктивно, неупереджено та без зайвої героїзації й демонізації учасників виступає потужними засобами *суспільної меморіалізації пам'яті про конфлікт*, слугуючи надійним запобіжником проти рецидиву конфлікту в майбутньому [6, 227].

Те, що ослаблення чи втрата ідентичності спричинені непослідовністю концепцій планування та розвитку разом зі зміною місць, зрозуміло в цивілізованих кутках земної кулі [15, 11; 23]; а те, що Політика Пам'яті має сприяти реінтеграції історичних подій та їх репрезентації в нових культурних формах (монументах, меморіалах, ландшафтах, музеях, архівах, кінофільмах, різних жанрах усних історій та бібліографічних конструкціях), стало зрозуміло вже і нашій державі [8, 244]. Отже, розглянемо, як кращі архітектори світу інтерпретують трагізм і формують досвід користувача меморіалів, одного з небагатьох типів архітектури, основною функцією якого є не притулок, а відчуття й запам'ятовування [23]. Для аналізу було обрано п'ять об'єктів, об'єднаних певними факторами:

- безособова трагедія (фактичну кількість жертв складно або неможливо встановити);

- меморіал не повинен сприяти розпалюванню ворожнечі – відсутні будь-які явні символи, що можуть цьому сприяти;

- винуватці трагічних подій не встановлені або не понесли законного покарання;

- меморіал вписаний у містобудівну тканину, несе жваву громадську функцію, притягує, але водночас насторожує.

Усі об'єкти запроектовані й реалізовані в ХХІ ст. Об'єкти дослідження подані в хронологічному порядку їх реалізації.

Меморіал Ірландського Голоду, Нью-Йорк (США), 1100 Architect, 5000м², 2001 (рис. 1, а). В абсолютно стійкій передовій економіці світу попит на меморіальні простори, що вшановують сумні події національних меншин своїх мешканців, існував ще до найбільш знакової трагедії континенту; і пропозиція знаходить своє вираження у вельми людному місті США, незважаючи на вартість квадратного метра простору. На зламі тисячоліть естетика постмодернізму робить свої останні спроби

заявити про себе: кожен елемент меморіалу має раціональне пояснення, будь-то камінчик чи рослина. Палітра застосованих матеріалів вражає своєю еклектичністю adeptів мінімалізму (рис. 1, б), але поступово остуджує їх радикалізм своїм символізмом; інструменти семантики відіграють роль нюансу, але водночас дають достатньо відповідей допитливому погляду; вельми складна архітектоніка сприяє багаторакурсній видовищності, провокує до подорожі та споглядання меморіалу.

Проектування «досвіду користувача» меморіалу та його можливість до самостійного дослідження середовища стають надійними чинниками формування індивідуальної історії через пізнання та сприйняття колективного минулого. Різноманітність та ритм фактур збільшують простір меморіалу та провокують до його ретельнішого дослідження, контраст закритих (внутрішніх) та відкритих (оглядових) просторів формують різні настроєві ситуації, які користувач при бажанні переживає за абсолютно суб'єктивним рецептом. Відгомін подій понад 150-річної давності може бути інтерпретований як завгодно і середовище меморіалу всіяко сприяє цій різноманітності. Пейзажні консолі виходять над освітленою кам'яною й скляною базовою структурою, піднімаючись від рівня вулиці в її південно-східному куті до висоти 25 футів у її західному напрямку, де відвідувачам відкривається вид на річку Гудзон, статую Свободи та Острів Елліс [21]. До слова, меморіал через перенасиченість матеріалами та пластичними підходами так і не отримав достатньо схвальних відгуків посеред критиків та промовисто погасив актуальність постмодерністичної естетики деконструктивізму. Серед меморіальних просторів – точно.

Меморіал Убитим Євреям Європи, Берлін (Німеччина), EISENMAN ARCHITECTS, 19000 м², 2005 (рис. 2, а). У цьому пам'ятнику немає мети, немає кінця, немає

жодного робочого шляху [17]. Маніфест, створений американським архітектором, якому на момент відкриття меморіалу було 73 роки, вкотре акцентує нашу увагу на тому, що осмислювати й працювати з таким чутливим питанням, як політика пам'яті, може лише творець із багатим життєвим досвідом, відкритою свідомістю та поглядом, спрямованим у майбутнє. Монументально регулярний, але водночас природно ірраціональний масив із 2711 паралелепіпедів формує середовище, яке всіяко сприяє індивідуальному досвіду та колективному смислетворенню. І поки маргінальні групи населення використовують безликі декорації не зовсім за призначенням [16], можна сміливо стверджувати, що коли небудь не очікуваний момент туги чи тривоги приведе цих же молодих людей не в храм довільної конфесії, а в цей лабіринт страждань та розпачу (рис. 2, б). Безособова трагедія формує безособовий меморіал, це справжній «цифровий портал», де людина та її душа – неначе чіп вселенської мікросхеми. Музейне наповнення простору знайшло своє вираження на вулиці, де розміщений меморіал, поки індивід наближається до бетонного лабіринту він має змогу оглянути інформаційні стенди. Все це вкотре підкреслює основне – проектуючи меморіал важливо формувати різноманітний досвід користувача та водночас сприяти ситуації коли основне посилення проєктантів буде сприйняте та засвоєне реципієнтом якомога якісно – завдяки пізнанню урбанізованого ритуального середовища проблематика має виникнути у його свідомості. Архаїчні підходи до сприйняття простору в дусі тоталітарних режимів – «одна основа вісь» – вже давно не актуальні; всі ми різні та йдемо по життю різними шляхами, важливо, що ми рухаємося в одну сторону – і ця «сторона» – краще майбутнє для людського виду.

Рис.1а, Меморіал Ірландського Голоду, Вашингтон (США), 2001
1100architect.com



Рис.1б, Фрагмент МК



Рис.2а, Меморіал Убитим Євреям Європи, Берлін (Німеччина), 2005, аерофото зйомка
eisenmanarchitects.com



Рис.2б, Фрагмент МК



Рис.3а, Меморіальний Центр в Мехіко (Мексика), 2013, нічна панорама МК
archdaily.com



Рис.3б
План МК



Рис.4а,
Меморіал
Жертвам СНІДу,
studioai.com, 2016

NEW YORK CITY AIDS MEMORIAL

Рис.4б. Ескіз МК у м.Нью-Йорк (США), 2012,
archdaily.com



Рис.5а, Національний Монумент Голокосту,
Оттава (Канада), 2017
libeskind.com



Рис.5б.
Один із
входів
до МК

Колаж - автор статті

Меморіальний Центр у Мехіко (Мексика), Gazeta Springall Arquitectos, 15000 м², 2013 (рис. 3, а). «Суспільство відповідає за створення Меморіалу», [20] – стверджують автори; а автор статті, відповідно, зазначає, що проєктанти вміло застосовують художні засоби, напевне усвідомлюючи, що таке «відповідальність»: символізм середовища надмірний. Досконала геометрія рукотворних форм ідеально контрастує з природним оточенням; суворий і водночас природний ритм (рис. 3, б) змушує задуматися над циклічністю буття, нюанси прочитуються лише при близькому ознайомленні з фактурами та температурою світла, підсвічування лаконічно акцентує увагу на основному, а непомітний ззовні фонтан генерує медитативні звуки. Парадоксальним для пострадянського сприйняття є намагання авторів проєкту залучити відвідувачів до інтерактиву – вони рекомендують писати на стінах та залишати особисті повідомлення. Тут напевно ключову роль відіграє усвідомлення того факту, що не можливо зупинити насильство спорудженням меморіалу, а «контрольований вандалізм» мабуть не найтяжча його форма. Можна не володіти іспанською, мати проблеми зі сприйняттям реальності чи особливий погляд на світ, але атмосфера легко прочитується навіть тими, хто не володіє навиком читання. Зазначимо, що цифрова безособова естетика й досі популярна, філософи та мислителі всіх жанрів сміло шукають аналогії з симуляцією реальності. Проте не виключено що, ті, хто безпосередньо постраждали від Guerra contra el narcotráfico en México швидше сприймають МЦ як спробу своєрідної індульгенції перед власним народом за кожну жертву нарковійни з боку зацікавлених кіл шляхом спорудження меморіалу на вході в парк Чапультепек площею майже 700 Гектарів з Північно-Західного в'їзду до Мехіко-Сіті.

Меморіал Жертвам СНІДу, Нью-Йорк (США), Studio a+i, 150 м², 2016 (рис. 4, а). Хворі соціуми воліють не бачити проблем, закривають собі рота та всіляко оминають гострих кутів; більш зрілі не бояться фокусуватися на проблемах, сприяють діалогу, що розставить акценти, та вчасно «видалять пухлини». Американському суспільству знадобилося цілих десять років для гідної реалізації меморіалу, що відобразив би усю гостроту 9/11; та детально аналізувати цей справді вражаючий комплекс у контексті запропонованої статті й озвучених вище критеріїв ми не будемо, це тема окремої розмови. Зазначимо лише, що через п'ять років після його відкриття та на відстані три кілометри від 9/11 Memorial & Museum увага американців фокусується на проблемі меншин, яка п'ять років назад давно переросла там із екстриму в мейнстрим. Конкурс (майже 500 учасників), незчисленна кількість проєктних ітерацій (рис. 4, б) у результаті еманують на Манхетені невеличкий МАФ, що став справжнім символом, місцем споглядання, що забезпечує притулок для роздумів та пам'яті про чоловіків, жінок і дітей, які загинули від СНІДу [16]. Естетика параметризму радо відкриває свої обійми й втягує в них усе можливе. Формотворення в реалі вже більш ніж узалежене від Building Information Modeling технологій віртуальної реальності. Чи було бажання в організаторів конкурсу спробувати знайти «ідеальне» рішення? Дозволимо стверджувати, що так. Проте зазначимо, що спостерігач, який не ознайомлений із викладеними вище фактами, закономірно, що може сприйняти меморіал значно менш пафосно та більш прозаїчно. В цьому і є особливий сенс та шарм продуктів і творів цифрової епохи – для усвідомлення повноти картини загорнутої у вельми просту та очевидну форму необхідно володіти знанням про складну та не однозначну проєктну ситуацію, яка передувала еманції

«шедевр». І що вельми важливо, якщо знайдене рішення максимально резонує із носіями культури навколо, вони завжди із задоволенням перетворюються на екскурсоводів, щоб заповнити прогалину знань про об'єкт дослідження реципієнту в якого раптово розрядився телефон та всі наявні засоби цифрового зв'язку з реальністю.

Національний Монумент Голокосту, Оттава (Канада), Studio Libeskind, 3000 м², 2017 (рис. 5, а). Розміщення більш ніж символічне – навпроти канадського музею війни [20]. Кожна перемога має в собі краплину поразки, кожна смерть дає можливість новим народженням. Геометрія й формотворення монументу трендові, основний застосований принцип – анаморфоз, планувальна ідея може бути зрозуміла лише в процесі аерофотозйомки, блукання серед ірраціональних об'ємів дає користувачеві унікальний тривожний досвід, відчуття безвиході. Палітра застосованих матеріалів більш ніж скромна, і тим, кому пуританська архітектоніка видається надмір мовчазною, допоможуть проїнятися функцією середовища фотографії Edward Burtynsky's, втілені в домінуючому матеріалі. «Схилити голову» в скорботі реципієнту допоможе один із входів до меморіалу (рис. 5, б). Контраст? Напевно, таки він. От до чого може привести голос однієї людини в суспільстві, яке вміє слухати – проект ініційовано громадянкою Канади та внучкою євреїв польського походження Лаурою Гросман. До слова долучитися з будь-якої точки планети до ініціативи не байдужої канадійки фінансово можна просто зараз – на сайті монументу знайти посилання «залишити пожертву» не складе жодних проблем.

Створення меморіалу передбачає проектування досвіду реципієнта та формування його емоцій, тож важливо не допускати жодних двозначних трактувань, враховувати всі підводні камені потенційно неправильної інтерпретації, а також

усвідомлено формувати роботу післяобразу. З одного боку, враховуючи всі перелічені ризики, легко потрапити в банальний формалізм, дублюючи ортодоксальні та певною мірою архайчні підходи до формування меморіальних просторів – триумфальні арки, колони, «вічні вогні» тощо. З другого, – формуючи в матеріалі надто складні для прочитання смисли та образи, можна залишитися просто не зрозумілим для пересічного глядача. Концепція «меморіал визначний, він простий і водночас складний, бо формує дуже різні налаштовані ситуації» [21] – не працює. Найчутливіша до значення трагедії аудиторія – учасники чи безпосередні спостерігачі трагічних подій, у будь-якому випадку зможе правильно інтерпретувати образи увіковічення в довільному матеріалі, адже вони несуть біль втрати всередині. Жодний монумент, сукупні потуги проєктантів у формотворенні, помножені на цінність чи концептуальність застосованих матеріалів, не зможуть втамувати біль пережитого чи незворотних втрат. Найкращим вшануванням пам'яті загиблих є не карбування їхніх імен єдиним «нечитабельним» списком у граніті чи мармурі, а власне доведення до логічного завершення їхньої боротьби; просування та проповідкування ідеалів, у боротьбі за які люди свідомо чи волею випадку віддали власне життя. Можна вшанувати полеглого родича встановленням дороговартісного надгробку на його батьківщині, а можна носити фото з собою в гаманці (щоправда, одне одному не перешкоджає), проте один із цих шляхів більше схожий на «консервацію», а інший на «вшановування пам'яті».

Висновки

1. Формування меморіальної політики – kind of wicked problems. Це справді потужний виклик для дизайнерів, адже він передбачає синтез намагань безлічі фахівців залатати найгостріші рубці в пам'яті соціуму, життя якого вибухнуло в момент трагедії та

вирує щомиті. Необережні дії можуть стати приводом для чергової хвилі ескалації насилля або навіть детонації давно забутих інцидентів. Сакралізований характер таких просторів несе в собі можливо навіть більший енергетичний потенціал ніж сучасні зразки сакральної архітектури, адже він консолідує абсолютно різних людей у єдиному потоці та концентрує їх увагу на єдиному егрегорі.

2. Політика пам'яті відображає дух часу, дух епохи. Меморіал, спричинений подіями минулого, споруджений у сьогоденні, більше за будь-який тип архітектури спрямований у майбутнє. І якщо загальновідомо, що дизайн – це і процес, і результат, саме гідна матеріалізація меморіалів надзвичайно узалежнена від якісного публічного процесу. Враховуючи монументальність впливу меморіальних просторів на громадян ігнорування будь-

яких неоднозначних деталей в процесі проектування меморіалів не припустимо, не етично та можливо навіть може бути класифіковано як злочин проти моралі.

3. Політика пам'яті жодним чином не може бути стихійною. Задля збереження стабільності в суспільстві необхідна далекоглядна стратегія, і що важливо, сучасні технології дають змогу спочатку шукати робочі рішення в «цифрових лабораторіях», а не одразу на живих людях. Нав'язливе декларування символіки та гасел у новоспоруджених монументах може бути сприйняте окремими індивідами вельми не однозначно, єдиний вихід збереження безконфліктності – грамотне застосування технологій доданої та віртуальної реальності для ефективного забезпечення меморіальної функції.

Література

1. Ассман А. Простори спогаду. Форми трансформації культурної пам'яті / пер. з нім. К. Дмитренко, Л. Доронічева, О. Юдін. Київ: Ніка-Центр, 2012. 440 с.

2. Бердяев Н. А. Самопознание / примеч. М. А. Блюменкранца. Харьков: Фолио, 2004. 620 с.

3. Бессонова М. М. Меморіальні он-лайн проекти, присвячені Другій світовій війні: досвід зарубіжних країн. *Історико-політичні студії*: зб. наук. пр. Київ: КНЕУ, 2015. № 2. С. 5–14. URL: <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/17449>.

4. Інтерв'ю Светланы Буниной с Михаилом Блюменкранцем. *Начало*. 2008. URL: http://litradi.ru/podcast/ostrota_zrenija_2_blumenkrants/detail.htm (дата звернення 15.03.2021).

5. Киридон А. М. Етос пам'яті. *Національна та історична пам'ять*. Київ: Пріоритети, 2012. Вип. 2. С. 378–401. URL: <http://old.uin.gov.ua/sites/default/files/userupload/zbirnyk2.pdf>.

6. Кирилюк О. Українські національна ідентичність, національна пам'ять та національна резистентність. *Тоталітаризм як система знищення національної пам'яті*: зб. наук. пр. за матер. Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю (м. Львів? 11–12 червня 2020р.). Львів:

ЛНМУ ім. Данила Галицького, 2020. С. 226–229. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32668/2/TSDNM_2020_Kiriliuk_O-Ukrainski_natsionalna_226-229.pdf.

7. Мардер А. Пам'ятки архітектури та містобудування України: довідник / за заг. ред. А. П. Мардера, В. В. Вечерського. Київ: Техніка, 2000. 320 с.

8. Набок С. Простір і пам'ять: на перехрестях контекстів. Наукові записки. Київ: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України. 2017. Вип. 5–6 (91–92). С. 244–253. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/nabok_prostir.pdf

9. Нора П. Теперішнє, нація, пам'ять / пер. з фр. А. Рєпа. Київ: Кліо, 2014. 272 с.

10. Рюзен Й. Нові шляхи історичного мислення / пер. з нім. В. Кам'янець. Львів: Літопис, 2010. 358 с.

11. Симоненко І. Особливості структури історичної пам'яті українського народу та шляхи формування національного історичного наративу. *Стратегічні пріоритети*. 2009. № 1(10). С. 51–61.

12. Солдатенко В. Ф. Про культуру національної пам'яті (на прикладі ставлення до історії Революції). *Національна та історична пам'ять*: зб. наук. пр. Київ: Пріоритети, 2012.

Вип. 2. С. 3–64. URL: <http://old.uinp.gov.ua/sites/default/files/userupload/zbirnyk2.pdf>

13. Сторожук С. В., Гоян І. М., Федик О. В. Роль колективної пам'яті в процесі формування національної єдності: український вимір. *Гуманітарний часопис*. 2018. № 1. С. 11–22.

14. Черкес Б. С., Юрик Я. М. Ідентичність та пам'ять у міському середовищі. *Вісник «Львівської політехніки»*. 2014. С. 35–39. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/25295/1/7-35-39.pdf> (дата звернення 17.03.2021).

15. Хальбвакс М. Социальные рамки памяти / пер. с фр. С. Зенкина. Москва: Новое изд-во, 2007. 348 с.

16. About the New York City AIDS Memorial Design. *New York City AIDS Memorial*. 2020. URL: <https://www.nycaidsmemorial.org/design> (дата звернення 13.03.2021).

17. Berlin Memorial to the Murdered Jews of Europe. *Eisenman Architects*. URL: <https://eisenmanarchitects.com/Berlin-Memorial-to-the-Murdered-Jews-of-Europe-2005> (дата звернення 21.03.2021).

18. Hutton P. H. Memory Phenomenon in Contemporary Historical Writing: How Interest in Memory has Influenced our Understanding of History. New York: Palgrave Macmillan, 2016. P. 246. URL:

https://books.google.com.ua/books?hl=en&lr=&id=0n6uDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=info:2R4T54859eQJ:scholar.google.com&ots=Ac_G5h095r&sig=gZdwAjzEhZtSB86QhUXrqjll88Y&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (дата звернення 26.02.2021).

19. Irish Hunger Memorial. *1100 Architect*. 2001. URL: <https://www.1100architect.com/portfolio-items/irish-hunger-memorial/> (дата звернення 17.03.2021).

20. National Holocaust Monument. *Studio Libeskind*. 2017. URL: <https://libeskind.com/work/national-holocaust-monument/> (дата звернення 18.03.2021).

21. The Holocaust Memorial That Became a Refuge for Drunks and Sunbathers. *Haaretz*. 2014. URL: <https://www.haaretz.com/life/books/what-not-to-do-at-the-holocaust-memorial-1.5246533> (дата звернення 25.02.2021).

22. How Will Future Generations Respond to Modern-Day Memorial Architecture? *ArchDaily*. 2020. URL: <https://www.archdaily.com/898654/how-will-future-generations-respond-to-modern-day-memorial-architecture>

[day-memorial-architecture](https://www.archdaily.com/898654/how-will-future-generations-respond-to-modern-day-memorial-architecture) (дата звернення 26.02.2021).

23. Verdery K. The Political Lives of Dead Bodies: Reburial and Postsocialist Change. New York: Columbia University Press, 1999. 185 p.

References

1. Assman, A. (2012). *Prostory spohadu. Formy transformatsii kul'turnoi pam'iaty* [Spaces of memory. Forms of transformation of cultural memory]. (K. Dmytrenko, L. Doronicheva, O. Yudin, Trans). Kyiv: Nika-Tsentr.

2. Berdiaev, N. A. (2004). *Samopoznanye* [Self-knowledge]. M. A. Bliumenkrantsa (Fn.). Khar'kov: Folyo.

3. Bessonova, M. M. (2015). Memorial'ni on-lajn proekty, prysviacheni Druhij svitovij vijni: dosvid zarubizhnykh krain [Memorial online projects dedicated to the Second World War: the experience of foreign countries]. *Istoryko-politychni studii – Historical and political studies*: URL: <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/17449> [in Ukrainian].

4. Ynterv'iu Svetlany Bunynoj s Mykhaylom Blumenkrantsem [Svetlana Bunina's interview with Mikhail Blumenkrantz] (2008). *Nachalo – Start*. URL: http://litradiio.ru/podcast/ostrota_zrenija_2_blumenkrants/detail.htm (Last accessed 15.03.2021) [in Russian].

5. Kyrlyon, A. M. (2012). Etos pam'iaty [Ethos of memory]. *Natsional'na ta istorychna pam'iat' – National and historical memory*, 2, 378–401. URL: <http://old.uinp.gov.ua/sites/default/files/userupload/zbirnyk2.pdf> [in Ukrainian].

6. Kyrlyuk, O. (2020). Ukrain's'ki natsional'na identychnist', natsional'na pam'iat' ta natsional'na rezystentnist' [Ukrainian national identity, national memory and national resistance]. Totalitarianism as a system of destruction of national memory. *Vseukrains'ka naukovo-praktychna konferentsiia z mizhnarodnoiu uchastiu (11–12 chervnia 2020 r.) – All-Ukrainian scientific-practical conference with international participation*. (pp. 226–229). L'viv: LNMU im. Danyla Halyts'koho. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32668/2/TSDNM_2020_Kiriliuk_O-Ukrainski_natsionalna_226-229.pdf [in Ukrainian].

7. Marder, A. (2000). *Pam'iatky arkhitektury ta mistobuduvannia Ukrainy* [Monuments of architecture and urban planning of Ukraine].

A. P. Mardera, V. V. Vechers'koho (Ed.). Kyiv: Tekhnika.

8. Nabok, S. (2017). Prostir i pam'iat': na perekhrestyakh kontekstiv [Space and memory: at the crossroads of contexts]. *Naukovi zapysky – Proceedings*, 5–6 (91–92), 244–253. URL: https://apiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/nabok_prostir.pdf [in Ukrainian].

9. Nora, P. (2014). *Teperishnie, natsiia, pam'iat'* [The present, the nation, the memory]. (A. Riepa, Trans). Kyiv: Klio.

10. Riuzen, J. (2010). *Novi shliakhy istorychnoho myslennia* [New ways of historical thinking]. (V. Kam'ianets', Trans). L'viv: Litopys.

11. Symonenko, I. (2009). Osoblyvosti struktury istorychnoi pam'iaty ukrains'koho narodu ta shliakhy formuvannia natsional'noho istorychnoho naratyvu [Features of the structure of the historical memory of the Ukrainian people and ways of forming the national historical narrative]. *Stratehichni priorytety – Strategic priorities*, 1(10), 51–61 [in Ukrainian].

12. Soldatenko, V. F. (2012). Pro kul'turu natsional'noi pam'iaty (na prykladi stavlennia do istorii Revoliutsii) [On the culture of national memory (on the example of the attitude to the history of the Revolution)]. *Natsional'na ta istorychna pam'iat'* – *National and historical memory*, 2, 3–64. URL: <http://old.uin.gov.ua/sites/default/files/userupload/zbirnyk2.pdf> [in Ukrainian].

13. Storozhuk, S. V., Hoian, I. M., Fedyk, O. V. (2018). Rol' kolektyvnoi pam'iaty v protsesi formuvannia natsional'noi iednosti: ukrains'kyj vymir [The role of collective memory in the process of forming national unity: the Ukrainian dimension]. *Humanitarnyj chasopys – Humanities magazine*, 1, 11–22 [in Ukrainian].

14. Cherkes, B. S., Yuryk, Ya. M. (2014). Identychnist' ta pam'iat' u mis'komu seredovyschi [Identity and memory in an urban environment]. *Visnyk L'vivs'koi politekhniki – Bulletin of Lviv Polytechnic*. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/25295/1/7-35-39.pdf> (Last accessed 17.03.2021) [in Ukrainian].

15. Khal'bvaks, M. (2007). Sotsyal'nye ramky pamiaty [Social framework of memory]. (S. Zenkyna, Trans). Moscow: Novoe yzd-vo.

16. About the New York City AIDS Memorial Design. (2020). New York City AIDS Memorial. URL: <https://www.nycaidsmemorial.org/design> (Last accessed 13.03.2021) [in English].

17. Berlin Memorial to the Murdered jews of Europe. Eisenman Architects. URL: <https://eisenmanarchitects.com/Berlin-Memorial-to-the-Murdered-Jews-of-Europe-2005> (Last accessed 21.03.2021) [in English].

18. Hutton, P. H. (2016). Memory Phenomenon in Contemporary Historical Writing: How Interest in Memory has Influenced our Understanding of History. New York: Palgrave Macmillan. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=en&lr=&id=0n6uDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=info:2R4T54859eQJ:scholar.google.com&ots=Ac_G5h095r&sig=gZdwAjzEhZtSB86QhUXrqjll88Y&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (Last accessed 26.02.2021) [in English].

19. Irish Hunger Memorial. (2001). 1100 Architect. URL: <https://www.1100architect.com/portfolio-items/irish-hunger-memorial/> (Last accessed 17.03.2021) [in English].

20. National Holocaust Monument. (2017). Studio Libeskind. URL: <https://libeskind.com/work/national-holocaust-monument/> (Last accessed 18.03.2021) [in English].

21. The Holocaust Memorial That Became a Refuge for Drunks and Sunbathers. (2014). Haaretz. URL: <https://www.haaretz.com/life/books/what-not-to-do-at-the-holocaust-memorial-1.5246533> (Last accessed 25.02.2021) [in English].

22. How Will Future Generations Respond to Modern-Day Memorial Architecture? ArchDaily. URL: <https://www.archdaily.com/898654/how-will-future-generations-respond-to-modern-day-memorial-architecture> (Last accessed 26.02.2021) [in English].

23. Verdery, K. (1999). The Political Lives of Dead Bodies: Reburial and Postsocialist Change. New York [in English].

MEMORIAL COMPLEXES. WORLD EXPERIENCE FOR THE PRACTICE OF MEMORY POLICY FORMATION

HABREL T. M.

Lviv Polytechnic National University

The purpose: to establish the level of research of the topic in the scientific literature; identify the factors that most effectively contribute to the implementation of the memorial function in the three-dimensional structures of the city; make a critical comparison of the architecture and spatial organization of prominent foreign counterparts, united by common criteria.

Methodology: applied comparative and analytical methods based on the author's interpretation of the main artistic means. The article also uses the main provisions of the system approach; content analysis, modeling methods, historical and expert.

Results. A memorial, like any space designed and embodied by man, is designed to perform its functions effectively. The function of honoring the memory by means of construction and organization of memorials is analyzed and revealed through the analysis of significant foreign examples. The need for qualitative substantiation in the creation of memorial complexes is emphasized, the change of ten-year trends in the formation of memorials is demonstrated, the need to develop, improve and implement a holistic strategy of memory policy is emphasized.

Scientific novelty. For the first time, a critical comparison and expert analysis of an array of five different, but united by certain criteria and parameters, memorials of the planet, built in the XXI century. and consistently highlighting their common and distinctive features, as well as highlighting trends in memory politics that have been relevant for decades.

Practical significance. The need to preserve and interpret the memory of fatal

МЕМОРИАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС. МИРОВОЙ ОПЫТ ДЛЯ ПРАКТИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИКИ ПАМЯТИ

ГАБРЕЛЬ Т. М.

Национальный университет «Львовская политехника»

Цель: установить уровень изученности темы в научной литературе; определить факторы, наиболее эффективно способствуют реализации мемориальной функции в объемно-пространственных структурах города осуществить критическое сравнения архитектуры и пространственной организации выдающихся зарубежных аналогов, объединенных общими критериями.

Методология: применено сравнительный и аналитический методы, построенные на авторской трактовке основных художественных средств. В статье использованы также основные положения системного подхода; контент-анализ, методы моделирования, исторический и экспертный.

Результаты. Мемориал, как и пространство, спроектированный и воплощенный человеком, призванный эффективно выполнять свои функции. Функция памяти средством сооружения и организации мемориалов проанализирована и раскрыта благодаря осуществленному анализу значимых зарубежных примеров. Подчеркнута необходимость качественного обоснования в создании мемориальных комплексов, продемонстрировано изменение десятилетних трендов в формообразовании мемориалов, отмечена необходимость разработки, совершенствования и внедрения целостной стратегии политики памяти.

Научная новизна. Впервые проведено критическое сравнение и экспертный анализ массива из пяти разных, но объединенных определенным критериям и параметрам, мемориалов планеты, построенных в XXI в. и последовательно выделены их общие и отличительные черты, а также выделены тенденции в политике памяти, актуальные в течение десятилетия.

Практическая значимость. Подтверждена необходимость сохранения и интерпретации

events as a means of constructing memorials was confirmed, and it was emphasized that their main function is to serve as a kind of safeguard that will prevent the recurrence of tragic events in the future. The search for ways to implement and implement a holistic and effective system of commemoration, which should be peaceful, not offensive.

Keywords: *commemoration; politics of memory; memorial; monument; artistic image; artistic means; catharsis.*

памяти о фатальных событиях посредством сооружения мемориалов, отмечено, что основная их функция – служить своеобразным предохранителем, не допускать повторения трагических событий в будущем. Осуществлен поиск путей реализации и внедрения целостной и эффективной системы памяти, которая должна нести миротворческий, а не атакующий характер.

Ключевые слова: *память; политика памяти; мемориал; памятник; художественный образ; способы; катарсис.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРА

Габрель Тарас Миколайович, канд. мист., асистент кафедри дизайну та основ архітектури, Національний Університет «Львівська Політехніка», ORCID 0000-0002-2293-6841, **e-mail:** taras.m.habrel@lpnu.ua

Цитування за ДСТУ: Габрель Т. М. Меморіальні комплекси. Світовий досвід для практики формування політики пам'яті. *Art and design*. 2021. №1(13). С. 43–54.

Citation APA: Habrel, T. M. (2021) Memorial Complexes. World Experience for the Practice of Memory Policy Formation. *Art and design*. 1(13). 43–54.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.4>

УДК
1.7.012+003.6.079

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.5.

ГУЛА Є. П.
Київський національний університет технологій та дизайну

МИСТЕЦТВО КОМІКСУ ТА ГРАФІТІ – СУЧАСНИЙ СВІТОГЛЯД У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Мета роботи – дослідити риси та особливості визначення головних дефініційних характеристик мистецтва коміксу та графіті у контексті сучасного світогляду в графічному дизайні.

Методологія. Застосовано загальнонаукові методи дослідження; аналітичний, типологічний, семантичний та порівняльний аналіз використано для термінологічного визначення понятійного апарату графічного дизайну та окреслення його теоретично-мистецтвознавчого застосування.

Результати. На основі аналізу наукових джерел з сучасного зарубіжного та українського мистецтва коміксу й графіті узагальнено аспекти трактувань цих соціально-культурних понять, оцінені їх історичні витоки в світі та Україні. Актуалізована проблематика співвідношення мистецтва коміксу й графіті та світоглядних цінностей сучасного дизайну. Формування мистецтва як коміксів, так і графіті, а також відповідних дизайнерських трендів безпосередньо пов'язаний із переходом до постмодерну (орієнтовно друга половина XX ст.), який супроводжувався формуванням значеного числа соціальних груп і неформальних рухів художників («райтерів»).

Наукова новизна полягає у розгляді мистецтва коміксу й графіті як певної соціально-культурної спільноти. Встановлено, що як комікси, так і графіті виявилися засобом комунікації та ідентифікації для представників цих відокремлених груп: комікси – для інтелектуальних спільнот, графіті – для умовно «вуличних».

Практична значущість. Підсумовані сучасні наукові визначення графічного дизайну. Результати дослідження можуть бути використані у практиці викладання графічного дизайну, мистецтва коміксу та інших графічних дисциплін.

Ключові слова: мистецтво коміксу; дизайн; графічний дизайн; світоглядні засади; стріт-арт; маргінальність; соціальні групи.

Вступ. Постановка завдання. Розуміння ролі мистецтва коміксу й графіті є важливим у сучасному графічному дизайні і це питання є актуальним для дослідницьких розвідок. Відповідно до естетичних, функціональних і соціокультурних завдань, графічний дизайн є особливим видом соціально-інформаційної й художньо-образотворчої діяльності. У зазначеному виді дизайну активно сполучені як художні засоби впливу на глядача, так і сучасні технології ІТ-графіки.

У свою чергу, комікси як жанр сучасної літератури остаточно сформувався близько 100 років тому. Якщо здійснити історичний експурс, то комікси (звичайно зі значним рівнем умовності) можна знайти й у настінному живописі стародавніх єгиптян. Комікси – це зіставлені у певному порядку

графічні та інші зображення, покликані передати інформацію й/або викликати у глядача естетичний відгук.

Мова коміксів мінлива, вона з одного боку, використовує винятково візуальну складову, але з іншого боку – вельми гармонійно розповідає про ту картину світу, в якому живуть герої. Коли споживач читає символи коміксів, він ґрунтується не лише на образах героїв та їх висловлюваннях, але й на особистісному досвіді. У такий спосіб читач коміксів розуміє те, що прагне транслювати йому художник і/або дизайнер.

Графіті знаходяться на фасадах будинків, шибках, рекламних вивісках, у громадському транспорті й багатьох інших місцях. У сучасних містах присутні сотні написів: ці малюнки й малюночки заповнили міський простір [9, с. 45].

Питання про те, чи є графіті частиною сучасного дизайну чи мистецтва загалом, ще довго буде спірним і складним, особливо для пострадянського простору, який знаходиться у нездоганяючому відносно західних країн становищі. Тим часом на Заході, особливо в країнах Америки, девіантність графіті знижується, натомість відповідним чином зростає їх сприйнятість з боку суспільства.

Аналіз попередніх досліджень.

Щороку в Україні виходить значне число фахових розвідок і прикладної літератури з проблематики графічного дизайну [2, 7, 10, 11]. Значно менше будь-яких матеріалів (як наукових, так і популярних) присвячені мистецтву коміксів і ще менше дослідженою з наукової точки зору є тематика графіті. Загалом явище графіті вивчається більше у соціальному контексті, ніж у дизайнерському, зокрема у контексті соціології й психології девіантної поведінки [1].

Результати дослідження.

Як визначається у відповідній фаховій літературі, «графічний дизайн» представляє собою «дизайнерське проектування, спрямоване на візуалізацію інформації, а також створювання графічних знакових систем для предметно-просторового середовища та графічних елементів для промислових виробів» [5, с. 7].

Графічний дизайн характеризується дуалістичною природою, сформованою водночас компонентами графіки й дизайну. З урахуванням вказаного відбувається поєднання факторів формо- й образотворення. Тому згідно із засадами образотворчості графічний дизайн повинен емоційно і одночасно дієво передавати глядачу візуальні відомості, які він має отримати у результаті оцінки кінцевого продукту проектної діяльності [2, с. 42–46].

Мистецтво коміксів є важливим культурним феноменом ХХ століття. Як вважає А. Ільїна, комікси – це розповіді у картинках, що використовують мінімум вербальних засобів і при прочитанні яких

читач повинен орієнтуватися на зображення, які повинні бути зрозумілі й нести певний зміст [6, с. 8].

Відповідно до інших визначень [13], комікси – це система упорядкованих символів, відтворена в певному порядку, із метою передачі сюжету й/або конкретного знання, що породжує певні паттерни поведінки, і соціальні практики. Символ же є знаком, що несе особливий зміст, який визнається людьми однієї культури. Це розповіді у картинках, де дії героїв намальовані, а слова, сказані ними, репрезентуються як вихідні з вуст персонажів або у вигляді підпису під ілюстрацією. Можна визначити комікси як особливий спосіб оповідання, текст якого являє собою послідовність кадрів, що містять, крім малюнка, вербальний твір, що передає переважно діалог персонажів і укладений в особливу рамку.

Автори коміксів за допомогою ліній можуть передати настрій і створити світ навколо персонажів, а читач, сприймаючи ці символи, по суті, переводить їх в емоції. Нервозність, незграбність, м'якість, агресія, злість, тривожність тощо – усе це показується за допомогою, у першу чергу ліній, які обрамляють персонажів, створюючи контури. Варто також зазначити про такі елементи коміксів:

- агресивні лінії, які підкреслюють характер героя і його настрій. У той же час за допомогою усе тих же ліній, як уже говорилося раніше, створюється оточення героїв;

- хвилясті лінії, що позначають дим від сигарет;

- нерівні лінії (начебто незграбні), пухирці і штрихи довкола нього, завдяки яким чітко розуміємо, в якому стані перебуває персонаж. Таким чином, автори спроможні показати нам заходи, звуки, настрій, емоції й багато чого іншого за допомогою ліній [6, с. 8].

В окремих серіях коміксів відбувається синтез тексту й візуального зображення

(існують комікси, де використовується винятково візуальна частина), слід відзначити, що у рамках статті звертається увага, не на те, що говорить і думає герой (текст діалогів і думок головного героя відображається в спеціальних хмаринках – «баблах»), а на те, що його оточує і якими способами комікс «говорить» нам про поспіх головного героя й відсутність часу на щось стороннє [4, с. 56].

Цікаво, що комікси спроможні відтворювати і світ звуків. Оскільки вони містять у собі не лише дію і відповідний настрій, але й діалоги, авторам вельми важливо продемонструвати як голосні звуки, так і тихі звуки (тиху розмову, шепіт). І навпаки – голосний звук, наприклад розмову із використанням рупора можна передати у коміксі за допомогою ламаних ліній, що створює ілюзію роботи рупора, звук з якого схожий на механічний [3, с. 55].

Графіті становлять невід'ємну частину урбаністичного ландшафту практично будь-якого сучасного міста. Водночас графіті є не тільки невід'ємними характерними рисами міського середовища, вони надають широке поле для вивчення.

Графіті визначають як напис або малюнок, виконані різними способами на об'єктах міського середовища, які виступають елементом міської культури. Водночас до визначення «графіті» відносяться не лише результат діяльності, але й процес нанесення малюнка чи напису. Знаки графіті-культури містять у собі повідомлення, що зрозумілі лише якийсь певний визначеній групі – це можуть бути лайки, символи й знаки. Водночас сучасні форми графіті можна розділити на публічні й особисті. До публічних графіті належать розташовані на фасадах будинків, рекламних конструкціях і вони наносяться із метою вираження групової ідентичності. Особисті графіті розташовані усередині будинків, у місцях загального доступу й виражають особисті установки, емоційні стани й особистісні конфлікти [1, с. 54].

Як зазначає В. Кох у «Словнику найпростіших форм»: «Графіті – це випадкові, тобто небажані й неофіційні, написи й знаки у громадських місцях. Написи можуть складатися із малюнків, символів, окремих слів і імен, фраз, речень, віршів, діалогів, висловлень. Може бути використаний будь-який інструмент, що залишає слід на поверхні: крейда, олівець, ручка, маркер, фарба в аерозолі, кольорові крейди, ніж» [15, р. 28].

Історичний шлях формування графіті саме у міському середовищі є відносно нетривалим, оскільки вони виникли із появою великих сучасних мегаполісів. Зміни в міському способі життя, які пройшли за останні сто років, спричинили виникнення й закріплення графіті. Трансформація міської культури виразилася у візуалізації, інформатизації й глобалізації. Таким чином місто, будучи центром життя, висловлює усі зміни у соціокультурному просторі, відображає вплив на людину соціально-культурних, економічних та політичних факторів. Велике місто зосереджує у собі артефакти культури [8, с. 76], а невеликі міста самі по собі, без усяких графіті містять елементи архайки. Доказом цьому факту є те, що графіті майже не притаманні маленьким, патріархальним містечкам (хоча в Україні трапляються і виключення).

Безсумнівно, що мотиви створення графіті є різними і на підставі аксіологічних рис творців графіті та змісту останніх можна виділити такі мотиви:

1. Суперництво, домінування, символічне насильство. Насамперед це графіті, що мають підкреслити недоліки і скривдити певних людей.

2. Протест проти культурних чи соціальних норм. За допомогою псування майна чи використання табуйованої лексики виконавець графіті може заявити про свою незгоду із соціальними інститутами. У цьому випадку цінності субкультури в істотній мірі протиставляються загальноприйнятим цінностям [9, с. 67].

3. Прагнення до ідентичності або бажання залишити слід – це можуть бути клички, імена, назви улюблених марок чи імена виконавців тощо. При цьому вишуканість виконання й ризику при виконанні напису дозволяють творцю графіті посісти певне місце в ієрархії, яка склалася у рамках субкультури [12, с. 19].

4. Художній мотив. В основному мова йде про складні за стилем виконання й матеріалами графіті, які для художника виступають не лише способом прославитися, але й кінцевою метою креативного процесу.

5. Розвага. Малювання графіті саме по собі сприймається малювальником як частина гри, до того ж складність створення, проходження різних етапам у дії, приблизно, роблять приємність.

Безсумнівно, що далеко не всі вуличні графіті можна вважати такими, які належать до здобутків культури. Значне число із них є проявами вандалізму, особливо стосовно будівель-пам'яток культури, являються невартісними нарисами і підлягають ліквідації у містах, які претендують на якийсь мінімальний культурний рівень.

Утім поступово деструктивний вплив графіті слабшає і його функції як засобу комунікації для вуличних девіантних груп поступово втрачають своє значення (хоча в окремих країнах «третього світу» їх значення навпаки зростає). В окремих регіонах муніципальна влада усе частіше організує спеціальні платформи для графіті й проводить відповідні фестивалі, а музеї виставляють твору художників у цій сфері до уваги поціновувачів.

Отже, графіті як особливий вид мистецтва визнаються певною частиною світового співтовариства, схвалюються особливими соціальними групами, тим самим формують частину їх культури. Важко стверджувати, чи можуть графіті безпосередньо використовуватися у роботі дизайнера, проте очевидно, що якщо певна згадана (часто маргінальна) соціальна група

формує власний дизайн, то вона вдаватиметься до графіті.

Важливо вказати про зв'язок коміксів і графіті із мистецтвом інсталяції. Інсталяція є не тільки важливою складовою сучасного мистецтва, але й невід'ємною частиною історичного дискурсу. Завдяки своїм візуальним функціям, інсталяція активно впливає на глядача. У більшості своїй інсталяції – це не просто предмет у просторі, це те, що є самим простором – наскільки сильно інсталяційний твір має здатність заповнювати середовище, інтегруватися у нього органічно і цілісно. Інсталяція як своєрідний, штучно створений об'єкт, завжди соціально активна, оскільки створюється для того, щоб, як і інші види та підвиди мистецтва, впливати на глядача. Тобто вибудувати, викликати це нове ставлення до предмета, іноді звичного й повсякденного – одне з головних завдань інсталяції.

Чітке визначення сутності інсталяції як явища сучасного мистецтва передбачає відмінність його від дотичних різновидів: енвайронменту, ленд-арту, відео-інсталяцій, паблік-арту. Не дивлячись на наявність спільних рис з ними, інсталяція є окремим трендом сучасного мистецтва. Широке значення інсталяції також передбачає її трактування як "live art", що передбачає звертання до естетичних канонів візуально-пластичного мистецтва.

Висновки. Графічний дизайн є концентрованим вираженням усіх сучасних технологій дизайну і розуміється як дизайнерське проектування, спрямоване на візуалізацію інформації, а також створювання графічних знакових систем для предметно-просторового середовища та графічних елементів для промислових виробів. У свою чергу, форма ліній і формат зображень у коміксах залежать винятково від досвіду авторів цих творів, і художня мова одного коміксу буде відрізнятися від іншого, однак це жива мова, якою автори говорять спілкуються із читачами. У

мистецтві коміксів ілюстрація чи зображення звуків, дій, певних явищ у вигляді тексту чи ліній не має усталених правил і критеріїв. Кожен художник чи дизайнер коміксів самостійно може вирішувати, яким чином зобразити певний компонент оточення персонажів, ґрунтуючись насамперед на особистих естетичних перевагах, уявленнях і життєвому досвіді. Світ героїв у коміксах сприймається читачем насамперед через призму бачення автора.

Говорячи про графіті можна виділити три види, що зустрічаються у міському просторі: змістовні – написи різної тематики, специфічні – написи у стилі певної субкультури й руйнуючі – написи, що порушують цілісність будинку або рекламного плаката. Графіті доцільно розглядати як складову частину стріт-арту, тобто вуличного мистецтва, яке разом із графіті поєднує трафарети, а також різні форми інсталяцій (перфоманси, енвайроменти тощо).

Література

1. Гилева Н. С. Психология девиантного поведения. Омск: Изд-во СибУФК, 2012. 128 с.
2. Гладун О. До проблеми візуальної мови графічного дизайну України. *Вісник Харківської державної академії дизайну та мистецтва*. 2009. № 5. С. 42–46.
3. Гринберг И. С., Сухов А. А. Проблема хронотопа в комиксе. *Человек в мире культуры*. 2013. № 3. С. 51–58.
4. Денисова А. И. Американский комикс: факторы развития и феномен популярности. *Аналитика культурологии*. 2011. № 21. С. 56–57.
5. ДСТУ 3899-99. Дизайн і ергономіка. Терміни та визначення. Видання офіційне. Київ: Держстандарт України, 1999. 33 с.
6. Ильина А. А. Комиксы как объект визуальной социологии. *Российское общество: история и современность*. 2013. Вып. 7. С. 8–10.
7. Косів В. Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років: монографія. Київ: Родовід, 2019. 478 с.
8. Лихвар В. Д., Погорелый Д. Е., Подольская Е. А. Культурология. Москва: ЭКСМО, 2008. 406 с.

Фактично графіті – де досить недовговічне послання світу, що частково наближає його до перформансу, міні-спектаклю у сфері інсталяції, який орієнтований не на результат, а на процес. Сучасні дослідники вважають, що попри еволюцію графіті як і стріт-арту в цілому в якісному відношенні, він є предметом дослідження насамперед антропології й культурології, а вже потім художнього мистецтва й естетики.

Формування мистецтва як коміксів, так і графіті, а також відповідних дизайнерських трендів безпосередньо пов'язаний із переходом до постмодерну (орієнтовно друга половині ХХ ст.), який супроводжувався формуванням значеного числа соціальних груп і неформальних рухів художників («райтерів»). Як комікси, так і графіті виявилися засобом комунікації та ідентифікації для представників цих відокремлених груп: комікси – для інтелектуальних спільнот, графіті – для умовно «вуличних».

9. Платонов Ю. П. Психология конфликтного поведения. Санкт-Петербург: Речь, 2009. 544 с.
10. Сбітнева Н. Ф. Історія графічного дизайну. Харків: ХДАДМ, 2014. 221 с.
11. Сбітнева Н. Ф. Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності. *Вісник ХДАДМ*. 2015. № 4. С. 60–66.
12. Седнев В. Надписи и рисунки в общественном транспорте. *Философская и социологическая мысль*. 1993. № 1. С. 15–22.
13. Столярова Л. Г. Комикс как тип дискурса. *Известия ТулГУ. Гуманитарные науки*. 2009. № 2. С. 278–288.
14. Шумська Я. Український перфоманс: коротко на маргінесах. *Український зріз*. Дрогобич: Коло, 2016. С. 12–14.
15. Koch W. A. Simple Forms: An Encyclopaedia of Simple Text-Types in Lore and Literature. Bochum, 1994. 342 p.

References

1. Hyleva, N. S. (2012). *Psykholohyia devyantnoho povedenya* [Psychology of deviant behavior]. Омск: Yzd-vo SybUfK, 2012. 128 p. [in Russian].

2. Hladun, O. (2009). Do problemy vizualnoi movy hrafichnoho dyzainu Ukrainy [To a problem of visual language of graphic design of Ukraine]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu ta mystetstva*, 5. 42–46 [in Ukrainian].
3. Hrynberh, Y. S., Sukhov, A. A. (2013). Problema khronotopa v komykse [Chronotope problem in the comic book]. *Chelovek v myre kultury*, 3. 51–58 [in Russian].
4. Denysova, A. Y. (2011). Amerykanskyy komyks: faktory razvytiya y fenomen populiarnosti [American comic book: factors of development and phenomenon of popularity]. *Analytika kulturolohyi*, 21. 56–57 [in Russian].
5. DSTU 3899-99 (1999). Dyzaïn i erhomomika. Terminy ta vyznachennia [Design and ergonomics. Terms and definitions]. Vydannia ofitsiine. Kyiv: Derzhstandart Ukrainy. 33 p. [in Ukrainian].
6. Ylyna, A. A. (2013). Komyksy kak ob'ekt vyzualnoi sotsyolohyy [Comics as object of visual sociology] *Rossyiskoe obshchestvo: ystoriya y sovremennost*. 7. 8–10 [in Russian].
7. Kosiv, V. (2019). Ukrainska identychnist u hrafichnomu dyzaini 1945–1989 rokiv [The Ukrainian identity in graphic design of 1945–1989]. Kyiv: Rodovid, 2019. 478 p. [in Ukrainian].
8. Lykhar, V. D., Pohorelyi, D. E., Podolskaia, E. A. (2008). Kulturolohyia [Cultural science]. Moscow: EKSMO. 406 p. [in Russian].
9. Platonov, Yu, P. (2009). Psykholohyia konfliktnoho povedenya [Psychology of conflict behavior]. St. Petersburg: Rech. 544 p. [in Russian].
10. Sbitnieva, N. F. (2014). Istoriia hrafichnoho dyzainu [History of graphic design]. Kharkiv: KhDADM. 221 p. [in Ukrainian].
11. Sbitnieva, N. F. (2015). Tendentsii rozvytku suchasnoho hrafichnoho dyzainu: povernennia do rukotvornosti [Trends of development of modern graphic design: return to artificialism]. *Visnyk KhDADM*, 4. 60–66 [in Ukrainian].
12. Sednev, V. (1993). Nadpysy y rysunky v obshchestvennom transporte [Inscriptions and drawings in public transport]. *Fylosofskaia y sotsyolohycheskaia mysl*, 1. 15–22 [in Russian].
13. Stoliarova, L. H. (2009). Komyks kak typ dyskursu [Comic book as discourse type]. *Yzvestyia TulHU. Humanytarnye nauky*, 2. 278–288 [in Russian].
14. Shumska, Y. (2016) Ukrainskyi perfomans: kortko na marginesakh. Ukrainskyi zriz. [Ukrainian performance: shortly on margines. Ukrainian cut]. Drohobych: Kolo. 12–14 [in Ukrainian].
15. Koch, W. A. (1994) Simple Forms: An Encyclopaedia of Simple Text-Types in Lore and Literature. Bochum, 1994. 342 p. [in English].

THE ART OF COMICS AND GRAFFITI – A MODERN WORLDVIEW IN GRAPHIC DESIGN

GULA Ye. P.

Kyiv National University of Technologies and Design

The purpose – to investigate lines and features of definition of the main defining characteristics of art of the comic book and graffiti in the context of modern outlook in graphic design.

Methodology. General scientific methods of a research, analytical, typological, semantic and comparative analysis – are applied to terminological definition of a conceptual framework of graphic design and designation of its theoretical and art criticism application.

ИСКУССТВО КОМИКСОВ И ГРАФФИТИ – СОВРЕМЕННОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

ГУЛА Е. П.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель работы – исследовать черты и особенности определения главных определяющих характеристик искусства комикса и граффити в контексте современного мировоззрения в графическом дизайне.

Методология. Применены общенаучные методы исследования; аналитический, типологический, семантический и сравнительный анализ использованы для терминологического определения понятийного аппарата графического дизайна и обозначения его теоретически-искусствоведческого применения.

Results. On the basis of the analysis of scientific sources of the modern foreign and Ukrainian art of the comic book and graffiti generally aspects of interpretations of these welfare concepts, their historical sources in the world and Ukraine are estimated. The perspective of a ratio of art of the comic book and graffiti and world outlook values of modern design is updated. Formation of art both comics, and graffiti and also corresponding design trends is directly connected with the transition to a postmodern (approximately the second half of the 20th century) which is followed by formation of a certain number of social groups and informal movements of artists ("writer").

The scientific novelty consists in consideration of art of the comic book and graffiti as certain welfare community. It is established that both comics, and graffiti were the communication medium and identifications for representatives of these separated groups: comics – for intellectual communities, graffiti – for conditionally "street".

Practical significance. The summed-up modern scientific determination of graphic design. Results of a research can be used in practice of teaching graphic design, art of the comic book and other graphic disciplines.

Keywords: *art of the comic book; design; graphic design; world outlook principles; street art; marginality; social groups.*

Результати. На основі аналізу научних джерел сучасного зарубіжного та українського мистецтва комікса та графіті обобщено аспекти трактування цих соціально-культурних понять, оцінені їх історичні істини в світі та Україні. Актуалізовано проблематику співвідношення мистецтва комікса та графіті та світоглядних цінностей сучасного дизайну. Формування мистецтва як коміксів, так і графіті, а також відповідних дизайнерських трендів безпосередньо пов'язано з переходом до постмодерну (орієнтовочно друга половина ХХ в.), супроводжуваним формуванням певної кількості соціальних груп та неформальних рухів художників («райтерів»).

Наукова новизна полягає в розгляді мистецтва комікса та графіті як певної соціально-культурної спільноти. Встановлено, що як комікси, так і графіті стали засобом комунікації та ідентифікації для представників цих окремих груп: комікси – для інтелектуальних спільнот, графіті – для умовно «вуличних».

Практична значимість. Підсумовані сучасні наукові визначення графічного дизайну. Результати дослідження можуть бути використані в практиці викладання графічного дизайну, мистецтва комікса та інших графічних дисциплін.

Ключові слова: *мистецтво комікса; дизайн; графічний дизайн; світоглядні принципи; стріт-арт; маргінальність; соціальні групи.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРА

Гула Євген Петрович, професор, Член національної спілки художників України, завідувач кафедри рисунку та живопису, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-3559-2179, **e-mail:** evgenush.gula@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Гула Є. П. Мистецтво коміксу та графіті – сучасний світогляд у графічному дизайні. *Art and design*. 2021. №1(13). С. 55–61.

Citation APA: Gula, Ye. P. (2021) The art of comics and graffiti – a modern worldview in graphic design. *Art and design*. 1(13). 55–61.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.5>

УДК 7.012:
687.1:687.11

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.6.

ЛЮ ЦЗЯНСІНЬ, ПАШКЕВИЧ К. Л., КОСТОГРИЗ Ю. О., СЕРБІН О. І.
Київський національний університет технологій та дизайну

ДЕКОРАТИВНЕ ОЗДОБЛЕННЯ ЧОЛОВІЧОГО КОСТЮМА В КОЛЕКЦІЯХ ДИЗАЙНЕРІВ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Мета – дослідити декоративне оздоблення чоловічого костюма в колекціях вітчизняних та закордонних дизайнерів ХХІ століття.

Методологія. Застосовані методи порівняння, візуально-аналітичний, ретроспективний та художньо-композиційний аналіз.

Результати. Досліджено різновиди декоративного оздоблення чоловічого костюма, які використовували дизайнери українських та світових брендів модного одягу у своїх колекціях на початку ХХІ ст. Визначено основні напрями розвитку декорування чоловічого одягу, його основні тенденції; виявлено художні засоби оздоблення чоловічого костюма в колекціях світових Будинків моди і у творчості українських дизайнерів. Встановлено, що кардинальні зміни в дизайні чоловічого одягу почалися на початку ХХІ ст., а до цього часу чоловічий костюм характеризувався сталістю загальної геометричної форми та основного композиційного рішення. В цей період відмічена динаміка розвитку декоративного оздоблення чоловічого костюма, яке стало більш різноманітним і неординарним, і часто повторювало оздоблення жіночого костюма за кольорами, використанням вишивки різними матеріалами (бісером, паєтками, гаптування тощо), мережива, використання тканин різних кольорів, текстур, з візерунками, принтами тощо.

Наукова новизна полягає у визначенні динаміки і тенденцій розвитку декоративного оздоблення чоловічого костюма в колекціях світових Будинків моди та українських дизайнерів, які демонструвалися на початку ХХІ ст., що дасть можливість прогнозувати основні напрями та тенденції в оздобленні чоловічого одягу з метою дизайн-проектування сучасних колекцій.

Практична значущість. Опрацьована інформація та матеріали дозволили визначити провідні техніки та різновиди декоративного оздоблення в чоловічому костюмі ХХІ століття. Результати можуть бути використані у подальших наукових дослідженнях з історії моди та дизайну чоловічого одягу.

Ключові слова: декоративне оздоблення; декорування; чоловічий одяг; тенденції; колекція; сезон; Будинки моди; дизайн чоловічого одягу.

Вступ. Поняття «одяг» з'явилося на межі виникнення першого знаряддя праці, однак первісний одяг сильно відрізняється від його сучасного вигляду. В різні епохи чоловічим одягом були туніки, накидки, пов'язки, штани різних форм та об'ємів, сорочки, камзоли, сюртуки та вироби іншого асортименту і різновидів. Історики, мистецтвознавці вважають, що перший прототип чоловічого костюма, що складався з жилету, піджака та штанів, з'явився в епоху Відродження, а набув більш звичної форми та вигляду вже у ХІХ столітті.

Тривалий час кардинальні зміни в моді стосувались переважно дизайну жіночого одягу, оминаючи чоловічий. За цей період чоловічий одяг став «білим аркушем» для

творчості та натхнення для багатьох дизайнерів. Вважаючи такий напрям перспективним, дизайнери світових Будинків мод стрімко почали розвивати лінії чоловічого одягу. Активно цей напрям в моді існує останні 10–15 років, за які дизайнери привнесли багато нових елементів чоловічий костюм; особливо це відобразилось у художньому оформленні одягу та розмаїтті видів та технік декоративного оздоблення. Тому вивчення динаміки і тенденцій розвитку декоративного оздоблення чоловічого костюма в колекціях світових Будинків моди та українських дизайнерів початку ХХІ ст. є актуальною проблемою, вирішення якої дасть можливість прогнозувати основні

напрями та тенденції в оздобленні чоловічого одягу з метою дизайн-проекування сучасних колекцій.

Аналіз попередніх досліджень. В роботах Т.Ф. Кротової розглянуто еволюцію європейського класичного костюма [1, 2]. Дослідження автора доводять, що саме європейський костюм завжди був основою зародження модних тенденцій не дивлячись на постійні впливи на його еволюцію інших культур.

Проведені дослідження форми одягу спеціального призначення як об'єкта дизайн-діяльності у монографії О.В. Колосніченко [3] засвідчують, що одяг протягом століть своєї історії був предметом ремісничого виготовлення і не вважався об'єктом мистецтва: він поступово перетворювався на мистецтвознавчу категорію.

У напрямку дослідження формотворчих процесів на прикладі чоловічого костюма цікавими є роботи зарубіжних науковців. Зокрема, американська культуролог А. Hollander у своїй книзі «Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress» [4] проаналізувала естетичні тенденції та еволюцію форми та виду оздоблення в костюмі у контексті різних історичних епох, взаємозв'язок характерних ознак чоловічого і жіночого костюма.

В своїй роботі автор А.А. Єлизаров [5] розглянув еволюцію чоловічого класичного костюму протягом XIX–XXI ст., при цьому розглядаючи стилістичні, об'ємно-просторові, художньо-композиційні зміни у зовнішньому вигляді костюму.

А. Флассер [6] розглянув загальну класифікацію будови тіла чоловіків, надав характеристику способів виготовлення чоловічого костюма, рекомендації щодо вибору матеріалів.

У статті [7] описано основні типи класичного чоловічого костюма: англійський, італійський, американський, а також європейський, німецький, французький. Розглянуті способи виготовлення чоловічого одягу: bespoke, made-to-

measure, ready-to-wear. Окреслено найбільш змінювані композиційно-конструктивні параметри чоловічого костюма.

М.В. Терехова в своїй роботі [8] вивчала семіотику чоловічого костюма початку XX ст., вектори розвитку чоловічого костюму в європейській моді вивчала Л.В. Королева [9].

Автором Л.В. Навольська [10] проведено аналіз етапів формоутворення чоловічого одягу, описана його еволюція від накидок, тунік, драпірованих елементів до зародження й розвитку сучасного класичного чоловічого костюма.

У роботі [11] розглянуто гендерну приналежність існуючих видів асортиментних груп одягу, які історично є предметом суто чоловічого гардеробу. Автор аналізує різновиди жіночого і чоловічого одягу, порівнює їх, та доходить до висновку, що з розвитком суспільства жінки носять все більше речей з чоловічого гардеробу, а певні ознаки жіночого одягу просочуються в чоловічий, а у цілому, чоловічий та жіночий гардероби стають все більше предметно однорідними.

В статті [12] описано сучасний підхід до промислового виробництва чоловічого одягу, розкриті поняття «індивідуальний дизайн одягу», що відображає власний стиль дизайнера, його унікальну творчу ідею та художню виразність.

Постановка завдання. Завданням роботи є дослідження декоративного оздоблення чоловічого костюма в творчості дизайнерів початку XXI ст. Для досягнення поставленої мети було вирішено такі завдання: проаналізувати колекції чоловічого одягу XXI ст., систематизувати різновиди та техніки декоративного оздоблення чоловічого костюма та визначити провідні тенденції, що дасть можливість спрогнозувати тенденції наступних сезонів.

Результати дослідження. Щорічні покази колекцій чоловічого одягу, які

задають провідні тенденції моди поточного сезону, відбуваються протягом тижнів моди, що проходять в головних світових столицях високої моди у Нью-Йорку, Парижі, Мілані, Лондоні та інших містах світу.

Серед найбільш відомих будинків моди, які представляють свої колекції чоловічого одягу з 2000 року і дотепер, варто відмітити: Valentino, Versace, ZZegna, Yohji Yamamoto, Roberto Cavalli, Alexander McQueen, Louis Vuitton, Kenzo, Gucci, Fendi, Prada, Calvin Klein Collection, Canali, Costume National, Bottega Veneta, Balmain, Burberry Prorsum, Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Dsquared2, John Galiano, Jil Sander та інші.

За останні 20 років оздоблення чоловічого одягу помітно розвинулось, декоративні елементи стали більш різноманітними та широко використовуються майже в усіх асортиментних видах чоловічого одягу. Закордонні дизайнери у 2000-х роках почали активно включати елементи жіночого оздоблення та дизайну в чоловічий одяг, наслідуючи новомодні течії одягу без гендерної приналежності «genderless» або напрямку «crosssexual». Кроссексуальний напрям у моді зародився у 2000-х рр., а у 2015 р. він перетворився на нео-кроссексуальний. Характерними для напрямку є такі ознаки: прилеглий силует; декоративні деталі, що раніше вважались нетиповими для чоловічого одягу; розмаїття кольорових відтінків; сучасні новітні матеріали та нові їх поєднання в одному виробі; яскраві візерунки, принти та аксесуари, що контрастують на загальному фоні [13].

Дизайнерські колекції Будинку високої моди Dior якнайкраще демонструють кроссексуальну моду, а саме, виробу прилеглого силуету. Для оздоблення одягу дизайнери використовують різноманітну фурнітуру (кнопки, застібки, ґудзики тощо), бахрому, сутаж, хлястики різних форм, ремінці, накладні кишені та інші елементи.

Початок 2000-х рр. позначився впливом хіп-хоп культури на моду, саме у цей період дизайнери почали експериментувати з формою одягу, пропорціями, силуетом, пропонуючи незвичні рішення (рис. 1, а, б, в). Форма одягу стала більш прилеглого силуету, а еkleктика відзначилась у всіх сферах моди. Найточніше моду 2000-х можна описати як суміш із трендів різних періодів і країн, одягу субкультур і естетику різноманітних етнічних груп.

З 2005 р. в колекціях дизайнерів чоловічого одягу превалюють нові деталі (стрічки, хольнітени тощо), барвисті та неочікувані аксесуари, а також яскрава кольорова гама (рис. 1, а, б). В колекціях Dolce & Gabbana, Dior Homme, Vivienne Westwood, Giorgio Armani спостерігається поєднання різних видів фурнітури – кнопки, застібки-блискавки, ґудзики, ремінці тощо.

Бренд Versace в 2012 р. представ колекцію чоловічого одягу з використанням гаптування з рослинним орнаментом (рис. 1, г) та оздобленням у вигляді хлястиків та пряжок розташованих не лише на плечовому одязі, а й на бічних швах штанів (рис. 1, д). В моделях чоловічих колекцій Dolce & Gabbana і Walter Van Beirendonck сезону весна-літо 2015 простежується звернення до історичного костюму військових, в якому є елементи оздоблення сутажем та бахромою, вишивка шнуром та декоративні елементи у вигляді плечових накладок, оздоблених вишивкою та бахромою (рис. 2, г, д).

В колекціях сезонів 2016 р. дизайнери представили такі оздоблювальні елементи як декорування хольнітенами, бахромою, китицями, вишивкою та інкрустацією, що простежується в колекції чоловічого одягу від Valentino (рис. 2, в). Thom Browne в своїй колекції використав оздоблення шнуром у вигляді рослинного орнаменту, KTZ – аплікацію з комп'ютерною вишивкою, Saint Laurent – вишивку золотим сутажем з

інкрустацією камінням; Yohji Yamamoto – розпис тканини авторським рисунком.

В колекції Moschino Pre-Fall 2019 було використано елементи африканського костюму, яскраві кольори та драпіровані шовкові шалі, вишивка та металева фурнітура (рис. 3, г). Авангардні моделі чоловічого одягу пропонує дизайнер Thom Browne (рис. 3, д). Balmain у колекціях чоловічого одягу застосував вишивку золотими і срібними нитками (гаптування), інкрустацію камінням і металевою фурнітурою, вишивку бісером та склярусом, декоративну шнурівку тощо.

В колекціях чоловічого одягу сезону FW 2020/21 дизайнери всесвітньо відомих брендів Balmain, Dsquared2, Prada, Louis Vuitton, Michael Kors, Fendi, Dior Men, Alexander McQueen, Ban Xiaohue застосовували різні прийоми та методи декоративного оздоблення. Наприклад, Balmain в колекції FW 2020/21 для чоловіків використав гаптування та люневільську вишивку, інкрустацію камінням та вишивку шнуром (рис. 4, б). Дизайнерами бренду Dsquared2 для оздоблення одягу застосовано аплікацію та машинну вишивку, Alexander McQueen – вишивку та ручний розпис тканини, оздоблення хутром та шкірою, різноманітні оздоблювальні строчки (рис. 4, г). В колекції Balenciaga Resort 2020 використано принт, утворений монограмами бренду (рис. 4, д).

В одній з колекцій Dolce & Gabbana «Alta Sartoria Menswear Collection» SS 2020 використане оздоблення у вигляді аплікації, виконане машинним способом (рис. 5, а). Основний мотив орнаменту – квітка ірису, яка утворюється шляхом нашивання багатьох дрібних деталей одна на одну.

В чоловічій колекції Dior SS 2020 використане оздоблення у вигляді аплікацій з плісированого крепового шовку (рис. 5, в). Аплікація виконується вручну: тканину кріплять до основи з тонкої органзи шпильками на корковій дошці, викладаючи потрібним візерунком, а потім вручну

пришивають дрібними ледь помітними стібками. Після плісировання шовкової тканини її вручну фарбують з ефектом деграде.

Аналізуючи колекції чоловічого одягу зарубіжних дизайнерів початку XXI ст., можна констатувати, що тенденції одягу для чоловіків та його оздоблення все більше повторюють оздоблення, притаманне жіночому одягу; за кількістю і розмаїттям декору чоловічий костюм все більше нагадує жіночий. Оздоблення в чоловічому одязі з кожним роком стає більш різноманітним і незвичним, зникає консерватизм, притаманний чоловічому костюму. Одяг для чоловіків вишивають шовком, золотими та срібними нитками, інкрустують камінням, оздоблюють хутром, розписують фарбами, застосовують декоративну фурнітуру тощо.

Серед українських дизайнерів не багато тих, які займаються виготовленням чоловічого одягу, а саме, Михайло Воронін, Віктор Анісімов, Олексій Залевський, Олександр Гапчук, Сергій Смолін, Артем Клімчук, Іван Фролов та інші.

Михайло Воронін зробив великий внесок в розвиток української чоловічої моди, виготовляючи бездоганні моделі класичних чоловічих костюмів, багато уваги приділяючи якісній конструкції, посадці виробу на фігурі та технології пошиття. Колекції костюмів бренду VORONIN – класичні та стримані з мінімальною кількістю оздоблювальних елементів, в якості яких використано ґудзики, канти та оздоблювальні строчки [15] (рис. 6, а).

Особливостями моделей колекцій бренду ANISIMOV є поєднання стилів мілітарі та спортивного, моделей-трансформерів та складних конструкцій. Для кожної колекції Віктор Анісімов розробляє взуття та аксесуари [16]. Колекції бренду стримані та класичні з мінімальним оздобленням.



Рис. 1. Чоловіча мода 2000-х в колекціях дизайнерів: а – Issey Miyake Fall 2005 Menswear; б – Raf Simons SS 2003 Menswear; в – Raf Simons SS 2006 Menswear; г – Versace SS 2012 Menswear; д – Versace SS 2012 Menswear



Рис. 2. Декоративне оздоблення чоловічого одягу в колекціях Будинків моди: а – Dolce & Gabbana, SS 2006; б – Dolce & Gabbana, FW 2008; в – Valentino, Menswear FW 2016; г – Walter Van Beirendonck, 2015; д – Dolce & Gabbana, 2015



Рис. 3. Декоративне оздоблення чоловічого одягу в колекціях Будинків моди: а – шкіра та хутро, Alexander McQueen Menswear FW 2020-2021; б – фурнітура, Jacquemus SS 2021; в – рюші, Prada Menswear FW 2020-2021; г – драпірування, Moschino Pre-Fall 2019 Fashion Show; д – об'ємна аплікація, Thom Browne Menswear SS 2020



Рис. 4. Оздоблення в колекціях чоловічого одягу FW 2020/21: а – Dior Men; б – Balmain; в – Michael Kors; г – Alexander McQueen; д – Balenciaga Resort



Рис. 5. Технології виконання оздоблення чоловічого одягу в колекціях Будинків високої моди:
а – аплікація, Dolce & Gabbana, SS 2020; б – піджак з сутажною вишивкою, Dior FW 2018/2019;
в – оздоблення плісированим креповим шовком, Dior SS 2020

Так, у 2010 р. бренд ANISIMOV представив колекцію чоловічих костюмів, які були декоровані фурнітурою та оздоблювальними строчками (рис. 6, б).

В своїх колекціях дизайнер Олексій Залевський відходить від класичної чоловічої моди і експериментує, використовуючи різні види оздоблення [17]. В колекції 2010 р. ZALEVSKIY представив одяг з використанням «ефекту деградації», оздоблювальних строчок, розпису тканин

тощо (рис. 6, в). Олександр Гапчук талановитий український дизайнер чоловічого одягу початку XXI ст. У показах Ukrainian Fashion Week дизайнер останній раз брав участь в 2010 році, де представив костюми з використанням оздоблювальних елементів сутажем та вишивкою (рис. 6, г). Останнім часом ательє дизайнера спеціалізується на індивідуальному виготовленні чоловічого одягу.



Рис. 6. Чоловічий одяг українських дизайнерів: а – Михайло Воронін, 2010 р.; б – Віктор Анісімов, 2010 р.; в – Олексій Залевський, 2010 р.; г – Олександр Гапчук, 2010 р.; д – ARTEMKLIMCHUK SS 2019; є – ARTEM KLIMCHUK SS 2020

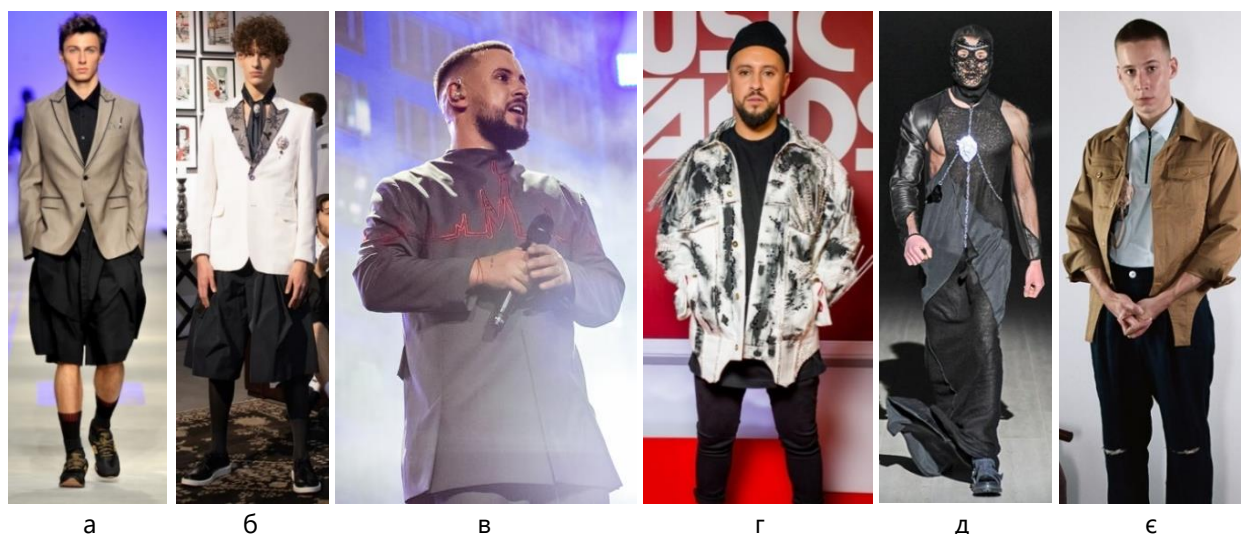


Рис. 7. Оздоблення чоловічого одягу в колекціях українських дизайнерів: а – IDoL SS 2016; б – IDoL FW 2020; в – FROLOV, 2019 р.; г – FROLOV, 2019 р.; д – FROLOV, FW 2014/15; є – FROLOV, SS 2019

Бренд ARTEM KLIMCHUK – luxury бренд жіночого та чоловічого одягу, що позиціонує себе як продукт з високою якістю, люксовими матеріалами, ручною роботою (demi couture) та максимальною увагою до деталей, використовуючи шовк, кашемір, аплікацію, ручне в'язання та вишивку [18]. У колекціях 2019 і 2020 рр. дизайнер представив одяг з мінімалістичними рисунками, вишивкою камінням (рис. 6, д, є), також були використані оздоблювальні строчки та вишивка.

Дизайнер Серж Смолін професійно займається модою більше двадцяти років. У 2007 р. він заснував чоловічий бренд IDoL, демонстрував свої колекції в Україні, Італії, Франції та інших країнах [19], створював колекції для французького бренду Ette. В чоловічій колекції SS 2016 дизайнер використав різноманітне оздоблення: канти, оздоблювальні строчки, ґудзики тощо (рис. 7, а). Для колекції сезону FW 2020 дизайнер бренду IDoL застосував вишивку на лацканах піджака, аксесуар у вигляді шовкової хустки (рис. 7, б).

Випускник КНУТД, дизайнер Іван Фролов виготовляє колекції одягу для чоловіків та сценічні костюми для зірок [20]. Його одяг епатажний, ексклюзивний та творчий; дизайнер часто використовує вишивку, фурнітуру, оздоблювальні строчки, інкрустацію камінням та інші види декору як для жіночих, так і для чоловічих моделей. З 2014 року FROLOV представляє свої колекції на UFW, у тому числі чоловічі моделі. В колекції FW 2014/15 дизайнер застосував деконструкцію, оздоблення шкірою та фурнітурою (рис. 7, д), а в колекції SS 2019 – фурнітуру, канти та оздоблювальні строчки (рис. 7, є). Також дизайнер сміливо експериментує з кольорами, матеріалами, обираючи для чоловічих моделей навіть шифон і люрексові тканини.

У 2019 р. бренд FROLOV розробляв сценічні образи для концерту співака MONATIK, в яких використав метод деконструкції та ручну вишивку різними

матеріалами (паєтками, бісером, стразами, сутажем тощо) (рис. 7, в). Також з використанням інкрустації камінням, оздоблювальними строчками, методу деконструкції, розпису тканини фарбами та металевої фурнітури Іван Фролов створив образ для артиста на вручення премії Music Awards 2019 (рис. 7, г).

Для українських дизайнерів чоловічого одягу характерне дотримання класичного стилю в своїй творчості, проте є такі, хто орієнтується на світові тенденції і також притримується тренду на демократизацію форми, конструктивного рішення та декоративного оздоблення чоловічого одягу.

Висновки. Досліджено розвиток різновидів декоративного оздоблення, яке використовувалось в чоловічому одязі в колекціях провідних світових Будинків мод та в творчості українських дизайнерів XXI століття. Проаналізовано чоловічі колекції таких закордонних Будинків мод, як: Dolce & Gabbana, Dior Homme, Vivienne Westwood, Giorgio Armani, Versace, Walter Van Beirendonck, Valentino, Thom Browne, Saint Laurent, Yohji Yamamoto, Balmain, Dsquared2 та інших, а також творчість вітчизняних українських дизайнерів: Михайла Вороніна, Віктора Анісімова, Олексія Залевського, Олександра Гапчука, Сержа Смоліна, Артема Климчука та Івана Фролова. Встановлено, що кардинальні зміни в дизайні чоловічого одягу почалися на початку XXI ст., тому що до цього часу чоловічий костюм характеризувався сталістю загальної геометричної форми та основного композиційного рішення. В цей період спостерігалась динаміка розвитку оздоблення чоловічого костюма, яке стає більш різноманітним і незвичним з кожним десятиліттям; з'являються нові види оздоблення, використовується поєднання різних видів оздоблення в одному виробі. Декоративне оздоблення чоловічого одягу часто повторює оздоблення жіночого костюма за кольорами, використанням

вишивки різними матеріалами (бісером, паєтками, гаптування тощо), мережива, об'ємного оздоблення (драпіровки, рюші тощо), використання тканин яскравих кольорів, текстур, з візерунками, принтами тощо. В основному така тенденція спостерігається у виробках високої моди, проте деякі модні елементи впроваджуються у колекції pret-a-porter. Виявлено, що в колекціях українських дизайнерів чоловічий одяг є більш конструктивно стабільним, а розмаїття

виробів та моделей досягається за рахунок декоративного-конструктивних елементів різних форм, розмірів, місця їх розташування, декоративного оздоблення (шнурів, тасьми, фурнітури різного функціонального призначення тощо). Така інформація дає можливість прогнозувати тенденції чоловічої моди для проектування та створення сучасних конкурентоспроможних актуальних колекцій чоловічого одягу.

Література

1. Кротова Т.Ф. *Класичний костюм в європейській моді XIX – початку XXI століття: еволюція форм і художньо-стильових особливостей*: монографія. Львів: ЛіраПрес, 2014. 308 с.
2. Kolosnichenko M. V., Pashkevich K. L., Krotova T. F. et al. *Fashion design in a multicultural space*: monograph. Published by Academic Society of Michal Baludansky, Printed by UK Technical University of Košice, Slovakia, 2020. 258 p.
3. Колосніченко О. В. *Формоутворення одягу спеціального призначення як об'єкта дизайн-діяльності*: монографія. Київ: КНУТД, 2018. 420 с.
4. Hollander A. *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*. Bloomsbury Academic. 2016. 158 p.
5. Елизаров А. А. *Стилистическая эволюция мужского классического костюма в XX – начале XXI вв.: дис. ... канд. искусств.* Санкт-Петербург, 2015. 224 с.
6. Flusser A. *Dressing the men: Mastering the Art of Permanent Fashion*. HarperCollins. 2002. 320 p.
7. Пашкевич К. Л., Лю Цзянсинь, Костогриз Ю. О. *Дослідження принципів формування сучасного чоловічого гардеробу. Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті*. 2019. №1. С. 18–26.
8. Терехова М. В. *Семиотика мужского формального костюма начала XX в.* Вестник СПбГУКИ. 2017. № 1. С. 71–74.
9. Королёва Л. В. *Мужской костюм в истории европейской моды: основные векторы развития: XV в. – начало XX в.: автореф. дис. ... канд. искусств.* Санкт-Петербург, 2008. 201 с.
10. Навольська Л. В. *Історіографічні аспекти формоутворення чоловічого одягу*. Art and Design. 2019. № 4. С. 68–78.

11. Bowstead McCauley J. *Menswear Revolution. The Transformation of Contemporary Men's Fashion*. London: Bloomsbury Visual Arts, 2018. 210 p.
12. Yue Fang Feng. *Digital Design and Realization of Fashionable Men's Wear in Fashion Design*. Journal of Physics: Conference Series. 2020. P. 5.
13. Hoe Ryung Lee, Jongsun Kim, Jisoo Ha. 'Neo-Crosssexual' fashion in contemporary men's suits. *Fashion and Textiles*. 2020. № 7. P. 28.
14. Офіційний сайт журналу Vogue Ukraine. Покази. URL: <https://vogue.ua/collections>
15. Офіційний сайт бренду Воронін. URL: <https://www.voronin.ua/uk> (дата звернення: 27.04.2021).
16. Про творчість Віктора Анісімова. URL: <http://designersua.com/dizainer/anisimov-viktor-.html> (дата звернення: 27.04.2021).
17. Олексій Залевський. URL: <http://www.zalevskiy.com/ru/about/> (дата звернення: 26.04.2021).
18. Творча діяльність Артема Клімчука. URL: <https://bit.ua/2020/08/artemklimchuk/> (дата звернення: 26.04.2021).
19. Про бренд Сержа Смолина. URL: <http://idol.ua/about-us-v2/> (дата звернення: 27.04.2021).
20. Творчість Івана Фролова. URL: <http://designersua.com/dizainer/frolov.html> (дата звернення: 27.04.2021).

References

1. Krotova, T. F. (2014). *Klasychnyj kostium v ievropejs'kij modi XIX – pochatku XXI stolittia: evoliutsiia form i khudozhn'o-styl'ovykh osoblyvostej* [Classic costume in European fashion of the XIX –

early XXI century: the evolution of forms and artistic and stylistic features]: monohrafiia. L'viv: LihaPres. 308 p. [in Ukrainian].

2. Kolosnichenko, M. V., Pashkevich, K. L., Krotova, T. F. et al. (2020). *Fashion design in a multicultural space*: monograph. Published by Academic Society of Michal Baludansky, Printed by UK Technical University of Košice, Slovakia. 258 p. [in English].

3. Kolosnichenko, O. V. (2018). *Formoutvorennia odiahu spetsial'noho pryznachennia iak ob'iekta dyzajn-dial'nosti [Forming special purpose clothing as an object of design activity]* monohrafiia. Kyiv: KNUTD. 420 p. [in Ukrainian].

4. Hollander, A. (2016). *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*. Bloomsbury Academic. 158 p. [in English].

5. Elyzarov, A. A. (2015). *Stylstycheskaia evoliutsiia muzhskoho klassycheskoho kostiuma v XX – nachale XXI vv. [Stylistic evolution of men's classic costume in the XX – early XXI centuries]*. Candidate's thesis. Sankt-Peterburh. 224 p. [in Russian].

6. Flusser, A. (2002). *Dressing the men: Mastering the Art of Permanent Fashion*. HarperCollins. 320 p. [in English].

7. Pashkevych, K.L., Liu, Jiangxin, Kostohryz, Yu.O. (2019). *Doslidzhennia pryntsyv formuvannia suchasnoho cholovichoho harderobu [Research of principles of formation of modern men's wardrobe]. Tradytsii ta novatsii u vyschij arkhitekturno-khudozhnij osviti – Traditions and innovations in higher architectural and artistic education*. 1. 18–26 [in Ukrainian].

8. Terekhova, M. V. (2017). *Semyotyka muzhskoho formal'noho kostiuma nachala XX v. [Semiotics of men's formal costume of the early twentieth century]. Vestnyk SPbHUKY – Vestnik SPbGUKI*. 1. 71–74 [in Russian].

9. Koroliova, L. V. (2008). *Muzhskoj kostium v ystoryi evropejskoj mody: osnovnye vektory razvytiya: XV v. – nachalo XX v. [Men's suit in the history of European fashion: the main vectors of*

development: XV century. – the beginning of the XX century]. Candidate's thesis. Sankt-Peterburh. 201 p. [in Russian].

10. Navol's'ka, L. V. (2019). *Istoriografichni aspekty formoutvorennia cholovichoho odiahu [Historiographical aspects of the formation of men's clothing]. Art and Design*. 4. 68–78. [in Ukrainian].

11. Bowstead McCauley, J. (2018). *Menswear Revolution. The Transformation of Contemporary Men's Fashion*. London: Bloomsbury Visual Arts. 210 p. [in English].

12. Feng, Yue Fang (2020). *Digital Design and Realization of Fashionable Men's Wear in Fashion Design. Journal of Physics: Conference Series*. P. 5 [in English].

13. Lee, Hoe Ryung, Kim, Jongsun, Ha, Jisoo (2020). 'Neo-Crosssexual' fashion in contemporary men's suits. *Fashion and Textiles*. 7. 28 [in English].

14. Ofitsijnyj sayt journal Vogue Ukraine [Official site of the Vogue Ukraine]. URL: <https://vogue.ua/collections>.

15. Ofitsijnyj sayt brendu Voronin [Official site of the Voronin brand]. URL: <https://www.voronin.ua/uk> (Last accessed: 27.04.2021) [in Ukrainian].

16. Pro tvorchist' Viktora Anisimova [About the work of Victor Anisimov]. URL: <http://designersua.com/dizainer/anisimov-viktor-.html> (Last accessed: 27.04.2021) [in Russian].

17. Oleksij Zalevs'kyj [Alexey Zalevsky]. URL: <http://www.zalevskiy.com/ru/about/> (Last accessed: 26.04.2021) [in Russian].

18. Tvorchia dial'nist' Artema Klimchuka [Creative activity of Artem Klimchuk]. URL: <https://bit.ua/2020/08/artemklimchuk/> (Last accessed: 26.04.2021) [in Ukrainian].

19. Pro brend Serzha Smolina [About Serge Smolin's brand]. URL: <http://idol.ua/about-us-v2/> (Last accessed: 27.04.2021) [in Russian].

20. Tvorchist' Ivana Frolova [Works by Ivan Frolov]. URL: <http://designersua.com/dizainer/frolo v.html> (Last accessed: 27.04.2021) [in Russian].

DECORATIVE FINISHING OF MEN'S COSTUME IN THE COLLECTIONS OF DESIGNERS OF THE BEGINNING XXI CENTURY

LIU JIANGXIN, PASHKEVYCH K. L.,
KOSTOHRYZ Y. O., SERBIN O. I.

*Kyiv National University of Technologies
and Design*

The aim is to explore the decoration of men's suits in the collections of Ukrainian and foreign designers of the XXI century.

Methodology. Applied methods of comparison, visual-analytical, retrospective and artistic-compositional analysis.

Results. The varieties of decorative finishing of men's suits, which were used by designers of Ukrainian and world brands of fashionable clothes in their collections at the beginning of the XXI century, have been studied. The main directions of development of menswear decoration, its main tendencies are determined; artistic means of decorating men's suits were found in the collections of the World Fashion Houses and in the works of Ukrainian designers. It is established that cardinal changes in the design of men's clothing began at the beginning of the XXI century, and until now the men's suit was characterized by the constancy of the general geometric shape and the main compositional solution. During this period, the dynamics of the decorative finishing of men's suits, which became more diverse and unusual, and often repeated the decoration of women's suits by color, the use of embroidery with different materials (beads, sequins, quilting, etc.), lace, use of fabrics of different colors, textures, patterns, prints, etc.

The scientific novelty is to determine the dynamics and trends in the decorative finishing of men's suits in the collections of the World Fashion Houses and Ukrainian designers, which were

ДЕКОРАТИВНАЯ ОТДЕЛКА МУЖСКОГО КОСТЮМА В КОЛЛЕКЦИЯХ ДИЗАЙНЕРОВ НАЧАЛА XXI СТОЛЕТИЯ

ЛЮ ЦЗЯНСИНЬ, ПАШКЕВИЧ К. Л.,
КОСТОГРЫЗ Ю. А., СЕРБИН О. И.

*Киевский национальный университет
технологий и дизайна*

Цель – исследовать декоративную отделку мужского костюма в коллекциях отечественных и зарубежных дизайнеров XXI века.

Методология. Применены методы сравнения, визуально-аналитический, ретроспективный и художественно-композиционный анализ.

Результаты. Исследованы разновидности декоративной отделки мужского костюма, которые использовали дизайнеры украинских и мировых брендов модной одежды в своих коллекциях в начале XXI века. Определены основные направления развития декорирования мужской одежды, его основные тенденции; выявлено способы отделки мужского костюма в коллекциях мировых Домов моды и в творчестве украинских дизайнеров. Установлено, что кардинальные изменения в дизайне мужской одежды начались в начале XXI в., а до этого времени мужской костюм характеризовался стабильностью общей геометрической формы и основного композиционного решения. В этот период отмечена динамика развития декоративной отделки мужского костюма, которая стала более разнообразной и неординарной, и часто повторяла отделку женского костюма по цветам, с использованием вышивки различными материалами (бисером, пайетками, шитье и т.д.), кружева, тканей разных цветов, текстур, с узорами, принтами и т.п.

Научная новизна заключается в определении динамики и тенденций развития декоративной отделки мужского костюма в коллекциях мировых Домов моды и украинских дизайнеров, которые демонстрировались в начале XXI в., что позволит прогнозировать основные направления и тенденции в отделке мужской одежды с целью дизайн-проектирования современных коллекций.

Практическая значимость. Анализ информации

demonstrated at the beginning of the XXI century.

Practical significance. The processed information and materials allowed to determine the leading techniques and types of decorative finishing of men's suits of the XXI century. The results can be used in further research on the history of fashion and menswear design.

Keywords: *decoration; trimming; menswear; trends; collection; season; Fashion house; menswear design.*

позволил определить ведущие техники и разновидности декоративной отделки в мужском костюме XXI века. Результаты могут быть использованы в дальнейших научных исследованиях по истории моды и дизайну мужской одежды.

Ключевые слова: *декоративная отделка; декорирование; мужская одежда; тенденции; коллекция; сезон; Дом моды; дизайн мужской одежды.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Лю Цзянсінь, аспірантка, факультет дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-6805-692X, **e-mail:** kathyliu511@aliyun.com

Пашкевич Калина Лівіанівна, д-р техн. наук, професор, професор кафедри ергономіки і дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6760-3728, Scopus 57191851112, **e-mail:** kalina.pashkevich@gmail.com

Костогриз Юлія Олександрівна, аспірантка, факультет дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-8605-3418, **e-mail:** yuliakostohryz@ukr.net

Сербін Олегослав Ігорович, магістр, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-2326-3578, **e-mail:** olegoslav15@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Лю Цзянсінь, Пашкевич К. Л., Костогриз Ю. О., Сербін О. І. Декоративне оздоблення чоловічого костюма в колекціях дизайнерів початку XXI століття. *Art and design*. 2021. №1(13). С. 62–73.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.6>

Citation APA: Liu, Jiangxin, Pashkevich, K. L., Kostohryz, Y. O., Serbin, O. I. (2021) Decorative Finishing of Men's Costume in the Collections of Designers of the XXI century. *Art and design*. 1(13). 62–74.

УДК 76+82-
92"1920-1930"

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.7.

МИХАЛЕВИЧ В. В.

Київський університет імені Бориса Грінченка

ОСОБЛИВОСТІ ЖУРНАЛЬНОЇ ГРАФІКИ П. КОВЖУНА ТА Е. КОЗАКА В ПОПУЛЯРНИХ САТИРИЧНИХ ВИДАННЯХ ЛЬВОВА 1920–1930-х рр.

Мета роботи – дослідити національну складову та стильові особливості сатиричної графіки П. Ковжуна та Е. Козака у популярних львівських гумористичних журналах міжвоєнного двадцятиліття.

Методологія. Застосований мистецтвознавчий аналіз дає змогу дослідити, виявити, порівняти та описати особливості сатиричної графіки та художнього оформлення львівських гумористичних видань міжвоєнного періоду. Компаративний та історичний методи допомагають прослідкувати творчість провідних художників в сатиричній періодиці Львова 20–30-х рр. ХХ ст.

Результати. Визначено стилістичні особливості сатиричної графіки П. Ковжуна, Е. Козака в гумористичних часописах Львова 20–30-х рр. ХХ ст. Зазначено, що на художню манеру даних митців мали вплив західноєвропейські течії мистецтва, такі як: модернізм, експресіонізм, кубізм, футуризм. В своїй графіці карикатуристи користуються схожими засобами для досягнення більшого ефекту – гротеск, алегорія, зооморфізм. Прослідковано, що кожний із зазначених художників мав свою індивідуальну манеру виконання сатиричного ілюстрування, що була підкріплена національними мотивами. У статті проводяться паралелі між німецькою сатиричною журнальною графікою та львівською на прикладі часопису «Simplicissimus». З'ясовано, що П. Ковжун та Е. Козак як провідні художники гумористичних видань, крім високохудожніх ілюстрацій робили якісний графічний дизайн для журналів «Маски», «Зиз», «Комар». Проаналізовано художнє оформлення обкладинок та технічні особливості названих видань. Найчастіше сатиричні часописи мали симетричну ієрархічну композицію титульної сторінки з обмеженою поліхромною палітрою. Логотип-назва на обкладинці журналу гармонійно сприймалася разом з титульною ілюстрацією. Обкладинка робилась кольоровою, зазвичай в два кольори, журнальні розвороти в свою чергу були монохромні. Встановлено смислове навантаження візуального сатиричного матеріалу відповідних видань міжвоєнного періоду.

Наукова новизна. Досліджена та зіставлена сатирична графіка з акцентом на національну складову провідних ілюстраторів: П. Ковжуна та Е. Козака у гумористичних часописах Львова 20–30-х рр. ХХ ст. Визначені особливості художнього оформлення обкладинок популярних львівських сатиричних видань міжвоєнного двадцятиліття, таких як: «Маски», «Зиз», «Комар».

Практична значущість. Наведені дані стосовно сатиричної графіки у львівських часописах 20–30-х рр. ХХ ст. та їхнього художнього оформлення допоможуть в розумінні традицій української галицької сатиричної ілюстрації та журнального дизайну.

Ключові слова: карикатура; шарж; ілюстрація; сатирична періодика; художнє оформлення; композиція; обкладинка.

Вступ. У сатиричній графіці періодичних видань Львівщини 1920–30-х рр. простежується національний підйом. Архіви Львівської національної наукової бібліотеки України ім. Василя Стефаника засвідчують, що у Львові в 20–30-ті рр. ХХ ст. українською мовою вийшло близько 500 назв газет та часописів, серед яких значне місце посідають сатиричні видання.

Науковець А. Банцекова зазначає: «Друкарський бум, потреба в українській книзі сприяли розквіту книжкової графіки, виходу її на міжнародний рівень. У цей період мали місце й великі загальноукраїнські та міжнародні виставки книжкової графіки, в яких були задіяні й львівські митці – у Празі (1924, 1926, 1933), Брюсселі (1927), Харкові (1929), Лос-

Анджелесі (1931), Львові (1932), Берліні (1933), Римі (1938)» [3].

Талановиті львівські карикатуристи змогли віднайти співвідношення між смішним та серйозним, відобразити суспільно-політичне, економічне та культурне життя галичан, що забезпечило успіх та актуальність їхнім карикатурам до сьогоднішнього дня. Завдяки гострим ілюстративним матеріалам та ефектним обкладинкам провідних художників Павла Ковжуна та Едварда Козака, львівські часописи «Комар», «Зиз», «Маски» стають одними з кращих дизайнерських зразків української преси іронічно-критичного напрямку. Сатиричні ілюстрації даних видань були зроблені на високому художньому рівні та вплинули на розвиток української журнальної графіки першої половини ХХ століття.

В радянській літературі уникали висвітлення українських художніх творів з національною складовою, особливо творчості галицьких художників у сатиричній періодиці Львова 20–30-х рр. ХХ ст. Також дане питання є не дуже вивченим у науковій літературі сучасної України, зокрема це стосується оформлення львівських гумористичних часописів міжвоєнного двадцятиліття. Для розуміння традицій в друкованій графіці та дизайні періодики України, а також для практичного застосування даного досвіду в сучасному ілюструванні та макетуванні пресових та електронних видань, дана проблематика заслуговує на більш ґрунтовне дослідження.

Аналіз попередніх досліджень: Цінними виявилися наукові розвідки безпосередніх учасників подій М. Голубця та С. Гординського, що присвятили свої мистецтвознавчі праці творчості свого товариша Павла Ковжуна [4; 5]. Культуролог та мистецтвознавець Р. Яців надає низку наукових публікацій, де вивчаються та оцінюються мистецькі доробки сатиричної графіки П. Ковжуна та Е. Козака [8; 9]. Мистецтвознавець О. Лагутенко досліджує традиції та стилістичні особливості

журнальної графіки Львова першої третини ХХ століття [6]. Науковець Т. Сидорик у своїх мистецтвознавчих роботах розглядає творчість П. Ковжуна з позиції не тільки графіка, але й дизайнера [7]. Наукові праці мистецтвознавця А. Банцекової висвітлюють місце модерних течій у журнальній графіці Львова 20–30-х рр. ХХ століття [3]. У дослідженнях І. Руссе знаходимо інформацію про творчість ключових художників німецького часопису «Simplicissimus», таких як Т. Гейне та П. Бруно, що допомагає провести паралелі між сатиричною графікою німецьких та українських карикатуристів [1]. Не дивлячись на наукову цінність наведених посилань, хочеться відмітити, що досі залишаються пробіли в дослідженнях творчості графіків-карикатуристів у сатиричній періодиці Львова 20–30-х рр. ХХ століття.

Постановка завдання. Проаналізувати стилістику, порівняти та виявити національну складову сатиричної графіки П. Ковжуна та Е. Козака у львівських часописах 20–30-х рр. ХХ ст.; прослідкувати, які художні течії вплинули на творчість даних художників; дослідити особливості художнього оформлення гумористично-сатиричних журналів «Маски», «Зиз», «Комар».

Результати дослідження. Для початку наведемо технічні та деякі дизайнерські особливості львівських сатиричних часописів 20–30-х рр. ХХ ст. Зазвичай ілюстративний матеріал у виданнях друкували засобами літографії або цинкографії; формат журналів був приблизно 35 x 25 см; для друку використовували цупкий папір; кількість сторінок в середньому була 8–12; часописи були чорно-білі, застосовувалися обмежені контрастні кольори на обкладинці та іноді всередині журналу; сторінки завершувались в одну-дві колонки з 2–5-ма ілюстраціями на розвороті; основний текст складався антиквою. Обкладинки зазвичай мали симетричну ієрархічну композицію: 1 – вихідні дані, 2 – назва-логотип, 3 – титульна ілюстрація. Автори, зокрема ілюстратори сатиричних

часописів, часто підписували свої твори псевдонімами, що ускладнює ідентифікацію графічного матеріалу видання. Наприклад, Едвард Козак мав псевдонім «ЕКО».

У Львові міжвоєнного періоду в українських сатиричних періодичних виданнях працювали професійні карикатуристи-ілюстратори, такі як: М. Бутович, Я. Гніздовський, П. Ковжун, Е. Козак, М. Левицький, Л. Сенишин, Р. Чорній та інші. Вони могли скласти конкуренцію своїм європейським колегам. Проаналізуємо графіку ключових художників-карикатуристів – Е. Козака та П. Ковжуна у таких популярних львівських виданнях 20–30-х рр. XX ст. як: «Маски» (1923 р.), «Зиз» (1924–1933 рр.), «Комар» (1933–1939 рр.).

Над виданням «Маски» працювали художники Л. Лепкий, Р. Лісовський та інші. Провідним художником-оформлювачем часопису «Маски» був Павло Ковжун. Заголовок на обкладинці видання Ковжун пише рубленими масивними літерами у модерному стилі (рис. 1). Науковець Т. Сидорик підмічає, що «Шрифтові художник надає рухливості, що нагадує гуцульський танок – стриманий й водночас палкий. Літери неначе люди у танку витанцьовують, притоптуючи на одному місці. Напис немає округлень, тільки кутасті форми. Від того, що динамічний рух стримується рамою, він набуває посиленого, експресивного звучання» [7, С. 804]. Під назвою знаходиться підзаголовок – «Журнал сатири й гумору», кожне слово якого починається з кольорової літери. Дане речення посаджене на товсту кольорову горизонтальну лінію. Титульні заголовки гармонійно взаємопов'язані з розташованою нижче карикатурою та витримані в єдиному з нею стилі. Ілюстрації Ковжуна на обкладинці висвітлювали головну подію на яку карикатурист прагнув привернути увагу читача. Титульні карикатури видання були вписані в квадрат, що організовує композицію обкладинки та робить її симетрію ще більш непохитною.

Дослідник Р. Яців звертає увагу на те, що: «... у 1920-х роках бере початок одна з концептуальних ліній у графіці П. Ковжуна – послідовність композиційної побудови малюнка обкладинки, симетрія, широке з двох ліній різної товщини обрамлення, художньо- психологізований та статичний зображальний мотив: віньєтка, закомпонована в коло, еліпс, квадрат тощо» [8, С. 96].

Більшість карикатур та шаржів П. Ковжуна до журналу «Маски» мали політичну тематику. Так, на обкладинці «Масок» художник рисує гостру карикатуру на політичного діяча В. Бачинського, в якій тучний чоловік, сидить у кріслі (рис. 1). Гротеску додають такі непропорційно великі елементи як: ланцюг на животі персонажа, цигарка в руці, квітка на піджаку, спинка крісла у вигляді тризубу. Постать в карикатурі тісно розміщена у чорному квадраті, від чого чоловік здається ще більшим. Обличчя героя графік максимально наближує до «свинячого рила»: відкопилена нижня губа, круглий ніс, очі ледь проглядаються за товстими щоками, волосся як щітка. Текст під рисунком: «Ті муки, що я терплю тепер, не витерпів би жодний вепр», збільшує сатиричний зміст зображення. Ілюстрація намальована товстою лінією, місцями з легкою тональністю, контрастно пофарбована чорними та охристими кольорами. Гама титульної ілюстрації вторить кольорам назви-логотипу журналу.

Художник в журналі висвітлює постійні чвари між українськими політиками та інтелігенцією. Наприклад, графік зображує трьох персонажів кожний з яких хоче влізти в лавровий вінок (рис. 2). Герої намальовані пластино лінійно, декоративності додає присутня орнаментована фактура одягу та чорна пляма підлоги, що збирає композицію. В даній ілюстрації художнику достатньо ліній, щоб майстерно проявити форму постатей. На відміну від попереднього досвіду художника у сатиричному журналі «Будяк» карикатури в часописі «Маски» сповнені

складнішим символізмом. Графік активно вводить декоративні елементи в свої ілюстрації. Найчастіше це геометризовані форми, що зливаються з рослинним візерунком. Поєднання строгих контрастів та плавних ліній в орнаменті це наслідування П. Ковжуном графіки свого вчителя – Георгія Нарбута. Декоративні обрамлення додають композиціям монументальності та організовують простір. Орнаментальні віньєтки, рослинні мотиви, зображення-символи, геометризовані форми мають українські національні традиційні мотиви та ужитковий аспект, гармонічно ілюструючи сатиричні сюжети. Еклектичність декору художника може поєднувати орнаментальні мотиви народного мистецтва, примітиву, українського бароко з елементами футуризму, кубізму, неопримітивізму, експресіонізму та конструктивізму. Такий модерний підхід робить гумористичні ілюстрації сучасними, але не позбавляє їх національного колориту та цілісності.

Предмети у карикатурах митця можуть бути як об'ємні так і площинні, часто художник застосовує лише контур та фактуру. Кутасті комічні рухи персонажів графік майстерно згладжує плавним абрисом. Зазвичай карикатури чорно-білі, при цьому чорна фарба може бути покладена цілісною плямою, іноді подібна до акватинти. Через лаконізм та монументальність ілюстрації карикатуриста не втрачають психологізму персонажів, а навпаки стають ще характерніше. В творчості митця як графіка-каркатуриста прочитуються модерні, а пізніше футуристичні та мінімалістичні впливи.

Декоративність, що притаманна карикатурам П. Ковжуна, можна прослідкувати в ілюстраціях художників відомого німецького сатиричного часопису «Simplicissimus», що в першій чверті XX століття визначався на сторінка яскравими зразками німецького югедстилю. Наприклад, карикатури Ковжуна нагадують лаконічним кольором та лінією модерні та

водночас експресивні ілюстрації П. Бруно (наприклад, карикатура «Пробачте» (Simplicissimus, № 13, 1906)) [2], твори якого могли надихати львівського митця.

Перейдемо до розгляду сатиричної графіки Е. Козака для популярного гумористичного львівського часопису «Зиз».

У часописі працювали такі художники як: М. Бутович, І. Іванець, О. Климко, П. Ковжун, Л. Лепкий, О. Сорохтей, П. Холодний молодший, Р. Чорний та інші. Головним художником журналу був Едвард Козак, хоча деякі дизайнерські нароби видання вже були розроблені до роботи Козака у видавництві, наприклад логотип.

Титульна сторінка часопису «Зиз» уміщує назву та головну ілюстрацію. Обкладинка двокольорова – чорний та другий контрастний колір, що змінюється у кожному номері. Літери назви-логотипу «Зиз» виконані декоративним рубленим шрифтом. Центральна пряма літера «и» врівноважує бокові літери «з», що зображені під кутом. Логотип чорного кольору у верхній частині займає третину обкладинки та нагадує композиції кубістів. Назва підкріплена знизу двома товстими горизонтальними лініями – кольоровою та чорною з хвилястим орнаментом, на останній розміщується підзаголовок «Журнал сатири та гумору», виконаний шрифтом в давньогрецькій стилістиці: Кольорова лінія під назвою змінює колір в залежності від другого кольору титульної ілюстрації.

Саме з журналу «Зиз» Е. Козак почав виробляти власну художню манеру в ілюстрації. Художник швидко реагував та оцінював події, а потім талановито зображав їх в своїх карикатурах. Козака можна вважати одним із зачинателів українського коміксу. Твори графіка відрізнялися добротою гумору, національним колоритом, сміливістю та гостротою, а деякі залишаються актуальними навіть сьогодні.

Ілюстратор приділяє увагу культурним проблемам Галичини, коли зображає на

обкладинці видання «Зиз» карикатуру «Недоля нашої преси» з персонажем зарозумілого інтелігента якому важко догодити (рис. 3). Тут ми спостерігаємо як митець майстерно лише декількома лініями

передає характери героїв. Козак поділяє композицію на праву хаотичну половину, де знаходиться селянин у воросі періодики, і ліву, де зображена фігура інтелігента, акцентована контрастним фоном.



Рис. 1. П. Ковжун.

Обкладинка видання «Маски» (1923 р.)



Рис. 2. П. Ковжун.

Карикатура до видання «Маски» (1923 р.)



Рис. 3. Е. Козак. Обкладинка видання «Зиз» (1927 р.)

Перейдемо до аналізу ілюстративного матеріалу та оформлення відомого львівського сатиричного часопису «Комар», де головним художником та редактором також був Едвард Козак (Еко). В різний час у журналі були задіяні такі графіки як: А. Авгуренко, О. Климко, Л. Лепкий та інші, якими піднімалися гострі теми свого часу, наприклад, тоталітарних режимів Сталіна та Гітлера, голоду в Наддніпрянській Україні тощо.

Е. Козак, як провідний художник видання, займався дизайном обкладинки, що мала нестандартне оформлення і змінювалася художником кожного числа. Це стосується і назви часопису. Художник постійно видумував цікавий декоративний шрифт для назви: прописом по дузі, прямим гротеском, літери різної товщини в поєднанні з комічними персонажами. У другій половині 1930-х рр. під назвою часопису на стрічці з'являється слоган «Кусає кожного тижня під неділю», при цьому колір стрічки відповідає кольору вступної ілюстрації. Завдяки креативним ідеям та високій художній майстерності графіка обкладинки «Комара» відрізняється одна від одної, але при цьому їх об'єднує особлива манера Козака.

В журналі «Комар», як і в попередньому виданні «Зиз», художник критично відноситься до диктаторських режимів, що згодом приведуть до Другої світової війни. Так, на обкладинці «Комара» художник рисує Гітлера, Муссоліні та Хірохіто в образі біблійних волхвів (рис. 4). Технічно цей рисунок Козака відрізняється від його інших ілюстрацій світлотіньовою проробкою персонажів. Такий підхід пояснюється тим, що карикатура є головною і може бути більш деталізованою.

Художник проявляє велике зацікавлення внутрішньополітичною ситуацією в Галичині. Наприклад, в карикатурі «Вигнання з унівського раю» колишніх членів партії УНДО карикатурист зобразив у подібні тварин, а виключених з партії жінок

– в образі Адама та Єви (рис. 5). Архангелом на карикатурі виступив редактор В. Мудрий. В даній ілюстрації Козак блискуче використовує метод зооморфізму при цьому вгадуються конкретні персони. Багатофігурна композиція об'єднується за допомогою чорної плями на задньому плані.

Техніка виконання карикатур Е. Козака має свої особливості. Ілюстрації практично позбавлені штриховки та складного декору, головними складовими рисунку виступає лінія та чорна пляма з фактурними вставками на одязі персонажів та фоні (крапка, клітинка, лінійка). Композиції відрізняються динамізмом, ритмікою та деяким схематизмом. Герої рисунків стилізовані та гротескні з передачею основних рис без перевантаження деталями. Матеріал виконання – туш, перо, іноді з додаванням кольорових плашок (червоного, світло бежевого). Хоча у манері художника відчувається вплив експресіонізму, однак у творах митця проглядається вплив народного наївного мистецтва або лубочності з елементами українського фольклору. Це прочитується у простих формах з яких художник будує практично усі елементи своїх композицій. Твори Козака нагадують своєю лінійністю та простотою форм малюнки провідного ілюстратора «Simplicissimus» Т. Гейне. Це можна прослідкувати на прикладі карикатури німецького графіка «Партійна дисципліна» (Simplicissimus, № 4, 1931) [2].

Науковець Р. Яців зауважує, що «Еко значно розширив тематичні рамки карикатури, наблизив образну і формальну мову української карикатури до уніфікованого типу карикатури, який на той час уже домінував у Європі» [9].

Порівняймо сатиричну графіку Павла Ковжуна та Едварда Козака. Твори П. Ковжуна гранично лаконічні, стилізований рисунок наближав складний рослинний візерунок до простих і зрозумілих геометричних форм. Натомість у творчості Е. Козака композиції прозорі, багатофігурні з синтезом простих форм та фактури. Якщо

Козак в карикатурі експресивно імпровізує лінією, то ілюстрації Ковжуна виміряно пластичні, насичені тональними плямами, символічні, наближені до ар-деко. Ця ж манера проявляється і в обкладинках митців: у Козака титули легкі та живописні, у Ковжуна це більш строгі декоративні

конструкції. Хоча в сатиричних творах обох художників проглядаються національні українські мотиви, однак вони відрізняються. Козак більше схиляється до наївного народного мистецтва, а графіка Ковжуна насичена традиційним українським символічним орнаментом.



Рис. 4. Е. Козак.

Обкладинка видання «Комар» (1939 р.)



Рис. 5. Е. Козак.

Карикатура до видання «Комар» (1935 р.)

Твори галицьких карикатуристів у вищезгаданих міжвоєнних сатиричних виданнях Львова можна порівняти з ілюстраціями та оформленням відомого німецького сатиричного журналу «Simplicissimus», авторами яких на той час були К. Арнольд, О. Гульбранссон, Т. Гейне, П. Бруно та інші відомі європейські графіки. Ця схожість з німецьким виданням проявляється як в стилістиці ілюстрацій так і в оформленні.

Нерідко українські митці Західної України досліджуваного періоду отримували освіту в художніх закладах Німеччини та Австрії і були під впливом західноєвропейських мистецьких течій. Загалом сатирична графіка львівських художників здебільшого мала підґрунтя німецького югендстилю та австрійського сецесіону, а також популярного у той час експресіонізму

та ар-деко. Це можна простежити у графіці львівських митців за такими ознаками: модерні мотиви, експресивна лінія, плакатність у вигляді площинних кольорових плям, тощо. Однак львівські карикатуристи часто залишають у своїх творах місце для української національної традиції, що було зазначено на прикладах творчості П. Ковжуна та Е. Козака. А. Банцекова стверджує: «На характер колористичної гами львівських художників значною мірою вплинули мистецтво народного примітиву, народна українська ікона на склі кінця XIX – початку XX ст., для якої властива особлива декоративність, сила й інтенсивність кольору й світіння золота...» [3].

Висновки. Одні з найвідоміших карикатуристів Львова міжвоєнного періоду: П. Ковжун та Е. Козак в своїх ілюстраціях до

гумористичних часописів демонструють мистецькі тенденції, що були притаманні європейській сатиричній графіці першої третини ХХ ст., а саме: модернізм, експресіонізм, футуризм, кубізм. При цьому львівських ілюстраторів надихали карикатури німецького часопису «Simplicissimus». Завдяки поєднанню народно-етнографічних фольклорних традицій з сучасними європейськими течіями сатирична графіка П. Ковжуна та Е. Козака була близька українцям та мала високий художній рівень.

Одночасно митці зберігають індивідуальну манеру: у Е. Козака в експресивних композиціях присутній схематизм форм з відголосками наївного мистецтва та коміксність; П. Ковжуну притаманна декоративність, символізм з національними мотивами та модерна пластика лінії. Виходячи з даної проблематики, подальші дослідження можуть стосуватися аналізу ілюстративного матеріалу інших карикатуристів львівської гумористичної преси міжвоєнного періоду.

Література

1. Rousset I. Satirical Representations of the Bauhaus Architect in Simplicissimus Magazine. Fashioning professionals. London: Bloomsbury Publishing Plc., 2018. P. 103–119
2. Simplicissimus 1896 bis 1944 (Online-Edition). URL: <http://www.simplicissimus.info/index.php?id=12> (дата звернення: 24.02.2021).
3. Банцекова А. Книжково-журнальна графіка Львова в стилі ар-деко. *Студії мистецтвознавчі*. Київ: 2007. № 3 (19). С. 25–34.
4. Голубець М. Павло Ковжун. Львів: Діло, 1939. 31 с.
5. Гординський С. Павло Ковжун 1896–1939. Львів: Друкарня Української Академії Наук, 1943. 64 с.
6. Лагутенко О. Українська графіка першої третини ХХ століття. Київ: Грані-Т, 2006. 240 с.
7. Сидорик Т. Творча постать карикатуриста Павла Ковжуна на тлі взаємозв'язків традицій та західноєвропейських художніх впливів у розвитку львівської сатиричної графіки 1900–30-их рр. *Народознавчі Зошити*. Львів: 2009. № 5–6. С. 801–805
8. Яців Р. Переймемо його ентузіазм. *Дзвін*. Львів: 1991. № 12. С. 93–98
9. Яців Р. Хто він, Еко? Бібліотека українського мистецтва. 2016. URL: <http://uartlib.org/8290-2/> (дата звернення: 15.11.2020).

References

1. Rousset, I. (2018). Satirical Representations of the Bauhaus Architect in Simplicissimus Magazine. Fashioning professionals. London. Bloomsbury Publishing Plc. 103–119. [in English].

2. Simplicissimus 1896 bis 1944 (Online-Edition). URL: <http://www.simplicissimus.info/index.php?id=12> (last accessed 24.02.2021) [in German].
3. Bantsekova, A. (2007). Knyzhkovo-zhurnalna hrafika Lvova v styli ar-deko [Book and magazine graphics of Lvov in the Art Deco style]. *Studii mystetstvoznavchi*. Kyiv. 3 (19). 25–34 [in Ukrainian].
3. Inglis, T. (2010). Mid-Century Modern Graphic Design. London: Batsford [in English].
4. Holubets, M. (1939). Pavlo Kovzhun [Pavlo Kovzhun]. Lviv: Dilo [in Ukrainian].
5. Hordynskyi, S. Pavlo Kovzhun 1896–1939. [Pavlo Kovzhun 1996–1939]. Lviv: Printing House of the Ukrainian Academy of Sciences [in Ukrainian].
6. Lahutenko, O. (2006). Ukrainska hrafika pershoi tretyny XX stolittia [Ukrainian graphics of the first third of the twentieth century]. Kyiv: Hranit. [in Ukrainian].
7. Sydoryk, T. (2009). Tvorchy postat karykaturysta Pavla Kovzhuna na tli vzaiemoviazkiv tradytsii ta zakhidnoevropeyskykh khudozhnykh vplyviv u rozvytku lvivskoi satyrychnoi hrafiky 1900–30-ykh rr. [The creative figure of the cartoonist Pavel Kovzhun against the background of the interrelationships of traditions and Western European artistic influences in the development of Lviv satirical graphics of the 1900-s and 1930s.]. *Narodoznachchi Zoshyty*. Lviv. 5–6. 801–805 [in Ukrainian].
8. Yatsiv, R. (1991). Pereimemo yoho entuziazm [Let's adopt his enthusiasm]. *Dzvin*. Lviv. 12. 93–98. [in Ukrainian].
9. Yatsiv, R. (2016). Khto vin, Eko? [Who is he, Eko?]. Biblioteka ukrainskoho mystetstva. URL: <http://uartlib.org/8290-2/> (last accessed 15.11.2020) [in Ukrainian].

PECULIARITIES OF JOURNAL GRAPHICS OF P. KOVZHUN AND E. KOZAK IN LVIV POPULAR SATIRICAL EDITIONS OF 20–30S YEARS OF XX CENTURY

MYKHALEVYCH V. V.

Borys Grinchenko Kyiv University

Purpose. Investigate the national component and stylistic features of satirical graphics of P. Kovzhun and E. Kozak in popular Lviv humorous magazines of the interwar period.

Methodology. The applied art analysis makes it possible to investigate, identify, compare and describe the features of satirical graphics and artistic design of Lviv humorous publications of the interwar period. Comparative and historical methods help to trace the work of leading artists in Lviv satirical periodicals of 20–30s years of XX century.

Results. Stylistic features of satirical graphics by P. Kovzhun and E. Kozak in Lviv humorous magazines of 20–30s years of the XX century are determined. It is noted that the artistic style of these artists was influenced by Western European art trends, such as: modernism, expressionism, cubism, futurism. In their graphics, cartoonists use similar tools to achieve a greater effect – grotesque, allegory, zoomorphism. It is traced that each of these artists had his own individual style of satirical illustration, which was supported by national motives. The article draws parallels between German and Lviv satirical magazine graphics on the example of the magazine "Simplicissimus".

It was found out that P. Kovzhun and E. Kozak, as leading artists of humorous publications, in addition to highly artistic illustrations, made high-quality graphic design for the magazines «Maski», «Zyz», «Komar». The artistic design of the covers and technical features of these publications are analyzed. Most satirical magazines had a symmetrical hierarchical

ОСОБЕННОСТИ ЖУРНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ П. КОВЖУНА И Е. КАЗАКА В ПОПУЛЯРНЫХ САТИРИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ ЛЬВОВА 1920–1930-Х ГГ.

МИХАЛЕВИЧ В. В.

Киевский университет имени Бориса Гринченко

Цель. Исследовать национальную составляющую и стилевые особенности сатирической графики П. Ковжуна и Э. Козака в популярных львовских юмористических журналах межвоенного двадцатилетия.

Методология. Примененный искусствоведческий анализ позволяет исследовать, обнаружить, сравнить и описать особенности сатирической графики и художественного оформления львовских юмористических изданий межвоенного периода. Компаративный и исторический методы помогают проследить творчество ведущих художников в сатирической периодике Львова 20–30 гг. XX в.

Результаты. Определены стилистические особенности сатирической графики П. Ковжуна и Э. Козака в юмористических журналах Львова 20–30 гг. XX в. Отмечено, что на художественную манеру данных художников повлияли западноевропейские течения искусства, такие как: модернизм, экспрессионизм, кубизм, футуризм. В своей графике карикатуристы пользуются похожими средствами для достижения большего эффекта – гротеск, аллегория, зооморфизм. Прослежено, что каждый из указанных художников имел свою индивидуальную манеру исполнения сатирического иллюстрирования, которая была подкреплена национальными мотивами. В статье проводятся параллели между немецкой сатирической журнальной графикой и львовской на примере журнала «Simplicissimus».

Установлено, что П. Ковжун и Э. Козак как ведущие художники юмористических изданий, кроме высокохудожественных иллюстраций, делали качественный графический дизайн для журналов «Маски», «Зиз», «Комар». Проанализированы художественное оформление обложек и технические особенности названных изданий. Чаще всего

composition of the title page with a limited polychrome palette. The logo-name on the cover of the magazine was harmoniously perceived together with the title illustration. The cover was made in color, usually in two colors, magazine covers were monochrome. The semantic load of visual satirical material in humorous editions of the interwar period is established.

Scientific novelty. The satirical graphics with an emphasis on the national component of the leading illustrators P. Kovzhun and E. Kozak in Lviv humorous magazines of 20–30s years of the XX century is investigated and compared. The peculiarities of the design of the covers of popular Lviv satirical editions of the interwar twentieth century, such as «Maski», «Zyz», «Komar» are determined.

Practical significance. Given data on satirical graphics in Lviv magazines of the 20–30s of the XX century and their artistic design will help in understanding the traditions of Ukrainian Galician satirical illustration and magazine design.

Keywords: *caricature; cartoon; illustration; satirical periodicals; decoration; composition; cover.*

сатирические журналы имели симметричную иерархическую композицию титульной страницы с ограниченной полихромной палитрой. Логотип-название на обложке гармонично воспринималось вместе с титульной иллюстрацией. Обложка делалась цветной, обычно в два цвета, журнальные развороты были монохромные. Установлено смысловая нагрузка визуального сатирического материала определенных изданий межвоенного периода.

Научная новизна. Исследована и сопоставлена сатирическая графика с акцентом на национальную составляющую П. Ковжуна и Э. Козака в юмористических журналах Львова 20–30 гг. XXв. Определены особенности художественного оформления обложек популярных львовских сатирических изданий межвоенного двадцатилетия, таких как: «Маски», «Зиз», «Комар».

Практическая значимость. Приведенные данные о сатирической графике в львовских журналах 20–30 гг. XXв. и их художественное оформление помогут в понимании традиций украинской галицкой сатирической иллюстрации и журнального дизайна.

Ключевые слова: *карикатура; шарж; иллюстрация; сатирическая периодика; художественное оформление; композиция; обложка.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРА

Михалевич Віктор Вадимович, канд. культурології, доцент кафедри образотворчого мистецтва, Київський університет імені Бориса Грінченка, ORCID 0000-0003-4847-5833, **e-mail:** v.mykhalevych@kubg.edu.ua

Цитування за ДСТУ: Михалевич В. В. Особливості журнальної графіки П. Ковжуна та Е. Козака в популярних сатиричних виданнях Львова 1920–1930-х рр. *Art and design*. 2021. №1(13). Р. 74–83.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.7>

Citation APA: Mykhalevych, V. V. (2021) Peculiarities of Journal Graphics of P. Kovzhun And E. Kozak in Lviv Popular Satirical Editions of 20–30s years of XX century. *Art and design*. 1(13). 74–83.

УДК 7.05:
687.01(44)

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.8.

НИКОЛАЄВА Т. В., ГАЙОВА І. Л., ДАВИДЕНКО І. В., БАРАНОВА А. І.,
ПАРАНЬКО Н. П.

Київський національний університет технологій та дизайну

ЕТАПНІСТЬ УТВОРЕННЯ БРЕНДОВОГО СТИЛЮ НА ПРИКЛАДІ БУДИНКУ МОДИ ЛУЇ ВІТТОН

Мета – дослідити історичний досвід по створенню брендової продукції на прикладі становлення та розвитку будинку моди Луї Віттон.

Методологія. В роботі використано методи літературно-аналітичного та системно-історіографічного аналізу. Для вивчення об'єкта дослідження та найбільш впливових на його розвиток факторів застосовано критичний аналіз наукових та популярних публікацій, проаналізовано матеріали щодо історії утворення стилю бренду, встановлено передумови виникнення графічного стилю Луї Віттон як прикладу ідентифікації модних товарів за допомогою сукупності знакових ідентифікаційних елементів.

Результати. На кожному етапі формування стилю модного будинку «Луї Віттон» зберігаються головні ознаки бренду, що виражають ідею відповідності виробів у визначеному сегменті ринку. Водночас, основні елементи символіки бренду знаходяться в постійному розвитку відповідно до маркетингової політики та тенденцій моди, що забезпечує актуальність продукції «Луї Віттон» протягом багатьох десятиліть. Сьогодні тенденція ідентифікації модних товарів зі статусом людини набуває характеру ретельно спланованого процесу. Завданням сучасного дизайну є охопити найбільший спектр споживчих потреб, звертаючись до історії відомих брендів та зосереджуючи свої зусилля на моделях майбутнього.

Наукова новизна полягає у висвітленні інноваційних етапів формування дизайну брендової продукції як окремого напрямку діяльності.

Практична значущість. Визначені в дослідженні принципи роботи по створенню брендової продукції можуть бути використані в навчальному процесі підготовки майбутніх дизайнерів.

Ключові слова: дизайнер, бренд, стиль бренду, брендова культура, дизайн-продукт, Луї Віттон.

Вступ. Процес дизайну модних товарів вирізняється своєрідною мовою і динамічною системою символів, які розвиваються під впливом постійних перетворень. Протягом всього періоду свого існування мода, використовуючи цю мову символів, ставала засобом комунікації в суспільстві [1, с. 138].

Компанії, які займаються виробництвом модних товарів, є прикладом постійного розвитку креативності та інновацій. Побудова креативних процесів дизайну в брендовій компанії заснована на формуванні власної культури, яка є результатом накопичення величезної інформаційної бази про її досвід, здобутки, вклад в її діяльність різних видатних особистостей за багато років існування [2, с. 92]. Якщо розглядати основу формування

культури компанії та визнання її продукту, необхідно відзначити нерозривний зв'язок цих аспектів з усіма супутніми процесами, такими як розробка, виробництво, маркетинг, просування товарів на ринку. Можливо зазначити, що всі внутрішні процеси проявляються крізь унікальність іміджу компанії та креативність реклами самого продукту. Творча діяльність дизайнера повинна бути обов'язково пов'язана з історією та статусом певного брендового проєкту. Реклама, в процесах представлення модного продукту на ринку, координація мерчендайзингу, зворотні зв'язки, все це є життєво важливими складовими процесу дизайну нового брендового продукту [3, с. 104]. Найбільш успішні рекламні кампанії формуються в результаті тісного співробітництва

дизайнерів, стилістів, фотографів, чиїм завданням стає зробити продукт миттєво впізнаваним, надати йому виразних, краще унікальних характеристик та високої якості.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення історії становлення та розвитку будинку моди Луї Віттон задля визначення етапності формування дизайну брендової продукції в індустрії моди. Отримані результати аналізу передумов утворення графічного стилю бренду Луї Віттон як зразка ідентифікації модних виробів дозволять розширити систему заходів з проектування брендового дизайн-продукту.

Результати досліджень. Елементи брендової культури утворюються в рамках дизайнерських груп та соціального середовища, в якому виробництво системи символів є провідним видом діяльності. Теорія формування культури споживання пов'язана з багатьма аспектами дослідження інформаційної та попкультури, ринкових структур та систем, що скеровують професійну діяльність представників дизайну та виробництва. Однією з найбільш успішних стратегій просування модного продукту є створення системи брендів, що індивідуалізують масове споживання та дозволяють сформувати у споживача здатність до певної емоційної прихильності [4, с. 98].

В сучасному світі знаковість постійно змінюється під впливом колективних зусиль дизайнерів, виробників та рекламистів. У сучасній культурі споживання символічна складова все більше набуває знакового визначення, особливо в системі брендової продукції. Цікаві аспекти дослідження принципів формування культури утворення фірмового стилю та брендової продукції були висвітлені в роботах М.В. Колосніченко [5], Т.В. Ніколаєвої [6], Н.В. Чупріної [7] та багатьох іноземних авторів. Подальший розгляд цього питання на прикладах історичного досвіду найбільш відомих корпорацій, фірм та Будинків моди є

надзвичайно важливим завданням для сучасних дизайнерів, які прагнуть створити свій творчий бренд.

Історія формування та розвитку знакового бренду Луї Віттон, що налічує майже два століття, є переконливою ілюстрацією етапності у формуванні стилю бренду. Так, першим етапом було професійне становлення Луї Вітона як «майстра з виготовлення скринь» та «пакувальника». Майстри з виготовлення скринь, що з'явилися в XVI столітті, іменували себе «футлярщиками міста Парижа і його передмість». Таке визначення потрапляє в 1767 році до «Словника мистецтв і ремесел». Луї Віттон працював підмайстром з 1837 року і згодом став дуже відомим майстром. У майстерні, на перетині вулиць «29 липня» і «Сент-Оноре», в модному закладі «Колетт», Луї Віттон провів 17 років життя після прибуття до Парижа. Головними принципами роботи майстерні були: оптимальне використання матеріалів, а також поєднання міцності та легкості. Луї Віттон першим створив пласку валізу з рейками та внутрішніми перегородками, які формувалися за бажанням клієнта [8].

В середині XIX століття Париж активно перебудовувався, до міста охоче приїздили і прості мандрівники, і короновані особи. Верхівка суспільства, включаючи Імператрицю Євгенію, оцінила майстерність молодого Луї Віттона і стала першими видатними клієнтами його Будинку. Епоха сприяла сміливим подорожам і в 1854 році Віттон відкрив свій перший магазин. Тим самим, він започаткував новий етап розвитку бренду – заклав основи фірми «Луї Віттон». Він винайшов валізу, яка поєднувала елегантність і міцність, подорожі з нею набували елементу розкоші та задоволення, що стало основою зародження легенди бренду. В магазині-майстерні, що відкрилася поруч з Вандомською площею, Віттон голосно заявив про свою майстерність вивіскою: «Спеціалізація – упакування модних

речей». Валіза того часу, виглядала грубо, майже по-селянськи, і була ящиком з опуклою кришкою, оббитою шкірою. У Луї Віттона вони стали м'якішими, плоскими, оббивали їх сірою тканиною «тріанон». Легкі та міцні валізи йшли нарозхват, і в 1858 році Віттон виставив у своєму магазині першу серію плоских валіз. Згодом на Всесвітній виставці в Парижі Віттон отримав бронзову медаль за свої вироби. Це було першим офіційним визнанням, а валіза стала фірмовим символом Будинку. Луї Віттон купив нові ділянки й почав будівництво додаткових майстерень. На початку ХХ століття в майстернях працювало вже понад 100 робітників. Віттон відкрив чотири магазини у Франції, один у Лондоні та п'ятнадцять агенцій по всьому світу.

На межі ХІХ – ХХ століть з'явилися перші приклади створення багажу класу «люкс». Дизайн продукту з унікальними якостями становив суть наступного етапу розвитку бренду. Металеві окрайки замінилися шкіряними, а перегородки, що знімалися, дозволили складати речі з максимальною функціональністю. З'явилася мода на оббивку валіз тканиною в смужку. Луї Віттон поміняв сіру колірну гамму на два відтінки бежевого кольору. Стиль «гризайль» став символом Будинку і застосовувався пізніше в фірмових тканинах «дам'є» і «монограма» (рис. 1).

Щоб зробити тривалу подорож зручною і приємною, Віттон в створенні валіз поєднав функціональність і елегантність. У 1875 році виник перший «Wardrobe», який пізніше був визнаний класичним. Завдяки цим валізам-шафам, з вішалками та висувними ящиками, що дозволяли на кожному етапі подорожі виймати тільки необхідне, Віттон перевершив все зроблене до нього у сфері багажу. Свої валізи він перетворив в справжні сейфи, з унікальним нумерованим ключем для кожного клієнта. Віттон працював над створенням замка, який

неможливо відкрити відмичкою. Кожен замок мав індивідуальний номер для всього багажу покупця, якому вручався оригінальний, тільки йому належний ключ.

Після смерті Луї Віттона, в 1892 році, його справу продовжив син Жорж, вихованець школи декоративного мистецтва Нансі, що сприяло підвищенню естетичної якості виробів. Ще в 1889 році Жорж Віттон представив на Всесвітній виставці в Парижі тканину, яка була захищеною від підробок і стала фірмовим знаком Дому. Вперше на малюнку з'явився напис: «Зареєстрована марка Л. Віттона». Було розроблено нові тканини з бежевими смужками й, нарешті, тканина «дам'є» з чергуванням коричневих і бежевих клітинок. Сьогодні ця тканина є одним з головних символів бренду Дому «Луї Віттон».

Саме Жорж Віттон створив графічний стиль тканини «монограма» з ініціалами його батька. Він відмовився від класичних варіантів малюнка в смужку і клітинку, які легко піддавалися копіюванням. Зберігся вибір двох кольорів: коричневого і бежевого, але старі мотиви збагатилися радикально новим змістом, що надавало цій тканині неповторної оригінальності. На промисловому виробі вперше з'явилася назва фірми, що послужило однією з основ створення брендової продукції. Малюнок «монограми» складався з чотирьох елементів: трьох квіткових мотивів та фірмового знаку Віттона у вигляді переплечених ініціалів. Це підкреслено геометрична графіка, заснована на поєднанні горизонтальних і діагональних ліній, яка легко сприймається та запам'ятовується. Стилізований орнамент надав образу графічній досконалості, що підкреслило поєднання фірмових мотивів, просте та вишукане. Марка постійно оновлювалася, колірна гама не регламентувалася, і Віттон використовував всі відтінки різних кольорів. Шифр монограми став підписом художника, що

позначало автентичність твору, його унікальність. Ініціали, як данина поваги батькові та засновнику Будинку, а орнамент – квіти, що прикрашали його творіння. Використовуючи фірмові знаки, Жорж Віттон стверджував, що створення предметів розкоші, виходить за рамки буденності, є творчим актом, своєрідним гербом виробника (рис. 2).

У 1914 році, в будинку №70 на Єлісейських полях, Жорж Віттон відкрив найбільший у світі магазин дорожніх товарів – «Віттон білдінг», який протягом сорока років був Паризькою адресою Будинку. Віттон використовував різні можливості для реклами, прикрашаючи вітрини всім, що має відношення до подорожей. Тут виступали актори, акробати, представлялися екзотичні тварини. Фасад будівлі втілював тенденції того часу: перехід від класики до модерна. В оточенні Будинку з'явилися розкішні готелі, Будинки моди, майстерні парфумерів. Вітрини змінювалися, дивуючи своєю красою і винахідливістю, завдяки артистичному натхненню Гастона-Луї Віттона, який представляв третє покоління родини (рис. 4). Він був одночасно естетом, торговцем і фінансистом. Особливо відчувалося це в тому блиску і розкоші, які він зумів надати своєму магазину на Єлісейських полях [11].

Оформлення вітрин Будинку Віттон прирівнював до мистецтва. У 1924 році вийшов рекламний каталог, в якому представлялися супутні в подорожі товари: сумки, гаманці, дзеркала, пудрениці, що стало першими спробами формування стилю бренду. Розвивалося мистецтво презентації товарів. Вводилися в обіг етикетки відомих круїзних готелів, пароплавів і поїздів, які наклеювали на валізи з рекламними цілями. Застосовували рекламу потрібної дії: спогади про подорож, використання престижних рекламованих об'єктів та бажання відвідати ці країни та готелі. Вперше наклейки були використані в 1890 р. Будинком Бутіє, але саме

рекламного призначення вони набули на товарах Дому Віттона. У 20-х роках ХХ століття Будинок Віттон почав представляти дорожні несесери, що містили елементи догляду за обличчям і тілом, а також спеціальні валізи для пікніків з наборами посуду. Було використано дієву рекламу перших парфумів з фірмовим знаком Дому «Луї Віттон», які мали назву «Годинник відсутності» і були випущені в 1926 році, ніби своєрідне запрошення до подорожі. Пізніше були розроблені парфуми «В дорозі», що мали цікаве фірмове пакування.

Сім'я Віттон почала завойовувати не тільки Європу, але й Америку. На всесвітній виставці в Чикаго, яка була присвячена 400-річчю відкриття Америки, Будинок Віттон отримав блискучу оцінку. Американський ринок був завойований досить легко, тому що Віттон вже встиг ознайомити зі своїми товарами багатьох багатих американських клієнтів. У зв'язку з появою сфери «бізнес-класу» це було особливо важливо. До 1929 року відкрилося представництво Будинку в Лос-Анджелесі, Торонто, Детройті. Серед найбільш відомих клієнтів були знамениті династії Америки: Форди, Моргани, Кеннеді, голлівудські зірки, спортсмени, літератори.

Друга світова війна призвела до значних труднощів в роботі Будинку. Були перервані міжнародні контракти, майстерні Франції не могли забезпечувати роботу в умовах окупації. Але вже з 1946 року Гастон-Луї Віттон енергійно сприяв відродженню індустрії розкоші у Франції, створивши асоціацію під назвою «Люкс». У 1954 році, в столітній ювілей Будинку, він переїхав в особняк по вулиці Марсо. Нове престижне розташування привернуло і престижних клієнтів: королівську сім'ю Єгипту, герцога Віндзорського, сім'ю Ротшильдів, відомих кутюр'є, акторів і письменників. Еліта всіх країн світу оцінила у виробках Луї Віттон необхідні їй смак, якість і художню досконалість.



Рис. 1. Луї Віттон, валіза для подорожей, кінець XIX ст. [9]

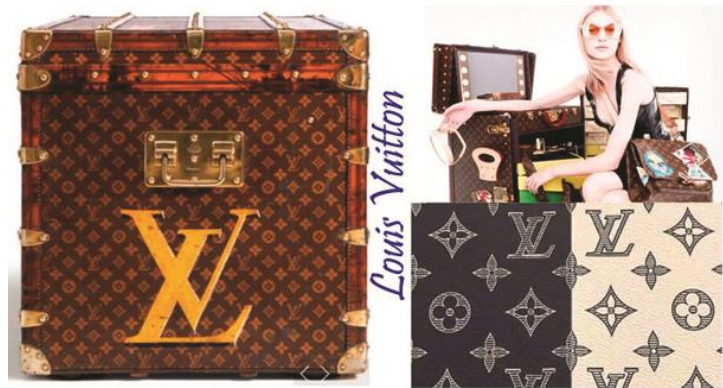


Рис. 2. Графічний стиль тканини Луї Віттон «монограма» [10]



Рис. 3. Реклама валізи Луї Віттон, 1960-і роки



Рис. 4. Магазин Луї Віттон на Єлисейських полях, Париж, 2004 р. [13].



Рис. 5. Сумка Papillon, фірми Луї Віттон, модель Леслі Лоусон (Twiggy), 1966 р. [12]



У 50-х роках XX століття «New look» подарував нову славу виробам Будинку Віттон появою дорожніх сумок з гнучкого матеріалу, які супроводжували «зірок» в їх подорожах. Ритм життя прискорювався, звичаї ставали вільнішими, в моду входила безпосередність. Журнал «Vogue», вловивши нові тенденції моди, змінив свою видавничу політику, щоб підсилити інтерес молоді до брендової продукції (рис. 3).

Фірма Віттон постійно зростала й розвивалася. В 1970 році вона володіла лише двома фірмовими магазинами в Парижі та Ніцці, а до 1989 року було відкрито вже 125 магазинів. Продумана комерційна та рекламна стратегія привели до бурхливого розвитку компанії. У 1978 році були відкриті перші фірмові магазини в Токіо та Осаці, а в 1979 році – в Сінгапурі та Гонконгу. У 1981 році відкрився магазин «Луї Віттон» в Нью-Йорку, з'явилися філії в Німеччині, Австрії, Великобританії. В Парижі у фірми з'явилася нова адреса – будинок №54 по вулиці Монтень. Основна увага приділялася якості товарів: вся продукція вироблялася тільки у Франції та тільки за традиційною технологією, але на ультрасучасному обладнанні.

Розширення торгової мережі вимагало створення сучасного іміджу Будинку, його марки, пов'язаної з легендарною особистістю. Девіз «На всі часи» і розкішна сфера споживання, найбільш повно визначили характеристики бренду Будинку в рекламній кампанії фотографа Жана Ларів'єра. Його незабутні знімки під назвою «Дух мандрів» створили легенду Будинку «Луї Віттона». Реклама, дизайн, видавнича діяльність, спонсорство – все це використовувалося для посилення уваги до Будинку, створення його фірмового стилю (рис. 3). Робота над іміджем Будинку йшла в напрямку залучення відомих особистостей зі сфери спорту і мистецтва. У 1983 році Будинку поєднав ім'я «Луї Віттон» з регатою «Кубок Америки». У 1986 році був заснований Фонд підтримки опери, музики

та мистецтва. Виробництво предметів розкоші стало повноправною сферою промисловості. Основними ідеями, які виробляла інноваційна політика діяльності Будинку з 1990-х років, стали: інноваційний розвиток головних напрямків діяльності, входження у світ моди, охоплення нових ринків, розширення асортименту, модернізація магазинів, створення сучасного образу при збереженні відданості джерелам вічних цінностей сімейного ремесла. Компанія здобула ореол лідера світового масштабу, її продукція ствердилася як еталон розкоші. Старовинне сімейне підприємство перетворилось в транснаціональну корпорацію. У цей час успіх торгового дому все більше будувався на виразному дизайні товарів. Було створено нові моделі, збагатилася яскрава палітра шкіри, з'явилися речі для тих, хто віддає перевагу класичному стилю й елегантності. З'явилися нові види виробів: дорожні сумки, чоловічі дипломати, несесери, портмоне (рис. 5).

У 1994 році Будинок відсвяткував своє сторіччя. Був створений рекламний слоган, який стверджував, що «Луї Віттон дивує світ з 1854 року». До робочої групи увійшли консультанти по зв'язках з громадськістю, представники світу моди, реклами та дизайну. В спільній творчій діяльності кожен з відомих дизайнерів повинен був створити дорожній аксесуар своєї мрії. Азеддін Алайя, Вів'єн Вествуд, Маноло Бланк, Хельмут Ланг, Ромео Джильї, Ісаак Мізрахі створили дивовижні речі з традиційної тканини «монограма», які були представлені потім на виставках в Парижі, Нью-Йорку, Токіо, Мюнхені, Лондоні та Мадриді. Столітній ювілей фірми став сигналом повноправного вступу в царство моди. Під творчим керівництвом Марка Джейкобса вийшла перша колекція готового одягу та взуття. Цей відзначений багатьма престижними нагородами дизайнер став артдиректором фірми «Луї Віттон». Він створив нову версію тканини «монограма» зі знаменитими

квітковими мотивами. Дефіле Луї Віттона стало ключовим моментом Тижня моди в Парижі, фірма почала творити моду і вийшла на провідні позиції у світі дизайну та реклами.

З часом еволюціонували образ та обличчя фірми. На відміну від рекламної кампанії 80-х років на основі фотографій поетичних подорожей Ларів'єра, рекламна кампанія 90-х років під назвою «Іграшки» представляла вже зовсім інший рівень. Це елегантність і розкіш, що доходять до зухвалості. Рекламні кампанії «Луї Віттон» були адресовані на просування шкіряної галантереї, одягу, взуття, годинників, ювелірних виробів фірми у всі країни світу. В подіумних показах брали участь топмоделі та відомі актриси. «Луї Віттон» оформлював магазини відповідно до актуального іміджу фірми. Традиції та сучасність, в ретельно продуманому творчому середовищі, притягували увагу, перетворюючи похід за покупками в задоволення і розширюючи коло клієнтів фірми. Численні акції меценатства і спонсорства підтримують авторитет першого серед всіх підприємств світу, що торгують предметами розкоші. Будинок невпинно освоює нові країни, виходить на нові ринки: в 50 країнах налічується вже понад 340 магазинів. З початку XXI століття «Луї Віттон» проник в усі куточки земної кулі. Престиж і мода, поєдналися з традиціями культури, що породило бажання знайомитися з легендарними пам'ятками всього світу під час комфортних подорожей.

Початок XXI століття Будинок відзначив освоєнням нових галузей і випуском нових товарів: годинників, ювелірних виробів, сонцезахисних окулярів і модних аксесуарів. Освоївши виробництво одягу та взуття, «Луї Віттон» випустив колекції прикрас та годинників. Рентабельність фірми стає настільки високою, що аналітики називають її унікальним фактором успіху. Мистецтво керувати брендом «Луї Віттон» є наслідком

спадкоємності відточених технологій, результатом послідовного здійснення моделі розвитку, неповторною здатністю поєднувати повагу до вічних цінностей з творчою свободою. Здатність вписатись в історію і водночас зберегти свої здобутки, безперервно оновлюючись, вимагає дотримання найсуворішої рівноваги. У 2004 році фірма відзначила свій 150-річний ювілей. Під час оновлення магазину на Єлисейських полях, знову максимально використано принципи формування ознак бренду: його фасад був повністю закритий гігантською валізою, виконаною з тканини «монограма». З початку свого існування будинок «Луї Віттон» активно входив у світ моди та дизайну. Луї Віттон був близьким другом великого кутюр'є Чарльза Фредеріка Ворта, чия модна лавка розташовувалася неподалік від його магазину. Клієнти Будинку Віттона завжди були найелегантнішими, вишуканими й вимогливими. Серед його клієнтів і друзів більшість знаменитостей зі світу моди: Поль Пуаре, Мадлен Віонне, Жанна Ланвен, Габріель Шанель, Крістіан Діор, Юбер де Живанші, Том Форд і багато інших. Створенню легенди «Луї Віттон» допомогли й знамениті журналісти, які писали про моду: Діана Вріланд і Анна П'яджо. Видатний представник нового покоління дизайнерів Марк Джейкобс зробив фірму «Луї Віттон» справжнім творцем моди. Жоден інший модельєр не міг так блискуче поєднати вуличний стиль з традиціями високої моди. Джейкобс передбачив, що майбутнє «Луї Віттона» не в його валізах, якими б вони не були прекрасними, а в нестандартних і привабливих аксесуарах та одязі, які можна використовувати кожен день.

Бренд «Луї Віттон» в кожному сезоні проводить показ нової колекції зі своїм джерелом натхнення, яким може бути все: від паризьких блошиних ринків до лондонських книгарень, токійських базарів, або голлівудських кінотеатрів. Надійним джерелом залишається також історична

спадщина Будинку, в якій вистачає цікавих вигадок. Одночасно йде пошук нових матеріалів, які здатні надати колекціям від «Луї Віттон» неповторної своєрідності. Певний період роботи відводиться на пошуки нового стилю. Образ фірми «Луї Віттон», що народився в ході рекламної кампанії, став набагато сучаснішим, зберігаючи головне: вишуканість, бездоганність, елітарність і розкішну зухвалість.

Сторіччя брендової тканини «монограма» стало черговим приводом для прояву властивої Дому рекламної кампанії. Голландські фотографи Інес ван Ламсверде і Вінудх Матадін організували рекламу, що вражає уяву, з використанням знаменитої монограми. Фотограф Бруно Дайан відзначив появу нових матеріалів серією кольорових знімків на тему семи смертних гріхів. У 2000 році Марк Джейкобс став артдиректором першої рекламної кампанії готового одягу і з того часу кожна нова колекція супроводжується новою рекламною кампанією, в яких беруть участь відомі актори, топмоделі, представники вищого світу.

В сучасному світі всі провідні бренди вдаються також і до послуг архітекторів. «Луї Віттон» виділяється своїм розмахом в цьому питанні: численні магазини фірми відрізняються оригінальним стилем, займаючи гідне місце в архітектурі сучасності. Характерними рисами стилю бренду є два основних елементи: фірмові фасади та об'єми, а також енергійне, нав'язливе використання торгового знаку компанії.

В родині Віттон завжди цікавилися сучасним мистецтвом, живописом, скульптурою, музикою. Тісний зв'язок з мистецтвом визначає не тільки спосіб життя, але і можливість реклами. Оформлення вітрин Будинку здійснюється відомими художниками та скульпторами: Бобом Вілсоном, Уго Рондіном. Відомі шовкові хустки в рекламних цілях були оформлені

Джеймсом Розенквістом, Сола Ле Вітта, Вільямом Вілсоном.

Історія сімейного бренду «Луї Віттон» вже протягом півтора століття займає перше місце у світі за красою, елегантністю і якістю продукції. Торговий дім, що запропонував в 1854 році першу, сучасного вигляду валізу, став засновником світової імперії розкоші. Монограма «LV» з'являється на великих теплоходах, автомобілях, яхтах, в розкішних палацах, модному одязі, взутті, аксесуарах. Пройшовши довгий шлях, фірма «Луї Віттон» не перестає дивувати, захоплювати, заново переосмислювати поняття розкоші, з використанням оригінальних і сучасних методів створення фірмового стилю та брендової продукції.

Як показали результати проведених досліджень історії створення відомого бренду, алгоритм процесу створення брендової продукції можливо визначити у наступних етапах:

- досконале опанування професією, профільна освіта, стажування у провідних фахівців;
- започаткування власної справи з акцентом на впізнаваність продукту та відмінність від наявних на ринку, поширення інформації про існування компанії;
- виокремлення сегменту споживачів і створення інноваційного продукту з підвищеними споживчими властивостями;
- спадкоємність, продовження розвитку нових технологій зі збереженням традицій та підходів до якості продукції;
- створення оригінального дизайну виробів із максимальним підкресленням ознак бренду;
- використання різних можливостей для реклами продукції з фірмовими знаками бренду, меценатство і спонсорство;
- постійне наповнення асортименту брендних товарів – аксесуари, парфуми, годинники;
- розширення ринку збуту, поява магазинів, філій та представництв в інших містах, державах і континентах;

- залучення до рекламної кампанії та створення нових виробів відомих митців, дизайнерів, фотографів, архітекторів тощо;

- освоєння нових галузей виробництва – проектування перспективних колекцій одягу та взуття зі збереженням ознак фірмового стилю.

Принципи формування дизайнерського бренду та визначення критеріїв його функціонування, поєднують в собі проєктні та маркетингові заходи. Дизайнерський бренд в сучасній системі моди визначає ідентифікаційні елементи, які характеризують той, або інший суб'єкт цієї системи. Для кожного сегменту ринку провідні фірми створюють власну версію дизайнерського бренду, скеровану на певну цільову аудиторію [14].

Аналіз формування сучасних дизайнерських брендів показує, що більшість з них має у своїй назві ім'я або прізвище засновника. Саме цей критерій в назві бренду виділяє його у свідомості потенційного споживача. До компонентів дизайнерського бренду можливо віднести марку та логотип, якість продуктів дизайну, їх художні та технологічні характеристики, надійність, довіру споживачів до якості. Особливо важливим є чинник, заснований на індивідуальній оригінальності у творчості дизайнерів-модельєрів, які працюють з брендовим продуктом.

Становлення системи сучасної моди детермінувало принципи та методи формування комплексної системи маркетингових комунікацій в процесах розвитку дизайнерських брендів, що покликані зберігати, розвивати й трансформувати унікальні традиції для сучасних поколінь споживачів. Висловлюючи знаковість кожного бренду, всебічно використовують і зберігають ім'я засновника в його назві, креативні

знахідки, прийоми дизайн-проектування та маркетингу, орієнтуючись на сферу реклами та стимулювання продажів. В соціальному аспекті популярні бренди відповідають потребам споживання різними категоріями покупців, задоволенню їх потреб у відповідній соціальній ідентифікації.

Висновки. Проаналізований на основі інформаційних ресурсів та літературних джерел історичний досвід створення та розвитку модного дому «Луї Віттон» дозволив виокремити інноваційні етапи формування брендового стилю. З'ясовано, що закономірною умовою успішної роботи бренду є спільні зусилля команди дизайнерів, стилістів, рекламистів та маркетологів. Це значно покращує рівень якості модного продукту, вдосконалює його художню образність, забезпечує успішне просування на ринку.

Встановлено, що необхідними принципами роботи по створенню брендової продукції є: вивчення інформації про тенденції та напрямки розвитку моди; аналіз нових видів та асортименту брендового продукту; використання художніх ідей і модних зразків культур; пошук нових винаходів в розвитку науково-технічного прогресу; організація і проведення заходів з індикацією своєї реклами та логотипу; активне представництво на спеціалізованих виставках та ярмарках; широка презентація інформації про сучасні та перспективні моделі бренду в засобах масової інформації.

За результатами проведеного дослідження визначено, що дизайнерський бренд в сучасній індустрії моди репрезентує систему сукупності знакових ідентифікаційних елементів, що сприяють характеристиці модного продукту, який виробляється для fashion-ринку і забезпечує активне розширення сфери його споживання.

Література

1. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды. Минск : Гревцов Паблишер, 2009. 192 с.
2. Колосніченко М. В., Пашкевич К. Л., Кротова Т. Ф. та інш. Дизайн одягу в полікультурному просторі: монографія. Київ : КНУТД, 2020. 268 с.
3. Линч А., Штраусс М. Д. Изменения в моде: причины и следствия. Минск : Гревцов Паблишер, 2009. 280 с.
4. Ніколаєва Т. В., Ніколаєва Т. І., Баранова А. І. Комплексне дизайн-проекування: навч. посіб. Київ : КНУТД, 2018. 256 с.
5. Колосніченко М. В., Фролов І. В., Пашкевич К. Л. Особливості розробки бренду в умовах сучасної української fashion-індустрії. *Традиції та новатії у вищій архітектурно-художній освіті*. 2015. Вип. 3. С. 100–105. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/432/1/20160128_Frolov_P100-105.pdf (дата звернення: 26.01.2021)
6. Ніколаєва Т. В., Шафранська В. В. Розвиток національних художніх традицій в підготовці фахівців з дизайну костюма та брендової продукції. *Вісник КНУТД. Серія Технічні науки*. Київ. 2017. №1 (106). С. 114–121.
7. Чуприна Н. В. Сегментація ліній модного одягу в структурі індустрії моди. *Вісник ХДАДМ*. 2014. №1. С. 33–38.
8. Ніколаєва Т. В., Ніколаєва Т. І., Лиса Є. О. Складові поняття «індустрія моди» в підготовці фахівців з дизайну костюма та брендової продукції. *Вісник КНУТД. Серія Технічні науки*. Київ, 2017. № 6 (116). С. 177–186.
9. Сайт Elitethings. Самые дорогие вещи в мире. Richi. Петро чемодан от Louis Vuitton. URL: <https://elitethings.com/retro-chemodan-ot-louis-vuitton/> (дата звернення: 26.01.2021)
10. Louis Vuitton, Chanel, Hermes: история легендарных сумок. URL: <https://www.passion.ru/style/sumki/louis-vuitton-chanel-hermes-istoriya-legendarnyh-sumok-26314.htm> (дата звернення: 26.01.2021)
11. Пазоль Поль-Жерар Луи Вюиттон: империя роскоши. Пер. с фр. Москва : СЛОВО/SLOVO, 2005. 540 с.
12. Сайт Louis Vuitton URL: <https://uk.louisvuitton.com/eng-gb/homepage> (дата звернення: 26.01.2021)
13. Louis Vuitton. 195-летний путь к роскоши и престижу. URL: https://media.krasota.ru/filer_public/99/cc/99ccff6d-284d-421f-9e21-a6a6058e6ab1/monogramma_res750.jpg (дата звернення: 26.01.2021)

14. Уайт Н., Гриффитс Й. Fashion-бизнес: теория, практика, феномен. Под ред. Николя Уайт и Йена Гриффитса. Минск : Гревцов Паблишер, 2008. 272с.

References

1. Kavamura, Yu. (2009). *Teorija i praktika sozdanija mody* [Theory and practice of fashion creation]. Mynsk: Hrevtsov Pablysher [in Russian].
2. Kolosnichenko, M. V., Pashkevych, K. L. and Krotova, T. F., eds. (2020). *Dyzain odiahu v polikulturnomu prostori: monohrafiia* [Clothing design in a multicultural space: monograph]. Kyiv: KNUUD [in Ukrainian].
3. Lynch, A., Shtrauss, M. D. (2009). *Izmeneniia v mode: prichiny i sledstviia* [Changes in fashion: causes and consequences]. Mynsk: Hrevtsov Pablysher [in Russian].
4. Nikolaieva, T. V., Nikolaieva, T. I. and Baranova, A. I. (2018). *Kompleksne dyzain-proiektuvannia* [Complex design]: navch. posib. Kyiv: KNUUD [in Ukrainian].
5. Kolosnichenko, M. V., Frolov, I. V., Pashkevych, K. L. (2015) *Osoblyvosti rozrobky brendu v umovakh suchasnoi ukrainskoi fashion-industrii* [Features of the development of the brand in the modern Ukrainian fashion-industry]. *Tradysii ta novatsii u vyshchii arkhitekturo-khudozhnii osviti*. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/432/1/20160128_Frolov_P100-105.pdf (дата звернення: 26.01.2021) [in Ukrainian].
6. Nikolaieva, T. V., Shafranska, V. V. (2017) *Rozvytok natsionalnykh khudozhnykh tradytsii v pidhotovtsi fakhivtsiv z dyzainu kostiuma ta brendovoi produktsii* [Development of national artistic traditions in the training of specialists in costume design and branded products]. *Visnyk KNUUD. Seriiia Tekhnichni nauky*. 1 (106). 114–121. [in Ukrainian].
7. Chuprina, N. V. (2014). *Sehmentatsiia linii modnoho odiahu v strukturi industrii mody* [Segmentation of fashion lines in the structure of the fashion industry]. *Bulletin of KhSADA* [in Ukrainian].
8. Nikolaieva, T. V., Nikolaieva, T. I. and Lysa, Ye. O. (2017). *Skladovi poniattia «industriia mody» v pidhotovtsi fakhivtsiv z dyzainu kostiuma ta brendovoi produktsii* [Components of the concept of "fashion industry" in the training of specialists in costume design and branded products]. *Visnyk KNUUD. Seriiia Tekhnichni nauky*. 6 (116). 177–186 [in Ukrainian].

9. Sajt Elitethings. Samye dorigie veshhi v mire. Richi. Retro chemodan ot Louis Vuitton [Site Elitethings. The most expensive things in the world. Richi. Retro suitcase from Louis Vuitton]. URL: <https://elitethings.com/retro-chemodan-ot-louis-vuitton/> [in Russian].

10. Louis Vuitton, Chanel, Hermes: istoriya legendarnykh sumok. [Louis Vuitton, Chanel, Hermes: history of legendary bags]. URL: <https://www.passion.ru/style/sumki/louis-vuitton-chanel-hermes-istoriya-legendarnykh-sumok-26314.htm> [in Russian].

11. Pazol, P.-Zh. (2005). *Lui Vjuitton: imperiya roskoshi* [Louis Vuitton: The Empire of Luxury]. Moskva: SLOVO/SLOVO [in Russian].

12. Sajt Louis Vuitton [Site Louis Vuitton]. URL: <https://uk.louisvuitton.com/eng-gb/homepage> [in English].

13. Louis Vuitton. 195-letnij put' k roskoshi i prestizhu. [Louis Vuitton. A 195-year journey to luxury and prestige] URL: <https://krasota.ru/news/2016-08-14/louis-vuitton-195-letnij-put-k-roskoshi-i-prestizh> [in Russian].

14. Uait, N., and Hryffyts, Y. eds. (2008). *Fashion-biznes: teorija, praktika, fenomen* [Fashion business: theory, practice, phenomenon]. Mynsk: Hrevtsov Pablysher [in Russian].

STAGING OF THE BRAND STYLE FORMATION BY THE EXAMPLE OF FASHION HOUSE LOUIS VUITTON

NIKOLAEVA T. V., HAIOVA I. L.,
DAVYDENKO I. V., BARANOVA A. I.,
PARANKO N. P.

Kyiv National University of Technologies and Design

The purpose. To study the historical experience of creating brand products on the example of the formation and development of the Louis Vuitton fashion house.

Methodology. The work uses methods of literary-analytical and system-historiographic analysis. To study the object of research and the factors that most influence its development a critical analysis of scientific and popular publications has been applied, materials on the history of the formation of the brand's style have been analyzed, the prerequisites for the emergence of the graphic style of Louis Vuitton have been researched, as an example of identifying fashion products using a set of iconic identification elements.

Results. At each stage of the formation of the Louis Vuitton fashion house style, the main features of the brand are preserved, expressing the idea of product conformity to a certain market segment. At the same time, the main elements of the brand

ЭТАПНОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ БРЕНДОВОГО СТИЛЯ НА ПРИМЕРЕ ДОМА МОДЫ ЛУИ ВИТТОН

НИКОЛАЕВА Т. В., ГАЕВАЯ И. Л.,
ДАВИДЕНКО И. В., БАРАНОВА А. И.,
ПАРАНЬКО Н. П.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель. Исследовать исторический опыт по созданию брендовой продукции на примере становления и развития дома моды Луи Виттон.

Методика. В работе использованы методы литературно-аналитического и системно-историографического анализа. Для изучения объекта исследования и наиболее влиятельных на его развитие факторов применен критический анализ научных и популярных публикаций, проанализированы материалы по истории образования брендового стиля, установлены предпосылки возникновения графического стиля Луи Виттон как примера идентификации модных товаров с помощью совокупности знаковых идентификационных элементов.

Результаты. На каждом этапе формирования стиля модного дома «Луи Виттон» сохраняются главные признаки бренда, выражающие идею соответствия изделий определенному сегменту рынка. В то же время основные элементы брендовой символики находятся в постоянном развитии, в соответствии с маркетинговой политикой и тенденциями моды, обеспечивая

symbols are in constant development, in accordance with the marketing policy and fashion trends, ensuring the relevance of Louis Vuitton products for many decades. Today, the trend of identifying fashion products with human status is becoming an thoroughly planned process. The challenge of modern design is to cover the widest range of consumer needs, looking back at the history and focusing its efforts on the future models.

Scientific novelty lies in the reviewing of innovation stages in the formation of brand products design, as a separate activity area.

Practical significance. The determined principles of working on the creation of brand products can be used in the educational process for training of future designers.

Keywords: *designer; brand; brand style; brand culture; design-product; Louis Vuitton.*

актуальность продукции «Луи Виттон» на протяжении многих десятилетий. Сегодня тенденция идентификации модных товаров со статусом человека приобретает характер тщательно спланированного процесса. Задачей современного дизайна является охват широчайшего спектра потребительских нужд, обращаясь к истории и сосредоточивая свои усилия на моделях будущего.

Научная новизна заключается в освещении инновационных этапов формирования дизайна брендовой продукции как отдельного направления деятельности.

Практическая значимость. В исследовании определены принципы работы по созданию брендовой продукции, которые могут быть использованы в учебном процессе подготовки будущих дизайнеров.

Ключевые слова: *дизайнер; бренд; стиль бренда; брендовая культура; дизайн-продукт; Луи Виттон.*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ:

Ніколаєва Тетяна Вадимівна, канд. техн. наук, професор, завідувач кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-2236-3681, **e-mail:** nikolaevatd@gmail.com

Гайова Інна Лаврентіївна, доцент кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-3774-8963, **e-mail:** innagayova@ukr.net

Давиденко Ірина Володимирівна, доцент кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 00000002-6355-900X, **e-mail:** irinedavidenko@gmail.com

Баранова Алла Ігорівна, доцент кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-1813-574X, **email:** allabaranova10@gmail.com

Паранько Надія Петрівна, старший викладач кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-3862-2908, **e-mail:** nadia1612@i.ua

Цитування за ДСТУ: Ніколаєва Т. В., Гайова І. Л., Давиденко І. В., Баранова А. І., Паранько Н. П. Основи утворення брендового стилю на прикладі формування модного бренду «Луї Віттон». *Art and Design*. 2021, №1(13), С. 84–95.

Citation APA: Nikolaeva, T. V., Haiova, I. L., Davydenko, I. V., Baranova, A. I., Paranko, N. P. (2021) Staging of the Brand Style Formation by the Example of Fashion House Louis Vuitton. *Art and Design*. 2021. 1(13). 84–95.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.8>

УДК 747+7.012:
725.54

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.9.

ПОЛЯКОВА О. В., БУЛГАКОВА Т. В., КОСЕНКО Д. Ю., ШМЕЛЬОВА О. Є.,
МАРЕТА О.Є.

Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ОФІСНИХ ПРИМІЩЕНЬ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ПОРУШЕННЯМИ ОПОРНО-РУХОВОГО АПАРАТУ

Метою роботи є виявлення особливостей дизайну офісних приміщень для людей з порушеннями опорно-рухового апарату та визначення основних функціональних груп предметного наповнення середовища універсальним обладнанням.

Методологія. Дослідження ґрунтується на системному та середовищному підходах, які дозволяють розглядати інтер'єрний простір офісних приміщень та спеціалізоване обладнання для людей з порушеннями опорно-рухового апарату як ієрархічно підпорядковану цілісність. Джерельною базою дослідження стали наукові та публіцистичні статті, вітчизняні та зарубіжні проєктні розробки офісних просторів, каталоги офісних меблів та обладнання.

Результати. Проведено аналіз досліджень з проблематики організації офісного середовища для людей з інвалідністю та порушеннями опорно-рухового апарату. На основі системного підходу проаналізовано сучасні офісні простори на можливість застосування принципів універсального дизайну при формуванні дизайну сучасного робочого середовища, що забезпечуватиме рівні можливості для роботи як людей з хронічними порушеннями, так і дасть змогу профілактики захворювань опорно-рухового апарату працівників. Розроблено структурну модель універсального інтер'єрного простору офісного приміщення з метою подальшого її розширення і уточнення, передбачення розвитку технологій, обладнання і дизайнерських рішень покращення робочих умов усіх працівників. Проаналізовано основні функціональні групи офісного предметного наповнення з точки зору їх можливості полегшення користування людьми з порушеннями опорно-рухового апарату, а також профілактики таких захворювань у інших працівників.

Наукова новизна. Сформована структура моделі дизайну внутрішнього середовища офісних приміщень для людей з порушеннями опорно-рухового апарату.

Практична значущість дослідження обумовлюється розширенням і поглибленням знань про формування дизайну офісних середовищ та наповнення їх обладнанням, що забезпечує можливість комфортної роботи людей з порушеннями опорно-рухового апарату і може використовуватись у практиці проєктування відповідних середовищ.

Ключові слова: універсальний дизайн; ергономіка; інклюзивність; робоче середовище.

Вступ. За даними ВООЗ, захворювання опорно-рухового апарату як причина інвалідності та смертності посідають 4-те місце у світі; а кожний п'ятий мешканець земної кулі страждає від болю у спині [14]. Велика кількість функціональних обмежень здоров'я опорно-рухового апарату супроводжує людей працездатного віку. Широкий спектр таких захворювань – від тимчасових, внаслідок травмування, до хронічних – обумовлює необхідність забезпечення можливості облаштування комфортного робочого місця кожному працівнику різних професійних галузей. На прикладі офісних приміщень для людей з

порушеннями опорно-рухового апарату розглянемо систему дизайну універсального робочого середовища, що є придатним до використання для всіх людей без необхідності адаптації чи спеціального дизайну, з урахуванням різноманітності особливостей людей при створенні для них рівних умов і забезпечення їх автономності.

Аналіз попередніх досліджень. У сфері дизайну інтер'єру і предметно-просторовому дизайні слід зазначити значущість праць наступних іноземних та вітчизняних авторів, які займаються системним аналізом: Б.Г. Бархіна, О.І. Генісаретського, В.Л. Глазичева, Г.Б. Мінервіна, В.А. Абизова [8],

О.Я. Боднара, О.В. Бойчука, В.Я. Даниленка. У своїх дослідженнях автори структурно і послідовно розглядають складові елементи системи дизайну середовища різної типології, забезпечуючи фундаментальну базу для подальших розробок більш вузьких об'єктів дизайну. У роботах Л.М. Бармашиної [10], І.О. Дончак, С.М. Лінди розкриваються проблеми формування доступного середовища споруд громадського призначення для людей з інвалідністю усіх груп, наводиться сукупний розгляд їх потреб. Методичні рекомендації з впровадження принципів універсального дизайну в архітектурне середовище України висвітлені у працях В.О. Азіна, Л.Ю. Байди, Я.В. Грибальського, О.В. Красюкова-Еннс [9], Н.Є. Мільчакової [14], в посібнику О.М. Волгіної та О.Л. Іванової [12] надано методичні рекомендації з соціального супроводу людей з інвалідністю на робочому місці та забезпечення їм відповідних умов праці. Особливості і потреби людей із захворюваннями опорно-рухового апарату розглядаються у дослідженнях О. Корхан та А.А. Мемон [5], А. Хеджа [4], Дж.Л. Бренда [1], акцент на їх особливостях роботи з комп'ютером зроблено в статті А.С. Трифонова [15]. В цілому теми системного дослідження дизайну інтер'єрних середовищ, ергономіки офісного простору і робочих місць, принципів універсального дизайну є добре висвітленими в окремих темах. Однак вітчизняного досвіду проєктування інклюзивних офісів та більш вузької орієнтації дизайнерів на найпоширеніше функціональне порушення опорно-рухового апарату працівників наразі недостатньо.

Постановка завдання. Велика поширеність захворювань опорно-рухового апарату серед працездатного населення обумовлює потребу розробки структури моделі сучасного універсального офісного середовища, виявлення його особливостей дизайну та оснащення спеціальним

обладнанням офісних приміщень, таким чином, що вони забезпечуватимуть рівні можливості для роботи як людей з хронічними порушеннями, так і нададуть змогу профілактики захворювань опорно-рухового апарату працівників.

Результати

дослідження.

Захворювання опорно-рухового апарату (ОРА) умовно поділяються на три категорії: хвороби хребта, суглобів та м'язів. За основними патомеханізмами виділяють загальні ураження суглобів та периартикулярних тканин, дегенеративні ураження суглобів синовіального і міжхребцевого типів, а також травматичні ураження. Працівників з такими захворюваннями можна умовно поділити на тих, що вміють рухатися без допомоги; за допомогою додаткових опор та пристроїв; та тих, що рухаються на кріслі колісному. Здебільшого такі захворювання притаманні представникам професій, які пов'язані з тяжкою фізичною працею. Проте порушення опорно-рухового апарату, пов'язані з статичною сидячою офісною роботою, стали однією з найпоширеніших хронічних хвороб сучасного суспільства [2]. Розповсюдженими типами професійних розладів опорно-рухового апарату є: запалення сухожиль між передпліччям та пальцями рук; зап'ястково-тунельний синдром – запалення синовіальних оболонок сухожилля кисті; защемлення нервових волокон хребта, які розташовані між хребцями; синдром Рейно – це втрата кровообігу, що призводить до побілення та оніміння пальців; цервікальна радикулопатія – сенсорні порушення в області шиї і плечового пояса в результаті зовнішньої компресії на шийні нерви; латеральний епіконділіт – запалення сухожиль м'язів розгиначів передпліччя; ревматоїдний артрит – аутоімунне захворювання запалення суглобів [5]. Головною функціональною метою проєктування сучасного офісного середовища мають бути як допомога працівникам з наявними

порушеннями ОРА спеціалізованим обладнанням, так і профілактика захворювань, пов'язаних з способом професійної діяльності.

Дослідження дизайну інтер'єру та предметно-просторового дизайну як системи (Рис. 1) складається з аналізу її основних складових елементів (підсистем): функціонально-просторова (функціональні, планувальні і конструктивні взаємозв'язки внутрішнього архітектурного простору); предметно-просторова (меблі, обладнання і устаткування); художньо-естетична організація інтер'єру (композиційні, колористичні та світлові характеристики, художні вироби, що створюють психологічну атмосферу середовища) [13].

Функціонально-просторова підсистема є прямим відображенням функціонального призначення того чи іншого офісного середовища та може включати у себе як типові планувальні блоки, так і вузько спеціалізовані, в залежності від галузевого спрямування діяльності фірми. До типових функціонально-планувальних блоків офісного середовища належать зони фронт-офісу (зона рецепції, прийому та очікування відвідувачів; індивідуальні та групові мультифункціональні робочі місця; робоча та комунікаційна зона керівника; багатофункціональні переговорні кімнати) та зони бек-офісу (підсобні і технічні приміщення, зони відпочинку працівників, кухня/їдальня) [11]. Відповідно до організаційної структури та розміщення внутрішніх горизонтальних і вертикальних комунікацій будівлі, планувальна композиційна схема розміщення функціональних зон офісного середовища може бути відкритою, коридорно-кабінетною чи комбінованою.

Згідно з положеннями Державних будівельних норм України про інклюзивність будівель і споруд (ДБН В.2.2-40:2018) та Конвенції ООН про права

інвалідів (конвенцію ратифіковано Законом України N 1767-VI (1767-17) від 16.12.2009) має бути забезпечено рівний доступ до середовища усім людям. Тобто при розробці функціонально-просторової підсистеми мають бути враховані усі вимоги безбар'єрної доступності (пандуси, ширина проходів, легкість відкривання дверей, наявність ліфтів тощо), оснащення офісного середовища допоміжними та розумними пристосуваннями (поручнями, підйомниками, ручками, сенсорами тощо).

Предметно-просторова підсистема офісного простору формується з меблювання, оснащення середовища відповідним обладнанням і устаткуванням, а також виступає прямим виразником дизайнерського задуму. І саме на предметне наповнення офісного простору лягає найбільше функціональне навантаження із забезпечення високого рівня комфорту впродовж усього робочого часу працівників. Принципи універсального дизайну передбачають формування середовища, придатного для використання усіма його користувачами [10]. Тому розглянемо основні функціональні групи офісного предметного наповнення з точки зору їх можливості полегшення користування людьми з порушеннями опорно-рухового апарату, а також профілактики таких захворювань у інших працівників.

Меблі для сидіння. Потреба працівників у ергономічному робочому стільці є нагальною для усіх, не залежно від стану здоров'я. Необхідно, щоб кожен міг налаштувати стілець під свої параметри тіла: висоту сидіння та підлокітників, кут нахилу спинки, підголівника та сидіння, глибину посадки тощо. Однак саме працівники з порушеннями опорно-рухового апарату потребують можливості індивідуальних налаштувань окремих вузлів стільця (позиціонування підголівника, кут нахилу спинки, рівень платформи для ніг тощо).



Рис. 1. Модель системи дизайну внутрішнього середовища офісних приміщень для людей з порушеннями опорно-рухового апарату



Рис. 2. Стільці для профілактики захворювань хребта: а – ергономічний стілець з 8 вузлами налаштувань (GT Chair MARRIT GT07-39X); б – стілець-сідло (Salli – Twin); в – накладка сидіння-балансир (Humantool); г – колінний стілець (Jobri® Jazzy); д – стілець для роботи стоячи (Frapett Solo 7000) [3]

Також важливим елементом реабілітації та профілактики захворювань ОРА є можливість людини періодично навантажувати хребет динамічно (не фіксовано) [6]. У цьому можуть допомогти стільці більш спеціалізовані за своєю конструкцією: стілець-сідло, колінний стілець, стілець для роботи стоячи, накладка сидіння-балансир (рис. 2).

Мобільні робочі станції. При необхідності працівників мати можливість пересуватися по офісу разом з робочим місцем, або для формування тимчасових зон зосередженої індивідуальної чи групової роботи можуть бути використані меблеві комплекси, що поєднують стіл з регульованою стільницею та стілець (Рис. 4). Однак такі комплекси не можуть бути використані працівниками на кріслі колісному.

Робочі столи. Однією з найважливіших ознак універсального робочого столу є можливість його адаптації по висоті для людей різного зросту та на кріслі колісному. Регулювання висоти і нахилу стільниці можливе як за допомогою механічного управління, так і за допомогою електроприводу, що допоможе не прикладати зайвих зусиль працівнику (Рис. 3). Результати експериментів Лабораторії досліджень людських факторів та ергономіки Корнелльського університету (Нью Йорк, США) показали, що використання столів зі змінною висотою зменшило дискомфорт у спині та шиї працівників (в середньому на 62%) і підвищило показники продуктивності. Чергування сидячого і стоячого положення тіла запобігало усадці хребта наприкінці дня, а також сприяла зниженню індексу маси тіла [4].

Ергономічні аксесуари робочого місця. Окрім базових предметів меблів, важливою частиною робочого місця для людей з порушеннями опорно-рухового апарату є додаткове обладнання, що допомагає підтримувати тіло працівника та

розвантажувати м'язи рук, шиї, спини. До такого обладнання відносяться (Рис. 5): пристрої, що підтримують передпліччя (якщо конструкції стола та крісла не забезпечують належної опори); підставки під ноги, що забезпечують оптимальний кут у колінному суглобі, покращує кровообіг, зменшує м'язову напругу; кріплення-регулятор для монітора комп'ютера, яке дозволяє тримати голову у нейтральному положенні, розвантажуючи м'язи шиї.

Зберігання речей та документів. Меблі з функцією зберігання для особистих речей та робочої документації повинні мати доступ на різній висоті для забезпечення рівних можливостей користування для працівників на кріслі колісному чи тих, кому обмеження опорно-рухового апарату не дозволяють використовувати високі полиці та вішаки. Продумана комбінація універсального та спеціального предметного наповнення усіх функціональних груп офісного середовища дозволить створити простір, комфортний для роботи різних людей, забезпечить підтримку здоров'я та профілактику захворювань, пов'язаних із статичним навантаженням сидячого способу роботи.

Художньо-естетична підсистема є виразником цілісного образно-стилістичного дизайнерського задуму офісного середовища, що обумовлюється галуззю діяльності компанії, її фірмовим стилем та організаційною структурою. Реалізація художньо-естетичної підсистеми відбувається засобами композиційних, колористичних та світлових характеристик, застосуванням художніх творів сучасного та декоративного мистецтва, що створюють сприятливу психологічну атмосферу. Дизайнерське рішення повинно бути орієнтоване на створення відчуття причетності працівників культурі компанії, забезпечувати самоідентифікацію компанії, інформування, залучення клієнтів, створення естетичного середовища, що ініціює роботу.



Рис. 3. Столи зі змінюваною висотою стільниці (Conset 501-15-7S): а – індивідуальний; б – блок столів «обличчя до обличчя» (face-to-face) [3]



Рис. 4. Меблевий комплекс (Salli – Elbow Table) [7]



Рис. 5. Додаткове ергономічне обладнання робочого місця: а – динамічний підтримувач передпліччя (Ergorest 350); б – статична ліктьова підставка (Salli – ErgoELBO); в – кріплення-регулятор для монітора (Lumi LDT39-C012); г – підставка для ніг (DESQ 60076) [3]

Спеціалізовані меблі, обладнання та пристосування є невід'ємною складовою дизайну інтер'єру офісу, тому їх потрібно вписувати у загальну художньо-образну концепцію для зняття психологічної напруги з працівників, прибравши акцентування на їх відмінностях фізичного здоров'я. Можуть бути використані два композиційних підходи: приховане вписування (тобто вибір устаткування, що за формою, кольором та способом розміщення не виділяється із загального візуального середовища) та акцентне підкреслення (створення образу дизайну середовища, в якому елементі механізмів та технологічність стануть образною домінантою). У разі насичення офісного середовища великою кількістю спеціалізованого обладнання (підйомників, поручнів, меблів із вираженими вузлами механізмів) варто обирати другий підхід – стилістику дизайну інтер'єру, що органічно поєднуватиметься із графічністю елементів устаткування. Вдалим композиційним прийомом буде використання і підкреслення тектонічності об'єктів дизайну у стилізаціях лофту, технологічних напрямків (хай-тек, стімпанк, кіберпанк тощо). Також

потрібно проєктувати спосіб і місце розташування декоративних елементів та художніх творів, враховуючи особливості пересування працівників, щоб запобігти помилковому зіткненню з кріслом колісним чи падінню об'єктів.

Висновки. В результаті проведеного дослідження запропоновано структуру моделі дизайну внутрішнього середовища офісних приміщень для людей з порушеннями опорно-рухового апарату, що передбачає подальші перспективи її розвитку та вдосконалення. Системний підхід дозволив комплексно дослідити окремі складові цієї моделі з точки зору користувачів як з вже наявними порушеннями здоров'я, так і для працівників, яким важлива профілактика появи захворювань, асоційованих із офісним способом роботи. Застосування запропонованої моделі у подальших дослідженнях дозволить прогнозувати тенденції та перспективи розвитку технологій, обладнання і дизайнерських рішень із формування найбільш сприятливих умов для комфортної роботи та збереження здоров'я усіх працівників.

Література

1. Brand J. L. Office ergonomics: A review of pertinent research and recent developments. *Reviews of human factors and ergonomics*. 2008. 4 (1). 245–282. URL: http://snaptracker.kisp.com/SnapWebWork/demo/Custom/HDOW0005/Files/Resource%20Area/Ergonomics/OfficeErgonomics_AReviewofPertinent.pdf (дата звернення: 08.11.2020)
2. Çelik S., Dirimeşe E., Taşdemir N., Çelik K., Arık T., Büyükkara İ. Determination of pain in musculoskeletal system reported by office workers and the pain risk factors. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health*. 2018. 31(1). 91–111.
3. Ergolife – каталог ергономічних меблів. URL: <http://ergolife.com.ua/ergonomichnye-stulja> (дата звернення: 10.11.2020)
4. Hedge Alan, Ray E. Effects of an Electronic Height-Adjustable Worksurface on Computer Worker Musculoskeletal Discomfort and Productivity. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*. 2004. 48 с.
5. Korhan O., Memon A. A. Introductory Chapter: Work-Related Musculoskeletal Disorders. In *Work-related Musculoskeletal Disorders*. IntechOpen. 2019.
6. Probst K., Perteneder F., Leitner J., Haller M., Schrempf A., Glöckl J. Active office: towards an activity-promoting office workplace design. In *CHI '12 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '12)*. Association for Computing Machinery New York, NY, USA, 2012. 2165–2170.
7. Salli for health and productivity – SALLI ELBOW TABLE. URL: <https://salli.com/en/products/>

[salli-elbow-table-white/](#) (дата звернення: 10.11.2020)

8. Абизов В. А. Теорія розвитку архітектурно-будівельних систем: монографія. Київ: КНУКІМ, 2009. 240 с.

9. Азін В. О., Байда Л. Ю., Грибальський Я. В., Красюкова-Еннс О. В. Доступність та універсальний дизайн: навч.-метод. посіб. К., 2013. 128 с.

10. Бармашина Л. М. Універсальний дизайн як складова соціальної екології. *Сучасні проблеми архітектури і містобудування*: зб. наук. праць. К.: КНУБА, 2015. Вип. 40. С. 341–348.

11. Вартпетова А. Е. Архитектурно-планировочные принципы организации офисных объектов : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. арх. наук: спец. 05.23.21. Москва, 2010. 182 с.

12. Волгіна О.М., Іванова О. Л. Соціальний супровід людей з інвалідністю на робочому місці: посібник. ПРООН в Україні. К.: Баїте, 2018. 36 с. URL: https://issuu.com/undp37/docs/socialsuppinvworkplace_manual (дата звернення: 08.11.2020)

13. Кисіль С. С., Абизов В. А., Агліуллін Р. М. Структура моделі сучасного внутрішнього середовища цивільних будівель. *Art and design*. 2020. №3. С. 46–54.

14. Мильчакова Н. Е. Разработка дизайн-проектов с учетом принципов универсального дизайна. *Сборник докладов конференции «Универсальный дизайн – Равные возможности – Комфортная среда, 2019»*. М.: РТУ МИРЭА, 2019. 306 с.

15. Трифонов А. С., Потоцкий Е. П. Эксплуатация компьютера персоналом с расстройствами опорно-двигательного аппарата. *Вестник Череповецкого государственного университета*. 2016. № 1 (70).

References

1. Brand, J. L. (2008). Office ergonomics: A review of pertinent research and recent developments. *Reviews of human factors and ergonomics*, 4(1), 245–282. URL: <http://snaptracker.kisp.com/SnapWebWork/demo/Custom/HDOW0005/Files/Resource%20Area/Ergonomics/OfficeErgonomics%20ReviewofPertinent.pdf> (Last accessed 08/11/2020) [In English].

2. Çelik, S., Dirimeşe, E., Taşdemir, N., Çelik, K., Arık, T., & Büyükkara, İ. (2018). Determination of pain in musculoskeletal system reported by office workers and the pain risk factors. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health*. 31(1). 91–111 [In English].

3. Ergolife – katalogh erghonimichnykh mebliv [Ergolife – catalog of ergonomic furniture.]. URL: <http://ergolife.com.ua/ergonomichnye-stulja> (Last accessed 08/11/2020). [in Ukrainian]

4. Hedge, A. & Ray, E. (2004). Effects of an Electronic Height-Adjustable Worksurface on Computer Worker Musculoskeletal Discomfort and Productivity. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*. 48. [In English].

5. Korhan, O., & Memon, A. A. (2019). Introductory Chapter: Work-Related Musculoskeletal Disorders. In *Work-related Musculoskeletal Disorders*. IntechOpen.

6. Probst K., Perteneder F., Leitner J., Haller M., Schrempf A., & Glöckl J. (2012). Active office: towards an activity-promoting office workplace design. In *CHI '12 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '12)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 2165–2170 [In English].

7. Salli for health and productivity – SALLI ELBOW TABLE. URL: <https://salli.com/en/products/salli-elbow-table-white/> (Last accessed 08/11/2020) [In English].

8. Abyzov, V. A. (2009). *Teoriia rozvytku arkhitekturno-budiveln'nykh system* [Theory of Architecture-&Construction Systems Development]: monograph. Kyiv: KNUKIM [in Ukrainian].

9. Azin, V. O., Bajda, L. Ju., Ghrybal'skyj Ja. V., Krasjukova-Enns, O. V. (2013). Dostupnistj ta universal'nyj dyzajn [Accessibility and universal design] : navch.-metod. posib. Kyiv [in Ukrainian].

10. Barmashyna, L. M. (2015). Universal'nyj dyzajn jak skladova social'noji ekologhiji [Universal design as a component of social ecology]. *Suchasni problemy arkhitektury i mistobuduvannja*: Zb. nauk. pracj, 40. K.: KNUBA. 341–348. [in Ukrainian].

11. Vartapetova, A. E. (2010). Arhitekturno-planirovochnye principy organizacii ofisnyh obektov [Architectural and planning principles of office objects organization]. *Extended abstract of candidate's thesis* (05.23.21). Moskva [in Russian].

12. Volghina, O. M., Ivanova, O. L. (2018). Social'nyj suprovid ljudej z invalidnistju na

robochomu misci [Social support for people with disabilities in the workplace]: posibnyk. PROON v Ukraini. K.: Vaite,. URL: https://issuu.com/undp37/docs/socialsuppinvworkplace_manual (Last accessed 08/11/2020) [in Ukrainian].

13. Kysil, S. S., Abyzov, V. A., Ahliullin, R. M. (2020) Model's structure of the modern internal environment of civil buildings. *Art and design*, 3. 46–54 [in Ukrainian]

14. Mil'chakova, N. E. (2019). Razrabotka dizajn-proektov s uchetom principov universal'nogo

dizajna [Development of design projects taking into account the principles of universal design]. Sbornik dokladov konferencii «Universal'nyj dizajn – Ravnye vozmozhnosti – Komfortnaja sreda, 2019». M.: RTU MIRJeA [in Russian].

15. Trifonov, A. S., Pototckii, E. P. (2016). Ekspluatatsiia kompiutera personalom s rasstroistvami oporno-dvigatel'nogo apparata [Computer use by personnel with musculoskeletal disorders]. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta*, 1 (70) [in Russian].

FEATURES OF THE OFFICE SPACE DESIGN FOR PEOPLE WITH MUSCULOSKELETAL DISORDERS

POLIAKOVA O. V., BULGAKOVA T. V., KOSENKO D. Yu., SHMELIOVA O. Ye., MARETA O. E.

Kyiv National University of Technologies and Design

Purpose. The aim of the work is to identify the design features of office premises for people with musculoskeletal disorders and to determine the main functional groups of the subject content of the environment with universal equipment.

Methodology. The study is based on a systemic and environmental approach, which allows considering the interior space of office premises and specialized equipment for people with musculoskeletal disorders as a hierarchically subordinate entity. The source base of the research were scientific and journalistic articles, domestic and foreign project developments of office spaces, catalogs of office furniture and equipment.

Results. We analyzed the research base on the problems of organizing an office environment for people with disabilities and disorders of the musculoskeletal system. Based on a systematic approach, we analyzed modern office spaces for the possibility of applying the principles of universal design when creating the design of a modern working environment, which will provide equal working opportunities for people with

ОСОБЕННОСТИ ДИЗАЙНА ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С НАРУШЕНИЯМИ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА

ПОЛЯКОВА О. В., БУЛГАКОВА Т. В., КОСЕНКО Д. Ю., ШМЕЛЁВА А. Е., МАРЕТА О. Е.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Целью работы является выявление особенностей дизайна офисных помещений для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата и определения основных функциональных групп предметного наполнения среды универсальным оборудованием.

Методология. Исследование основывается на системном и средовом подходах, которые позволяют рассматривать интерьерное пространство офисных помещений и специализированное оборудование для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата как иерархически подчиненную целостность. Источниками исследования стали научные и публицистические статьи, отечественные и зарубежные проектные разработки офисных пространств, каталоги офисной мебели и оборудования.

Результаты. Проведен анализ исследований по проблематике организации офисной среды для людей с инвалидностью и нарушениями опорно-двигательного аппарата. На основе системного подхода проанализированы современные офисные пространства на предмет возможности

chronic disabilities and will ensure the prevention of diseases of the musculoskeletal system of workers. We have developed a structural model of universal interior office space in order to further expand and refine it, anticipate the development of technologies, equipment and design solutions, improve the working conditions of all employees. We analyzed the main functional groups of office filling with furniture and equipment in terms of their ability to facilitate the use of people with musculoskeletal disorders, as well as the prevention of such diseases in other workers. The right combination of universal and special equipment for all functional groups of the office environment will create a space that is comfortable for the work of different people, it will ensure the maintenance of health and the prevention of diseases associated with static loads of a sedentary way of working.

Scientific novelty. We formed the design model structure for the interior environment of office premises for people with disabilities of the musculoskeletal system.

Practical significance of the study is determined by the expansion and deepening of knowledge about the formation of the design of office environments and filling them with equipment that provides the possibility of comfortable work for people with musculoskeletal disorders and can be used in the practice of designing appropriate environments.

Keywords: *universal design; ergonomics; inclusiveness; work environment.*

применения принципов универсального дизайна при формировании дизайна современной рабочей среды, которые будут обеспечивать равные возможности для работы как людей с хроническими нарушениями, так и обеспечат профилактику заболеваний опорно-двигательного аппарата работников. Разработана структурная модель универсального интерьерного пространства офисного помещения с целью дальнейшего ее расширения и уточнения, предвидения развития технологий, оборудования и дизайнерских решений улучшения рабочих условий всех работников. Проанализированы основные функциональные группы офисного предметного наполнения с точки зрения их возможности облегчения пользования людьми с нарушениями опорно-двигательного аппарата, а также профилактики таких заболеваний у других работников.

Научная новизна. Сформирована структура модели дизайна внутренней среды офисных помещений для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Практическая значимость исследования определяется расширением и углублением знаний о формировании дизайна офисных сред и наполнения их оборудованием, обеспечивающим возможность комфортной работы людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата и может использоваться в практике проектирования соответствующих сред.

Ключевые слова: *универсальный дизайн; эргономика; инклюзивность; рабочая среда.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Полякова Ольга Володимирівна, канд. мист., доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-1357-9045, **e-mail:** polyakova_ov@ukr.net

Булгакова Тетяна Володимирівна, к.т.н., доцент, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій і дизайну, ORCID 0000-0002-6523-5770, **e-mail:** bulgakova358@ukr.net

Косенко Данило Юрійович, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій і дизайну, ORCID 0000-0002-1668-6911, **e-mail:** danylo.kosenko@gmail.com

Шмельова Олександра Євгеніївна, старший викладач кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-7073-3574, **e-mail:** alexpissenlit@gmail.com

Марета Ольга Євгеніївна, магістр, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-9790-0125, **e-mail:** oliamareta21@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Полякова О. В., Булгакова Т. В., Косенко Д. Ю., Шмельова О. Є., Марета О. Є. Особливості дизайну офісних приміщень для людей з порушеннями опорно-рухового апарату. *Art and design*. 2021. №1(13). С. 96–106.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.9>

Citation APA: Poliakova, O. V., Bulgakova T.V., Kosenko, D. Yu., Shmeliova, O.Ye., Mareta, O. E. (2021) Features of the office space design for people with musculoskeletal disorders. *Art and design*. 1(13). 96–106.

УДК 792.01(477)

РИБЧЕНКО О. Г.

Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури

DOI:10.30857/2617-0272.2021.1.10.

**ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНЕ ТА ЗМІСТОВНЕ ВТІЛЕННЯ
НАРОДНИХ ТРАДИЦІЙ В УКРАЇНСЬКОМУ ТЕАТРІ
ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ЖУРНАЛУ
«НОВЕ МИСТЕЦТВО»)**

Метою дослідження: виявлення відображення народних традицій у сценографії 1920-х рр. на прикладі двох театральних вистав: «Сава Чалий» (театр «Березіль», м. Харків, 1927 р.) та «Сорочинський ярмарок» (Державна Українська Опера, м. Київ, 1925 р.) на основі архівних видань журналу «Нове мистецтво» (Харків, 1925–1928 рр.).

Методологія. Методологічною основою дослідження є системний підхід, методи синтезу, узагальнення, порівняльно-історичного та мистецтвознавчого аналізу.

Результати. Розглянуто архівні випуски тижневика «Нове мистецтво» та підтверджено, що у театральній творчості початку ХХ ст. народні традиції займали помітне місце, були джерелом натхнення художників-сценографів, композиторів, акторів та ін. Окреслено вагоме місце журналу «Нове мистецтво» як основного джерела висвітлення мистецьких подій в Україні. На основі випусків журналу проаналізовано публікації і фотоматеріали сценографії вистав «Сава Чалий» (театр «Березіль», м. Харків, 1927 р.) та «Сорочинський ярмарок» (Державна Українська Опера, м. Київ, 1925 р.). Проаналізовано образи і елементи українського народного мистецтва у зазначених театральних виставах. Наголошено, що використання народних традицій в сценографії є своєрідним концентрованим виявом та гарантією збереження етнокультурних проявів у тогочасному театральному середовищі.

Наукова новизна полягає у виявленні специфіки використання народних традицій та етнічних елементів в сценографії 1920-х років, у введенні у науковий обіг матеріалів тижневика «Нове мистецтво», що висвітлюють застосування народних традицій режисерами, художниками-сценографами, акторами.

Практична значущість. Матеріали дослідження можуть бути корисними у процесі вивчення історії української сценографії; аналіз мистецького доробку художників-сценографів та провідних митців театру ХХ ст. є необхідним для збагачення творчих підходів новітньої української сценографії.

Ключові слова: театральне мистецтво; сценографія; народні традиції; українські етнічні елементи; традиційна етнічна культура; театральні художники.

Вступ. Основною відмінністю сценографічного мистецтва є поєднання художніх систем, що всебічно охоплюють і відтворюють режисерський задум та ідею твору засобами живопису, музики, костюма, пластики, жестикуляції та мови. У сукупності ці системи утворюють масштабний театральний простір, досліджуючи який можна скласти уявлення про творче середовище того чи іншого періоду. Не аби якого значення для виявлення національних рис театру належить сукупності таких ознак і особливостей, що притаманні лише певній території і відрізняють її від інших сусідніх

народів. Слова «етнічний», «народний», «фольклорний» можна вважати синонімами, які характеризують традиції в певній місцевості, окреслюючи спільну мову, звичаї, споріднені образно-візуальні рішення та мотиви.

Українська стилістика формувалася на основі багатой культурної спадщини, а саме: побутові традиції, самобутній колорит календарних свят, обрядові звичаї, традиційні сільські розваги, символи і реліквії, творчість народних ремесл (декор тканини, кераміки, вишивка). Також слід згадати народні прикмети, первісну поезію

народу, вечорниці, гуляння, ворожіння та інші обряди, вірування у міфічні створіння, народні ігри та пісні. Цей перелік – багатовікова спадщина українського народу, яка є джерелом натхнення для митців різного спрямування, і сценографія не є виключенням.

Зважаючи на традицію створення спектаклів, що мають етнічне забарвлення, зупинимось на роботах «Сава Чалий» (театр «Березіль», м. Харків, 1927 р.) та «Сорочинський ярмарок» (Державна Українська Опера, м. Київ, 1925 р.). Етнічні елементи, що застосовані у цих виставах, виписують традиційні декорування та оздоблення, яскраво виражені народні мотиви та колористику в образах акторів, національну атрибутику та предмети побуту, притаманні оригінальному народному життю. Широко використана візуально-образна народна символіка та орнаментика. Інформація для аналізу народних традицій у двох вищезгаданих спектаклях зібрана з періодичного видання «Нове мистецтво» початку XX століття. У цей період сценографія активно починає висвітлюватись публікаціями в численних тогочасних виданнях: журналах «Нова генерація», «Театральний вісник», «Театральні барикади» і «Нове мистецтво». Вперше про театральний осередок Леся Курбаса і про творче життя «Молодого театру» було висвітлено саме у зазначених часописах. Ці джерела, зокрема «Нове мистецтво», що зберігається у відділі образотворчого мистецтва Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського, дають змогу досліджувати явище нового українського театру глибше і детальніше. Завдяки статтям і фотоматеріалам можна виявити способи використання народної символіки, колористики і етнічних традицій для створення високо-естетичних і образно-візуальних сцено-графічних творів.

Аналіз попередніх досліджень. Комплексні дослідження мистецтва сценографії, її значення та особливостей

функціонування в театральній галузі проводяться як в Україні, так і за її межами. Для вичерпного аналізу дослідження творчого процесу у часових рамках кінця XIX – початку XX ст. звернемо увагу на особливості формування соціокультурного життя українців, коли зароджувалося театральне життя із його особливим впливом, адже театр України базується на багатому історичному досвіді та культурних традиціях.

Історичне підґрунтя зародження українського театру досліджував ще І. Франко [23]. Дослідження сучасних культурологів і мистецтвознавців, що присвячені мистецьким процесам або явищами кінця XIX – початку XX ст., мають вагомий інформаційний цінність. Зокрема, форми і періоди розвитку театру аналізували такі науковці як І. Галась, В. Калашніков, О. Кисіль [3; 6; 10] та О. Кабула [5, С. 251–259]. В історичному контексті Н. Корнієнко [8; 9, С. 12–19] розглядає історію виникнення і розвитку режисерського генія Леся Курбаса, а також досліджує його творче оточення, універсальні механізми художніх форм у новітньому українському театрі. Н. Павленко вивчає естетику, творчі принципи, що виникли в драматургії «Молодого театру» [15], акцентуючи увагу на роботі художників, на їх новітніх підходах до мистецької мови.

Ретроспективний огляд мистецького процесу в українських часописах початку XX ст. з увагою до періодики, публікацій арт критиків провела І. Прокопчук [16]. Досліджуючи щотижневик «Нова Генерація», вона акцентує увагу на публікаціях арт критиків. Художнім редактором «Нової Генерації» був художник-авангардист В. Меллер, згодом А. Петрицький, творчі методи цих провідних постатей також у полі уваги І. Прокопчук. В монографії Г. Веселовської [2, С. 35–38] феномен українського театру розглянуто через призму взаємодій у культурному

просторі, концентруючись на Київському театральному модернізмі.

На висвітлення літературного, наукового і мистецького життя українськими видавництвами 1920-х рр. орієнтовані дослідження О. Орлика [14]. Оскільки в Україні з 1924 по 1931 рр. велася «українізація» – політика радянської влади всіляко стимулювала українську пресу. Створювались і розвивались видання літературних, наукових і мистецьких напрямків. З часописів українського мистецтва провідним є тижневик «Нове мистецтво» [14].

Незважаючи на те, що дослідженню театального життя на сторінках періодичних видань зазначеного періоду приділялася увага вчених, питання вивчення концепцій сценографії, що ставили в основу традиційне українське мистецтво, потребує детального вивчення і переосмислення.

Постановка завдання. Завданнями дослідження є: аналіз творчості провідних митців сценографії початку ХХ ст., що створювали нові концепції на основі народних традицій; виявлення концептуальних підходів і творчих методів художників-сценографів у створенні театральних постанов на сценах провідних театрів: «Березіль» м. Харкова і Державної Української опери м. Києва.

Результати дослідження. «Нове мистецтво» – це театральний ілюстрований тижневик, що виходив у м. Харкові протягом 1925–1928 рр. і висвітлював театральні події, програми і лібрето всіх харківських і київських театрів, списки п'єс, дозволених вищим репертуарним комітетом, а також новини образотворчого мистецтва, музики і кіно, рецензії, хроніку мистецького життя. Видавництво здійснювалося відділом мистецтв УПО УСРР (Універсальний періодичний огляд Української РСР) м. Харкова у друкарні «Червоний Друк».

На сторінках згаданого тижневика знаходимо інформацію, яка знайомить з

концепціями роботи провідних режисерів і художників, їх захоплення народними традиціями. Прикладом цього є вистава «Сорочинський ярмарок» режисера М. Боголюбова і художника А. Петрицького, та трагедія І. Карпенка-Карого «Сава Чалий», поставлена Л. Курбасом де оформлення сцени здійснила Марія Симашкевич, а строї акторів виконав Валентин Шкляїв, за допомогою старих світлин з'ясуємо взаємозв'язок між ескізами художників та втіленням їх у театральні костюми, які були орієнтовані на народні етнічні традиції.

На початку ХХ ст. в Україні працювало приблизно 74 професійні театри та численні самодіяльні групи. Точкою відліку новітнього національного театру можна вважати 1918 р., коли у Києві відкрився Державний драматичний театр, очолюваний О. Загаровим, і «Молодий театр» Л. Курбаса (з 1922 р. перейменований на «Березіль» (рис. 1) [1], а в 1926 р. його перевели до м. Харкова, тодішньої столиці України). Історію театру «Березіль» розкриває в своїх працях П. Самійленко [18, С. 18–19] і О. Кисіль [10, С. 95–139]. «Людина, яка була Театром» – так назвав Леся Курбаса письменник і театральний критик Олександр Дейч в праці І. Резніка [18].

Державний народний театр під керівництвом П. Саксаганського також працював в Києві, а в Галичині й на Буковині діяли «Новий Львівський театр», Чернівецький театр і Державний театр ЗУНР. У 1919 р. організувався Державний театр імені Т. Шевченка в м. Катеринославі, у 1920 р. – у Вінниці театр ім. І. Франка (керівник Г. Юра). у жовтні 1926 р. засновано Державну українську оперу на чолі з С. Каргальським.

Важливі питання розвитку основних театрів України розглядались на творчих з'їздах та зустрічах. Активно працювала спілка робітників мистецтва. «Гасло нашого сьогодні – реалістичний масовий театр і гадаємо, що спілка робітників мистецтва в

своїй роботі та підготовці режисера й актора мусить орієнтуватися на реалістичний театр, що прагне організувати всі елементи дійства в складну синтетичну систему», – так зазначалося в статті І. Туркельтауба, яка висвітлює основні думки на з'їзді спілки робітників мистецтва у січні 1926 р. [21, С. 1].

В лютому 1927 р. в Республіканському будинку літераторів ім. Блакитного у м. Харкові відбувся черговий диспут «На шляху творення театру Української опери», де обговорювалися найактуальніші питання. Про результати цього зібрання дізнаємось із статті Ю. Смолича в журналі «Нове мистецтво» № 6, 1926 р.: «...створячи нову оперу, ми її розуміємо, як урівноважений комплекс з усіх сценічних чинників і музика, і фарби в сценічному оформленні, і танок, і фізкультура, і актор» [19, С. 2].

Доповідь Л. Курбаса, народного артиста Республіки на тему: «Театр як політично-соціальний чинник» [24, С. 2], анонсована на сторінках журналу (рис. 2) [24, С. 10] на диспуті «Шляхи українського театру» спрямована на висвітлення основного завдання нового театру – кардинальну відмову від застарілих і нецікавих традиційних підходів. Новий театр прагнув революційних змін. «За Курбасом театр, найвища мистецька форма, має синтезувати в собі всі інші види мистецтва: живопис, скульптуру, музику, хореографію, кінематограф, пантоміму тощо. Після нього сценографія стала настільки важливою, що художник перебрав на себе одну з визначальних ролей у виставі. І сценограф, без перебільшення, досі сприймається як співпостановник спектаклю», зазначає І. Мелешкіна [12].

«Експериментальний театр цінний і необхідний за наших часів формації мистецтва. Однак він, кидаючись від одного експерименту до другого і так шукаючи нової форми не може вже тепер стати масовим театром. Основне його завдання – експеримент. Все інше

другорядне. Його форма подачі завжди закриває словесний матеріал, що все ще є головним чинником впливу на глядача», – так формулював цілі театру режисер Л. Курбас в своїй праці «Театр і глядач» [11]. Бачення активного розвитку і проблем українського театру викладено у статті В. Хмурого: «Хоч ми маємо на сьогодні цілих три вагомих театри: Франківці, одеська Держдрама і «Беризіль», проте треба відверто признатися, що й нині брак літератури і науки про український театр гальмує його поступ» [24, С. 1].

Серед театральних художників, які творили театр нової доби, виділялися амбітними і революційними ідеями і працювали в тогочасних провідних театрах Києва та Харкова, були Михайло Бойчук, Анатоль Петрицький, Вадим Меллер, Матвій Драк, Олександра Екстер, Марк Епштейн, Костя Єлева, Борис Косарев, Василь Кричевський, Фавст Лопатинський, Майя Симашкевич, Олександра Хвостенка-Хвостова, Валентин Шкляєв та ін.

З утворенням театру Л. Курбаса сцена стала своєрідним експериментальним майданчиком, де впроваджувалися позиції авангарду. Тут були вперше поставлені п'єси видатних українських письменників і драматургів в новій режисурі. Так писав про тогочасний театр І. Туркельтауб: «Доля Київського театру аж надто глибоко цікавить нашу суспільність. Для України він цінний не тільки як виробнича художня установа, він і театр, що був нам покликаний підготувати новий режисерський молодняк. Часто перебираючи художні цінності в Республіці, ми козиряємо «Березолем», як одним з найсолідніших здобутків української художньої культури. Стару комедію Старицького – не пізнати. Вона вся осучаснена... все з художнім чуттям, все з великим естетичним смаком і справжнім знанням сцени. Тут і портрети і типи, що про кожного можна писати й писати. Все індивідуалізоване разом з тим гарно зв'язане.



Рис. 1. Лесь Курбас разом з дружиною Валентиною Чистяковою (посередині перший ряд) і акторами театру Березиль Київ, 1919 р.



Рис. 2. Анонс з тижневика «Нове Мистецтво». № 8, 1927 р.

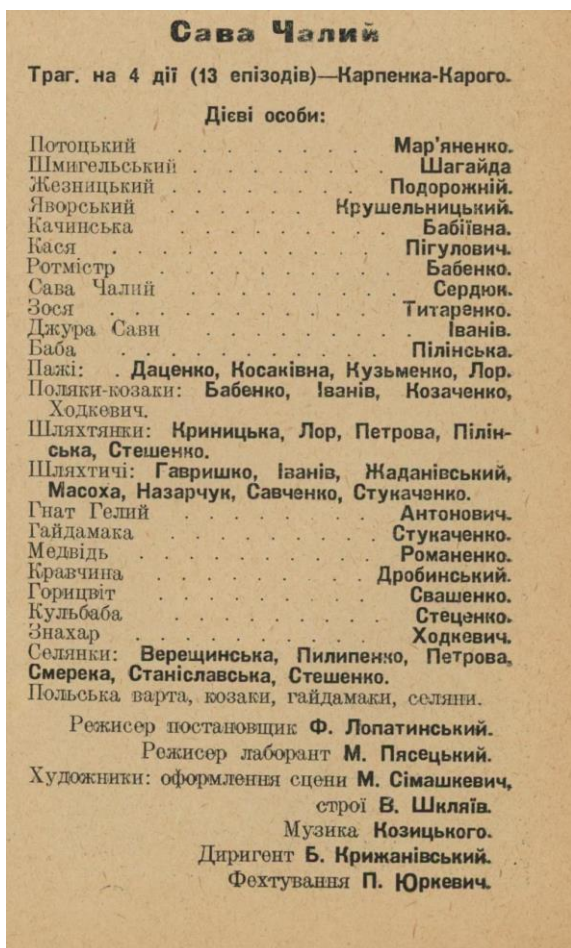


Рис. 3. 3 програма Держтеатру Березиль, тижневик «Нове мистецтво». № 8, 1927 р.



Рис. 4. Актори театру «Березиль» під час постановки трагедії «Сава Чалий» за І. Карпенко-Карим. Тижневик «Нове мистецтво». № 8, 1927 р.



Рис. 5. Актори театру «Березіль» під час постановки трагедії «Сава Чалий» за В. Карпенко-Карим. Кінець 3 акту, сцена одруження головного героя Сави та Зосі. 3 тижневика «Нове мистецтво» № 8, 1927 р.



Рис. 6. Актори театру «Березіль» під час постановки трагедії «Сава Чалий» за В. Карпенко-Карим. Кінець 4 акту. Тижневик «Нове мистецтво» №8.1927 р.



Рис. 7. Комісія урочистого відкриття Державної української опери. 3 жовтня 1925 р. Тижневик «Нове мистецтво». №1



Рис. 8. 3 програми «Сорочинський ярмарок» Державної Української Опери. Тижневик «Нове мистецтво». № 1, 1925 р.

В інтонаціях, рухах, у діалогах, в строях, – в усьому чудове переплетіння реального з художньою вигадкою, що в свою чергу приводить до доцільного перемішання етнографії з посмішкою над нею сучасності. Не спектакль, а одна безконечна насолода театральним мистецтвом» [22, С. 4–5]. Завдяки Л. Курбасу, його баченню і новаторським підходам у поєднанні з режисерським талантом, була поставлена трагедія І. Карпенка-Карого «Сава Чалий» (рис. 3) [24, С. 18], у якій знайшли яскраве висвітлення народні традиції.

Вистава мала чотири дії, її головною ідеєю є пробудження національної свідомості, думки про долю українського народу, висвітлення гайдамаччини, протиріччя між повсталим народом і його гнобителями – польською шляхтою.

У творі І. Карпенка-Карого головний герой **Сава Чалий** – психологічно складна постать, він йде на компроміс з панами, виступаючи проти народу, щоб «захистити народ», «герой трагедії неминуче стає найжорстокішим ворогом тих, за кого він прагне віддати своє життя» [7]. Роль Сави Чалого виконав О. Сердюк, а роль головної героїні Зосі виконала Н. Титаренко (рис. 4) [24, С. 6]. Оформлення сцени даного спектаклю здійснила Марія Симашкевич, а строї акторів виконав Валентин Шкляїв, ці митці були учнями головного художника декораційного цеху «Березоля» Вадима Меллера. Ескізи В. Шкляїва можемо побачити в архівах колекції Музею театального та кіномистецтва в Києві.

Режисерське рішення, декорації сцени і образ акторів – це певний симбіоз роботи митців, що направлений для символічного перенесення глядача в часи гетьманської України, трагедійний характер вистави підкреслюється монументальною побудовою декорацій, на фоні яких актори силуетно і масштабно підкреслюють неспокій моменту в п'єсі. Епізод в кінці 3 акту розкриває важливий обрядовий процес весілля, двоякість образу головного

героя Сави підкреслюється контрастом простору сцени (рис. 5) [24, С. 4], ніби однаково великі плями світлого і темного створюють напругу боротьби добра і зла в душі Сави.

Стилістика гайдамацького одягу відтворена у костюмах героїв у 4 акті (рис. 6) [24, С. 5]. Сам твір з майстерно вираженими образами української класичної літератури насичений національною автентичністю.

Важливою подією в українському тогочасному театральному житті було відкриття оперного театру. 3 жовтня 1925 р. в Харкові відбулося урочисте засідання (рис. 7) [13, С. 6], де була створена Державна українська опера на чолі з Сергієм Каргальським, учнем Л. Курбаса. «Це не тільки народження нової культурної установи – це нова доба. Перша українська опера повинна бути центром, кругом якого групуватимуться співаки, музиканти, композитори, художники, танцюристи...» так зазначалося в статті «Відкриття української опери» [13, С. 7]. На відкритті першої Державної української опери оголосили рішення Уряду України (Постанова від 23 квітня 1924 р.) про постановку твору М. Гоголя «Сорочинський ярмарок» на музику М. Мусоргського (рис. 8) [13, С. 24].

Вистава «Сорочинський ярмарок» режисера М. Боголюбова і художника А. Петрицького базувалася на багатобарвному яскравому колориті, новітніх декораціях, майстерній акторській роботі видатних співаків. Партію Парасі, образ Грицька, Черевика і Кума виконали провідні співаки, імена яких вказані в програмі (рис. 8, 9).

Постановка була прямим втіленням українських народних традицій. Дія проходить в селі Великі Сорочинці поблизу Полтави) [4, С. 3]. В яскравий і сонячний день Черевик приїхав з донькою Парасею на ярмарок. Парубок Грицько знайомиться з красунею дочкою і вона підкорює його серце.



Рис. 9. Актори Державної Української Опер. «Сорочинський ярмарок». «Нове мистецтво», №1, 1925 р.



Рис. 10. А. Петрицький. Макет сцени «Сорочинський ярмарок». Державна Українська Опера. «Нове мистецтво», № 1, 1925 р.



Рис. 11. А. Петрицький. Ескіз вбрання циганки до вистави «Сорочинський ярмарок». Обкладинка тижневика «Нове мистецтво», №1. 1925 р.



Рис. 12. А. Петрицький. Ескіз образу циганки до вистави «Сорочинський ярмарок». Тижневик «Нове мистецтво», №1. 1925 р.



Рис. 13. А. Петрицький. Ескіз образу Парасі до вистави «Сорочинський ярмарок». Тижневик «Нове мистецтво» №1, 1925 р.

Він хоче одружитися, але мачуха Парасі стає на заваді. Тоді хлопцю допомагає хитрий циган, налякавши нечистою силою противну мачуху. Закінчується все яскравим весіллям, яке святкує весь люд на Сорочинському ярмарку під веселий гопак.

Головний художник «Сорочинського ярмарку» А. Петрицький вибудовує костюми акторів і декорації в українському стилі, звертаючись до народної символіки і орнаменту (рис. 9) [13, С. 6]. Для оформлення даної опери він використовує архітектурні форми, які дають глибину, тривимірний простір сцени, створюючи монументальність і велич образів (рис. 10) [13, С. 7]. Цей прийом оформлення сцени стає актуальним, адже він створював вражаючий ефект. Характерною рисою декорацій був український національний колорит, адже молоді і амбітні художники театру прагнули відтворити основні принципи українського стилю. На сцені відтворювалося типове українське село Великі Сорочинці, що на Полтавщині, маленькі вікна хати-мазанки з використанням різноманітних предметів сільського побуту. На тлі тривимірного простору декорацій значними акцентами є строї акторів – вони виконані в народних традиціях. Костюми циганок (рис. 11, рис. 12) [13, С. 5] створені на основі композиційного поєднання простих геометричних форм, які акцентуються ритмікою рослинних мотивів і пташок, з використанням кольорового контрасту червоного і смарагдового. Образ української дівчини (рис. 13) [13, С. 4] виконаний на основі полтавського народного строю, у сорочці сільської дівчини проглядається вишивка, плахта – орнаментована, образ доповнено стрічками, що притаманно народному строю.

Режисерський погляд Миколи Боголюбова дозволяв глядачу поринути в драматургію твору – через побудову

мізансцен і декорації. Жести і рухи акторів виконувались відповідно тексту. Акторська гра, народні строї, музика Модеста Мусорського – все це створювало неповторний симбіоз мистецтв.

П'єса «Сорочинський ярмарок» – комедія за жанром, мала високий рівень образного оформлення, в якому поєднувалися етнографічні елементи з новітніми, лаконічними, зібраними засобами авангардного погляду художника-сценографа.

Так писав Ю. Станішевський про українську оперу: «Український театр – самобутнє естетичне явище, синтетичне сценічне дійство «великого» стилю, де органічно взаємодіють й активно взаємозбагачуються різні просторово-часові мистецтва, серед яких домінують слово, музика, танець, спів, оздоблені яскравою театральністю й етнографічно-фольклорними барвами, що підсилюють емоційну наснагу і глибокий психологізм, мальовничу багатовимірність і цілісність вистави, часто-густо співзвучну поліфонічним оперно-постановочним структурам, утвердився на зламі XIX–XX століть» [20, С. 501–532].

Висновки. Отже, досліджуючи періодичне видання 1920-х рр. «Нове мистецтво», ми проаналізували вистави «Сава Чалий» (театр «Березіль», м. Харків, 1927 р.) та «Сорочинський ярмарок» (Державна Українська Опера, м. Київ, 1925 р.) та виявили, що художники-сценографи і режисери цих театрів були значною мірою орієнтовані на національну культуру, на пошук засобів для проявів її самобутності, а також на введення української ідентифікації у світовий мистецький простір. У проаналізованих виданнях тижневика «Нове мистецтво» № 1, 3, 6, 8 виявлено зразки сценографії, розглянуто засоби та підходи у творчості провідних художників вище згаданих театрів. У виставі «Сава Чалий» оформлення сцени і строїв акторів виконано художниками Марією Симашкевич та

Валентином Шкляївим; у виставі «Сорочинський ярмарок» Державної української опери зразки сценографії зафіксовано у співпраці режисера Миколи Боголюбова і художника Анатолія Петрицького. У декораціях і сценічних костюмах

застосовані елементи народного побуту, орнаментика, історична реконструкція Звернення до української культури виступає у творах своєрідною гарантією збереження національної ідентичності.

Література

1. Весільна світлина Л. Курбаса і В. Чистякової разом з акторами театру «Березіль».
2. Веселовська Г. І. Театральні перехрестя Києва 1900–1910-х рр. (Київський театральний модернізм). Монографія. Київ. 2006. 336 с. URL: <https://elib.nlu.org.ua/object.html?id=1652>.
3. Галась І. Діяльність театральних колективів в Україні на зламі 20–30-х років минулого століття: за матеріалами Державного архіву друку. *Вісник Книжкової палати*. 2010. №11. с. 52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2010_11_12.
4. Гоголь М. В. Сорочинський ярмарок. Піраміда 2018. 48 с.
5. Кабула О. В. Становлення та розвиток українського театру: історико-педагогічний аспект. *Культура України*. 2013. Вип. 44. С. 293. URL: https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/nauk_vid/rio_old_2017/ku/kultura44/index.htm.
6. Калашніков В. Ф. Народний агітаційний театр у Україні 70–80-х років ХХ ст. Київ. 1998. 26 с.
7. Карпенко-Карий І. К. *Сава Чалий*. Знання. 2018. 191 с.
8. Корнієнко Н. М. *Лесь Курбас: репетиція майбутнього*. Либідь. 2007. 336 с.
9. Корнієнко Н. М. Лесь Курбас – «людина ідеального принципу». *Світогляд*. 2007. № 2. С. 79.
10. Кисіль О. Г. Український театр: популярний нарис історії українського театру. Новий український театр. Український театр: дослідження. Київ: Книгоспілка, 1925. с. 178. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/ukr00050252>.
11. Курбас Л. С. Театр і глядач. «Березіль». 1988. 140 с.
12. Мелешкіна І. Колір, простір, сцена. *Український тиждень*. 2020. URL: <https://tyzhden.ua/Author/2645>.
13. Назва статті «Відкриття української опери». Нова державна опера. *Нове мистецтво: тижневик*. №1. Харків: Червоний друк. 1925. С. 6–7.
14. Орлик О. О. Журнальні видання 20–30-х рр. ХХ ст., як джерело дослідження видавничої справи в Україні. *Вісник Книжкової палати*. 2009. № 6. С. 37–40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2009_6_15.
15. Павленко Н. П. Тернини і зірки творчості: Курбас і Таїров у пошуках. TERRA INCOGNITA у театральному мистецтві. *Березіль*. 2012. №8. С. 153–163. URL: https://library.te.ua/wp-content/uploads/2009/03/2012_kurbas_125bp.pdf.
16. Прокопчук І. О. Роль мистецьких часописів 1920 – початку 1930-х років у поширенні модерністських концепцій в Україні. *Вісник ЛНАМ*. Вип. 21. Львів. 2008. С. 251–260. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/21/02.pdf.
17. Резнік І. С. Поліна Самійленко – корифей українського театру. До 130-річчя до дня народження (за документами ЦДАМЛМ України). *Архіви України*. 2019. № 4. С. 138–157. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ay_2019_4_12.
18. Самійленко П. М. *Незабутні дні горинь*. Київ: Мистецтво. 1970. с. 84.
19. Смолич Ю. І. На шляху творення театру Української опери. *Тижневик. Нове мистецтво*. Харків: Червоний друк. 1926. № 6. С. 2.
20. Станішевський Ю. В. Український театр у перші повоєнні десятиліття. Нариси з історії театального мистецтва України ХХ століття. Київ: Інтертехнологія. 2006. с. 1053. URL: <http://mari.kiev.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/works-istor teatr text.pdf>.
21. Туркельтауб І. До з'їзду робітників мистецтва. *Нове мистецтво: тижневик*. Харків: Червоний друк. 1926. № 3. С. 1.
22. Туркельтауб І. Про «Березіль» (враження від подорожі). *Нове мистецтво: тижневик*. Харків: Червоний друк. 1926. № 6. С. 4–5.
23. Нечиталюк М. Ф. Іван Франко про театр і драматургію. Академії наук УРСР. 1957. 239 с.
24. Хмурий В. «Хоч ми маємо на сьогодні цілих три вагомих театри...». *Нове мистецтво: тижневик*. Харків: Червоний друк, 1927. № 8. С. 1–2.

References

1. Vesilna svitlyna L. Kurbasa i V. Chystiakovoi razom z aktoramy teatru «Berezil» [Wedding photo of L. Kurbas and V. Chistyakova together with actors of Berezil Theater] [in Ukrainian].
2. Veselovska, H. I. (2006) Teatralni perekhrestia Kyieva 1900–1910-kh rr. [Theatrical crossroads of Kyiv in the 1900s and 1910s] (Kyivskyi teatralnyi modernizm). Monohrafiia. Kyiv. 342 p. URL: <https://elib.nlu.org.ua/object.html?id=1652> [in Ukrainian].
3. Halas, I. (2010) Diialnist teatralnykh kolektyviv v Ukraini na zlami 20–30-kh rokiv mynuloho stolittia: za materialamy [Activities of theatrical groups in Ukraine at the turn of the 20s – 30s of the last century: according to the State Press Archive] Derzhavnoho arkhivu druku. Visnyk Knyzhkovoi palaty. 11. 35–38.
4. Hohol, M. V. (2018) Sorochynskyi yarmarok. [Sorochyn Fair]. Piramida. 48 p.
5. Kabula, O. V. (2013) Stanovlennia ta rozvytok ukrainskoho teatru: istoryko-pedahohichnyi aspekt [Formation and development of Ukrainian theater: historical and pedagogical aspect]. *Kultura Ukrainy*. 44. 251–259. URL: <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/kultura44/34.pdf> [in Ukrainian].
6. Kalashnikov, V. F. (1998) Narodnyi ahitatsiinyi teatr u Ukraini 70–80-kh rokiv XX [People's agitation theater in Ukraine 70–80-ies of the twentieth century]. Kyiv. 26.
7. Karpenko-Karyi, I. K. (2018) Sava Chalyi [Sava Chaly]. Znannia. 191.
8. Korniienko, N. M. (2007) Les Kurbas: repetytsiia maibutnoho [Les Kurbas: rehearsal of the future]. Lybid. 336 p. URL: <https://elib.nlu.org.ua/object.html?id=1701> [in Ukrainian].
9. Korniienko, N. M. (2007) Les Kurbas – «liudyna idealnoho pryntsyphu» [Les Kurbas is «a man of ideal principle»]. *Svitohliad*. 2. P. 79.
10. Kysil, O. H. (1968) Ukrainskyi teatr: populiarnyi narys istorii ukrainskoho teatru. Novyi ukrainskyi teatr. Ukrainskyi teatr: doslidzhennia [Ukrainian theater: a popular essay on the history of Ukrainian theater. New Ukrainian theater. Ukrainian theater: research]. Kyiv: Mystetstvo. P. 95–139.
11. Kurbas, L. S. (1988) Teatr i hliadach. «Berezil» [Theater and spectator. Berezil]. 140 p.
12. Meleshkina, I. (2020) Kolir, prostir, stsena. [Color, space, scene] Ukrainskyi tyzhden. URL: <https://tyzhden.ua/Author/2645>.
13. Nazva statii «Vidkryttia ukrainskoi opery». [Title of the article "Opening of the Ukrainian opera"] (1925) Nova derzhavna opera. Nove mystetstvo: tyzhnevnyk. №1. Kharkiv: Chervonyi druk. P. 6–7.
14. Orlyk, O. O. (2009) Zhurnalni vydannia 20–30-kh rr. XX st., yak dzherelo doslidzhennia vydavnychoi spravy v Ukraini [Magazines of the 20–30s of the XX century as a source of research in publishing in Ukraine]. *Visnyk Knyzhkovoi palaty*. 6. P. 37–40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2009_6_15 [in Ukrainian].
15. Pavlenko, N. P. (2012) Ternyny i zirky tvorchosti: Kurbas i Tairov u poshukakh [Thorns and stars of creativity: Kurbas and Tairov in search]. *TERRA INCOGNITA u teatralnomu mystetstvi*. 8. 153–163. URL: https://library.te.ua/wp-content/uploads/2009/03/2012_kurbas_125bp.pdf [in Ukrainian].
16. Prokopchuk, I. O. (2008) Rol mystetskykh chasopysiv 1920 – pochatku 1930-kh rokiv u poshyrenni modernistychnykh kontseptsii v Ukraini [The role of art magazines in the 1920s and early 1930s in the spread of modernist concepts in Ukraine]. *Visnyk LNAM*. 21. 251–260. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/21/02.pdf
17. Reznik, I. S. (2019) Polina Samiilenko – koryfei ukrainskoho teatru. Do 130-richchia do dnia narodzhennia [Polina Samylenko is the luminary of the Ukrainian theater. To the 130th anniversary of his birthday] (za dokumentamy TsDAMLN Ukrainy). *Ohliady dzherel ta dokumentalni narysy*. 138–157.
18. Samiilenko, P.M. (1970) Nezabutni dni horin [Unforgettable days of burning]. Kyiv: Mystetstvo. 18–19.
19. Smolych, Yu. I. (1926) Na shliakhu tvorennia teatru Ukrainskoi opery. Tyzhnevnyk [On the way to the creation of the Ukrainian Opera Theater]. *Nove mystetstvo*. Kharkiv: Chervonyi druk. 6. 2.
20. Stanishevskiy, Yu. V. (2006) Ukrainskyi teatr u pershi povoienni desiatylittia. Narysy z istorii teatralnoho mystetstva Ukrainy XX stolittia [Ukrainian theater in the first postwar decades. Essays on the history of theatrical art of Ukraine of the XX century]. Kyiv: Intertekhnolohiia. 1053. URL: <http://mari.kiev.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/works-istor-teatr-text.pdf> [in Ukrainian].
21. Turkeltaub, I. (1926) Do z'izdu robitnykiv mystetstva [Before the Congress of Artists]. *Nove mystetstvo: tyzhnevnyk*. Kharkiv: Chervonyi druk. 3. 1.

22. Turkeltaub I. (1926) Pro «Berezil» (vrazhennia vid podorozhi) [About "Berezil" (impressions from the trip)]. *Nove mystetstvo: tyzhnevnyk*. Kharkiv: Chervonyi druk. № 6. 4–5.

23. Nechytaliuk, M. F. (1957) Ivan Franko pro teatr i dramaturhiu [Ivan Franko on theater and drama]. *Akademii nauk URSR*. 239.

24. Khmuryi, V. (1927) «Khoch my maiemo na sohodni tsilykh try vahomykh teatry...» [Although today we have as many as three important theaters]. *Nove mystetstvo: tyzhnevnyk*. Kharkiv: Chervonyi druk, 8. 1-2.

ARTISTIC AND SUBSTANTIVE EVOCATION OF FOLK TRADITIONS IN THE UKRAINIAN THEATER AT THE BEGINNING OF THE XX CENTURY (BASED ON THE MATERIALS OF THE "NEW ART" JOURNAL)

RYBCHENKO O. G.

*National Academy of Fine Arts and
Architecture*

The purpose to demonstrate the implementation of folk traditions in the 1920s scenography on the example of two theatrical performances: "Sava Chaly" (Theatre "Berezil," Kharkiv, 1927) and "The Fair at Sorochyntsi" (State Ukrainian Opera, Kyiv, 1925) based on the materials of the archival editions of the "New Art" journal (Kharkiv, 1925–1928).

Methodology. The methodological basis of the study is a systematic approach, methods of synthesis, generalization, comparative historical and art history analysis.

Results. The review of the archival issues of the weekly "New Art" journal allowed to confirm that folk traditions played a prominent role in theatre art at the beginning of the XX century and served as a source of inspiration for scenographers, composers, performers etc. The study indicates the importance of the "New Art" journal as a primary source of information on the cultural events in Ukraine. Based on its issues, the study analyses the publications and photo materials on the scenography of the "Sava Chaly" (Theatre "Berezil," Kharkiv, 1927) and "The Fair at Sorochyntsi" (State Ukrainian Opera, Kyiv,

ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНОЕ И СОДЕРЖАТЕЛЬНОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ НАРОДНЫХ ТРАДИЦИЙ В УКРАИНСКОМ ТЕАТРЕ НАЧАЛО XX ВЕКА (ПО МАТЕРИАЛАМ ЖУРНАЛА «НОВОЕ ИСКУССТВО»)

РЫБЧЕНКО О. Г.

*Национальная академия изобразительного
искусства и архитектуры*

Цель исследования: выявление отображения народных традиций в сценографии 1920-х гг. на примере двух театральных спектаклей: «Сава Чалый» (театр «Березиль», г. Харьков, 1927 г.) и «Сорочинская ярмарка» (Государственная Украинская Опера, г. Киев, 1925 г.) на основании архивных изданий журнала «Новое искусство» (Харьков, 1925–1928 гг.).

Методология. Методологическим основанием исследования является системный подход, методы синтеза, обобщения, сравнительно-исторического и искусствоведческого анализа.

Результаты. Рассмотрено архивные выпуски еженедельника «Новое искусство» и подтверждено, что в театральном творчестве начала XX века народные традиции занимали заметное место, были источником вдохновения художников-сценографов, композиторов, артистов и т.д. Очерчено важное место журнала «Новое искусство» как основного источника освещения художественных событий в Украине. На основании выпусков журнала проанализировано публикации и фотоматериалы сценографии спектаклей «Сава Чалый» (театр «Березиль», г. Харьков, 1927 г.) и «Сорочинская ярмарка» (Государственная Украинская Опера, г. Киев, 1925 г.) Проанализировано образы и элементы украинского народного искусства в указанных

1925) performances. The elements of Ukrainian folk art in these performances were emphasised. It is noted that evocation of the folk traditions in the scenography was both a showcase and a guarantee of the preservation of the ethnocultural phenomena in the theatrical environment of the period.

The novelty of the study is the identification of the specifics of the use of folk traditions and ethnic elements in the scenography of the 1920s, as well as the introduction into the scientific discourse of the "New Art" journal's issues, which offer materials on the implementation of the folk traditions by directors, stage designers and performers.

The practical significance. The study can be useful for research of the history of Ukrainian scenography; the analysis of the artistic heritage of stage designers of the XX century's leading theatres is vital for enriching the modern Ukrainian stage design.

Keywords: *theatrical art; scenography; folk traditions; Ukrainian ethnic elements; traditional ethnic culture; stage designers.*

театральных спектаклях. Отмечено, что использование народных традиций в сценографии является своеобразным концентрированным проявлением и гарантией сохранения этнокультурных проявлений в тогдашней театральной среде.

Научная новизна заключается в выявлении специфики использования народных традиций и этнических элементов в сценографии 1920-х годов, в ведении в научный обиход материалов еженедельника «Новое искусство», которые освещают применение народных традиций режиссёрами, художниками-сценографами, артистами.

Практическая значимость. Материалы исследования могут быть полезными в процессе выявления истории украинской сценографии; анализ художественного наследия художников-сценографов в ведущих театрах XX века является необходимым для обогащения творческих подходов новейшей украинской сценографии.

Ключевые слова: *театральное искусство; сценография; народные традиции; украинские этнические элементы; традиционная этническая культура; театральные художники.*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРА

Рибченко Олеся Григорівна, аспірантка, факультет теорії та історії мистецтва, Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури, ORCID 0000-0002-6253-9218, **e-mail:** leslly@ukr.net

Цитування за ДСТУ: Рибченко О. Г. Художньо-образне та змістовне втілення народних традицій в українському театрі початку XX століття (за матеріалами журналу «Нове мистецтво»). *Art and design*. 2021. №1(13). С. 107–119.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.10>

Citation APA: Rybchenko, O. G. (2021) Artistic and Substantive Evocation of Folk Traditions in the Ukrainian Theater at the Beginning of the XX Century (Based on the Materials of the "New Art" Journal). *Art and design*. 1(13). 107–119.

УДК 7.012:76:
656.052.74-028.22

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.11.

СКЛЯРЕНКО Н. В., КОЛОСНІЧЕНКО М. В.

Київський національний університет технологій та дизайну

ТРАНСПОРТНА ЗУПИНКА ЯК ВІЗУАЛЬНО-ДИНАМІЧНА СИСТЕМА: СПОСОБИ ПРОЄКТУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ДИНАМІКИ

Метою дослідження є виявлення способів проєктування динамічних візуальних комунікацій на транспортних зупинках, які спрямовані на гармонізацію взаємодії інформаційного повідомлення, людини та середовища.

Методологія. Робота ґрунтується на використанні системного підходу, який дозволив розглянути динамічні візуальні комунікації як цілісне поле взаємодії людини та середовища. За результатами композиційного та структурно-функціонального аналізів здійснено узагальнення та систематизацію способів проєктування візуальної динаміки на транспортних зупинках.

Результати. В дослідженні розглянуто транспортну зупинку як візуально-динамічну систему із інтенсивними комунікативними процесами, що базуються на інтеграції різних форм чуттєвого досліду людини та урбаністичного середовища. Доведено, що предметно-візуальна, візуально-звукова, візуально-тактильна та цифрова візуальні комунікації обґрунтовують трансформацію сприйняття інформації, поглиблюють його, залучаючи людину до комунікації. Виявлено, що транспортна зупинка перетворюється на експериментальну локацію та забезпечує підвищення емоційного забарвлення комунікативних процесів за рахунок формування іммерсивного контексту. Можливість програмування поведінки людей у контексті системи динамічних візуальних комунікацій окреслює здатність стаціонарних зупинок до адаптації до мінливих зовнішніх умов існування.

Наукова новизна. У роботі вперше переосмислено роль візуальних комунікацій у структурі транспортної зупинки та середовища в цілому. Експериментальний характер візуальних комунікацій доводить, що розвиток комунікацій у середовищі здійснюється в напрямку підвищення динаміки та іммерсивності.

Практична значущість. Результати дослідження розкривають напрямки підвищення рівня динамічності візуальних комунікацій на транспортних зупинках, що забезпечить ефективність сприйняття інформаційних повідомлень та естетизацію урбаністичного середовища. Виявлені особливості динамічного проєктування візуальних комунікацій можуть бути використані фахівцями з метою облаштування сучасного простору, а також як основа для формування системного мислення дизайнерів в якості освітньої технології.

Ключові слова: транспортна зупинка; візуальні комунікації; візуальна динаміка; іммерсивне середовище; урбаністичне середовище.

Вступ. Транспортні зупинки – це невід’ємна частина інфраструктури урбаністичного середовища, що призначена для комфортного та безпечного очікування транспорту пасажирами незалежно від погоди [13, с. 267]. Проте в умовах інтенсивного ритму життя та високої напруженості тривале перебування на зупинці зазвичай вважається марною витратою часу, що іноді супроводжується дратівливістю, хвилюванням пропустити свій рейс, стресом, тому досвід від взаємодії

людини та урбаністичного середовища не завжди продуктивний та позитивний.

Зважаючи на це, важливим питанням проєктування є необхідність вдосконалити та гармонізувати систему візуальних комунікацій на зупинках як важливих елементах предметного наповнення архітектурного середовища [1, с. 31], де надаються не лише транспортні послуги, а й відбувається активний обмін інформацією. Пошуки способів проєктування візуальних комунікацій, які синхронізуються з

динамікою природного та штучного середовища стають актуальною проблемою сьогодення. Її розв'язання сприятиме підвищенню ефективності сприйняття інформації, трансформації стереотипів, зростанню соціальної активності людей, актуальності громадського транспорту, естетичного та екологічного рівня, а також туристичної привабливості середовища в цілому.

Аналіз попередніх досліджень.

Питання візуальних комунікацій на транспортних зупинках знаходиться на перетині архітектурних, інженерних, філософських, соціокультурних, дизайнерських аспектів, що зумовлює необхідність проведення міждисциплінарного дослідження. Формування емоційно сприятливого візуального середовища відбувається у специфічних умовах візуальної культури постмодернізму із безліччю різноманітних образів [10]. Принципи формування гармонійного архітектурного середовища, що спираються на ієрархію рівнів зорового сприйняття міської забудови, розглядає І. Коротун [4, с. 24–25]. Дослідник звертає увагу на емоційно-естетичні чинники сприйняття архітектурного середовища в цілому. З позицій цивільної інженерії обґрунтовуються проєктні особливості влаштування зупинок у міському середовищі, спрямовані на підвищення комфорту та умов руху громадського транспорту [13]. Власне транспортній зупинці як малій архітектурній формі, що характеризується поступовим розширенням функціонального призначення, присвячена розвідка Н. Дядюх-Богатко [3].

У контексті дослідження еволюційних форм візуальних комунікацій відзначається інтеграція міської інфраструктури з рекламними комунікаціями та людиною як їх невід'ємним учасником, що характеризує універсальність середовища [2; 7; 11] та забезпечує його сприйняття через ігровий принцип [6] та в контексті соціальної та

культурної динаміки [5]. Проте комплексне дослідження способів проєктування візуальних комунікацій на зупинках громадського транспорту до цього часу не проведено.

Постановка завдання. Усвідомлення і розуміння дизайнерами процесів формування сучасного візуального середовища, частиною якого виступає і транспортна зупинка, пов'язано із пошуками динамічних аспектів проєктування системи візуальних комунікацій, що здатна до адаптації до природних процесів, до урбаністичного середовища та потреб людини. Системний підхід дозволить відволіктися від буденної монотонності завдяки ефективному отриманню візуальної інформації, яка не помічається, коли людина постійно поспішає. Саме тому метою дослідження є виявлення способів проєктування динамічних візуальних комунікацій транспортних зупинок, що спрямовані на гармонізацію естетики та ефективності сприйняття інформації у постійно змінному урбаністичному середовищі.

Результати дослідження. Динаміка сьогодні виступає важливою художньо-проєктною характеристикою, яка забезпечує формування багатофункціонального комунікативного поля на основі системного підходу. Тому інтенсивне зростання динаміки оточуючого середовища сприяє більш ґрунтовному підходу до формування його візуальних комунікацій. Транспортну зупинку з цих позицій можемо розглядати як організовану візуально-динамічну систему із складними комунікативними процесами. Т. Белько наголошує, що міська інфраструктура стає логічним продовженням реклами, а людина виступає учасником візуальних комунікацій [2]. Інформаційні повідомлення на зупинках характеризуються високим рівнем візуальної доступності, перетворюючись із звичайного статичного графічного зображення на емоційно забарвлені

пригоди в урбаністичному середовищі. Інформація набуває динаміки шляхом трансформації власне візуального зображення або постійної зміни суб'єктів комунікації. Наприклад, сіті-лайти як традиційні носії візуальної комунікації представляють динамічну візуалізацію інформаційного повідомлення-процесу із значною часовою тривалістю, до створення якого долучена людина. При чому змінюються особливості сприйняття динамічної візуальної інформації, вона викликає зацікавленість, змушує, очікуючи продовження, повертатися до неї знову і знову. Відбувається не миттєва фіксація повідомлення, а спостереження за візуальними змінами впродовж певного часу. Тому очевидно, що тривала динаміка візуальної комунікації дозволяє здійснити аналіз ситуації, зробити висновки, змушує людину не лише бачити, а й аналізувати повідомлення, опрацьовувати отриману інформацію, а значить, активізує процес мислення та вимагає певних дій (Рис. 1, а, б). Важливим є той факт, що з'являється можливість встановлювати динамічні закономірності поведінки візуальних систем в умовах постійно змінних зв'язків у середовищі.

Часта зміна людей, що знаходяться на зупинці, дозволяє прочитати візуальне повідомлення щоразу по-іншому. Така візуальна динаміка забезпечується використанням прийому доповнення зображення, при якому людина стає частиною інформаційного повідомлення (Рис. 1, в, г), а отримання селфі дозволяє їх поширити за принципом організації мережевого зв'язку.

Сьогодні на транспортних зупинках з'являється безліч форм візуальної інформації. А візуалізація виступає джерелом множинних реальностей, що створені людиною. Тому розуміння візуального повідомлення не лише обмежується зображеннями, які сприймаються зором, а й охоплює усі види

чутливості людини – сприйняття звуків, смакових особливостей, запахів, тактильних відчуттів. Трансляція інформації у такій цілісній формі забезпечує швидкість, зрозумілість та ефективність візуальної комунікації. О. Павлова, наголошує, що «максимальна інтенсифікація інформаційного повідомлення досягається саме візуальними практиками» [10, с. 19]. Питання створення візуально-динамічних систем, ефективних у контексті стрімкого зростання мінливості середовища, пов'язано із пошуком способів проектування/вдосконалення динаміки візуальної комунікації.

Найпростішим способом підвищення візуальної комунікації виступає поява на транспортній зупинці предметної форми, що має кардинально протилежне функціональне призначення. Додавання окремих конструктивних елементів, таких як полиці з книгами (Рис. 2, а), гойдалки (Рис. 2, б), рампи для скейтборду тощо, дозволяють реорганізувати стаціонарну малу архітектурну форму, розширивши спектр виконуваних функцій, які продовжують час перебування людини на зупинці та наповнюють його змістом та користю. *Предметно-візуальна комунікація* забезпечує формування патернів поведінки людини, що відбувається на основі тісної взаємодії елементів зовнішньої реклами та конструктивних елементів зупинки в урбаністичному та природному середовищі.

Інтенсивний ритм життя зумовлює пошук нових форм взаємодії людини з середовищем призводить до появи концептуальних зупинок. Відбувається переосмислення структури зупинки та її функціонального призначення. Акцент переноситься на взаємодію людини з середовищем, можливість усамітнитися, заглибитися в себе, спостерігати красу навколишнього світу, відпочити у насиченому динамічному середовищі. Серед таких вирізняється зупинка із тонких сталевих стержнів (Рис. 2, в), що асоціюється

із лісом (японський дизайнер Суї Фудзімото (Sou Fujimoto)) [12]. Таке конструктивне рішення в архітектурі тісно пов'язано із «феноменом сприйняття висоти як найефективнішого носія візуальної інформації» [4, с. 22]. Максимальній інформативності відповідає вертикальна лінія [4, с. 22], що узагальнює сприйняття світу, робить його цілісним. Тому предметно-візуальна комунікація спрямована на розв'язання актуальної проблеми сучасного світу – порушення гармонії людини, урбаністичного середовища та природи.

Питання гармонізації дозволяє вирішити системний підхід до проектування візуальних комунікацій. Способом створення динамічного візуального повідомлення на зупинці можуть виступати звук та колір, формуючи *візуально-звукову комунікацію*. Вона ґрунтується на аналізі асоціацій із діями людини чи напрямком слідування транспорту. Колір та звуки виступають навігаційними елементами в урбаністичному середовищі, а також забезпечують візуалізацію певної взаємодії. Так, за допомогою динамічної візуалізації здійснюється оцінка діяльності людини (наприклад, підсвічується повідомлення та звучать аплодисменти для тих, хто користується еко-транспортом, спонукаючи до збереження природи (Рис. 3, а).

Проектування візуально-звукової комунікації в урбаністичному середовищі вимагає проведення ґрунтового системного дослідження. У жовтні 2020 року в Швеції (місто Умео) була створена інтерактивна зупинка Station of Being як результат співпраці нідерландської студії Rombout Frieling Lab та шведського дослідницького інституту RISE [14]. Зупинка, розроблена засобами smart-технологій, визначає наближення і маршрут транспорту та візуалізує його за допомогою кольору, світла і звуку, повідомляючи пасажирів (Рис. 3, б). Важливо, що дизайнери створили асоціативну карту маршрутів, кожному з

яких відповідають свої кольори та звуки (наприклад, скляний завод виражається через скляний дзвін із відповідним світлим кольоровим забарвленням). Ця зупинка дозволяє реалізувати також концепцію відпочинку та усамітнення завдяки динамічній конструкції із видовжених рухомих модулів у формі стручків гороху (лави та стінки традиційної конструкції відсутні). Дерев'яні модулі, які обертаються, забезпечують захист від погодних умов, створюючи комфортний відпочинок та експлуатацію [14]. Візуально-звукова комунікація не дозволяє людині пропустити свій транспорт та забезпечує можливість зняття напруги під час очікування та визначення маршруту.

Важливим відчуттям людини для отримання інформації виступає дотик. Тактильні відчуття у поєднанні із зоровим сприйняттям інформації формують динамічну *візуально-тактильну комунікацію*. Цей спосіб широко використовується у проектуванні тактильних установок на зупинках, в яких виділяємо два види – дотик до фактурної поверхні та відчуття тепла/холоду. Дія першого виду візуально-тактильної комунікації реалізується у процесах торкання/натискання – реакція об'єкта. Використання різноманітних кнопок, тумблерів, вимикачів дозволяє активізувати інформаційне повідомлення, отримавши реакцію у вигляді появи напису, реального продукту (фруктів, крему від сонячних опіків, мішечків для сміття тощо) або дії (наприклад, виприскування парів води як імітація чихання). Потрібно також відзначити широке використання антистресової дії пухирців на поліетиленовій плівці, якою вкривають зупинки дизайнери (Рис. 4, а) або липучої стрічки (Рис. 4, б).

Тактильні реакції людини пов'язані із відчуттям тепла/холоду, що використовується дизайнерами як засіб для створення візуальної динаміки на територіях з холодним або спекотним кліматом.

Випромінюване тепло на зупинках поєднано із концепціями зовнішньої реклами продукції, що нагрівається для споживання (зупинка з обігрівачем-картоплею McCain, Лондон, Великобританія [9]), дозволяє утримувати увагу користувачів засобами дизайну. Наявність у конструкції зупинки вбудованих об'єктів (інфрачервоні лампи, термостати, кондиціонери тощо) забезпечують комфортні умови перебування людини в середовищі (Рис. 4, в). Використання візуально-тактильної комунікації також стає універсальним способом програмування діяльності людини. Наприклад, рекламні комунікації технологічних зупинок Adidas Hero у містах Скандинавії змушують людей запустити самостійно процес обігріву за рахунок рухової активності (Рис. 4, г). Таким чином, художньо-проектна діяльність людини виконує корегуючу роль процесів формування середовища зупинки, а користувач керує параметрами візуальної комунікації в ігровій формі.

Візуально-тактильна комунікація часто супроводжується звуковим повідомленням

або випорскуванням пари чи рідини, що активізуються після натискання споживачем. Така комбінація різноманітних способів візуалізації інформації підвищує ефективність повідомлення та формує відповідну поведінкову модель, яка визначається закладеною рекламною концепцією та носить характер тимчасової гри [6].

Інноваційна транспортна зупинка сьогодні розглядається як взаємодія множини компонентів із тісними зв'язками та стає проектним майданчиком для локальних експериментів. Із активним розвитком цифрових технологій візуальна комунікація набуває експериментального характеру. Цілісна зупинка сприймається як джерело інформації, зображаючи динаміку процесу комунікації. Прикладом *цифрової візуальної комунікації* є рекламне повідомлення від Coca-Cola на зупинці в Швеції. Інтерактивна взаємодія викликає візуальні трансформації середовища: купівля пляшки Coca-Cola у зимову пору активізує на стіні зупинки появу літнього пейзажу та квітів, які розквітають, та обігрів (Рис. 5, а).

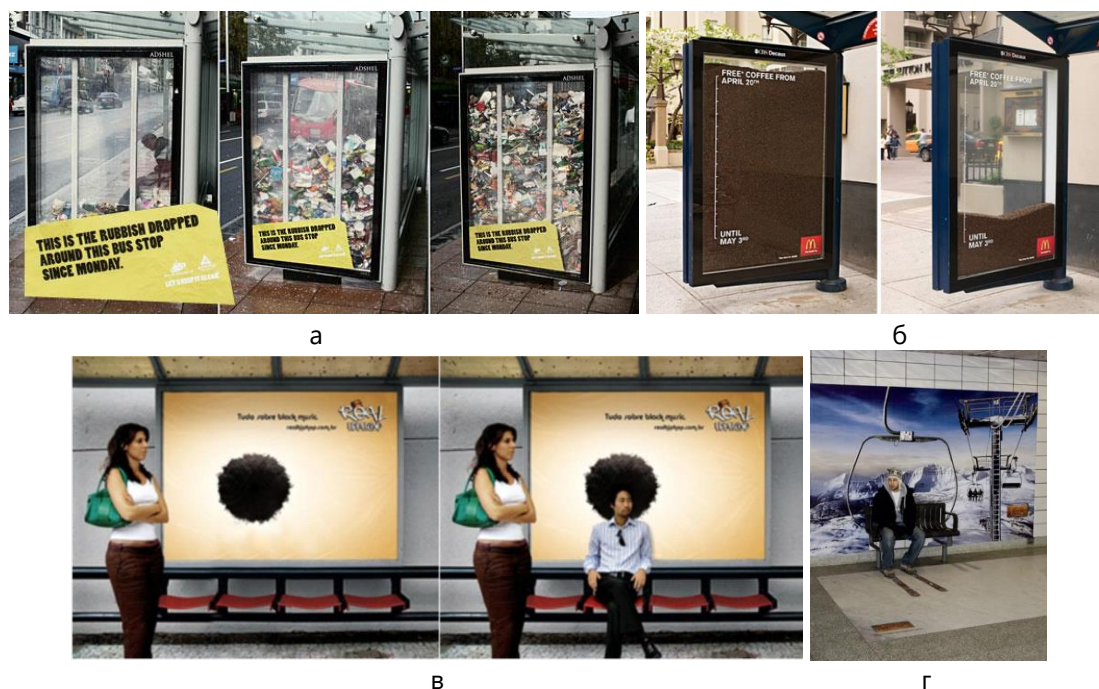


Рис. 1. Зупинки із динамічною візуальною інформацією: а – сміттева інсталяція «Це сміття кидають біля цієї зупинки з понеділка», Окленд, Нова Зеландія, 2008 [15]; б – «Free Coffee From April 20th till May 3rd», Ванкувер, Канада, 2009 [16]; в – «Вся чорна музика», Сан-Паулу, Бразилія, 2011 [17]; г – реклама туристичної агенції, Альберта, Канада, 2013 [18]



Рис. 2. Предметно-візуальна комунікація на транспортних зупинках: а – мережа зупинок-бібліотек, Стамбул, 2014 [19]; б – зупинка з гойдалкою від MacBook Air, Монреаль, Канада, 2011 [20]; в – зупинка з металевих труб, Японія, 2015 [12]



Рис. 3. Візуально-звукова комунікація на транспортних зупинках: а – «Вітаю, обираючи цей автобус, ви робите послугу для оточення», Перт, Австралія, 2009 [21]; б – Station of Being, Умео, Швеція, 2020 [14]



Рис. 4. Візуально-тактильна комунікація на транспортних зупинках: а – антистрес «PlayStation», Малайзія, 2009 [22]; б – зупинка-липучка для Coca-Cola 2009 [23]; в – зупинка-піч, Міннесота, США, 2011 [24]; г – зупинки Adidas Hero у містах Скандинавії, 2013 [25]



Рис. 5. Цифрова візуальна комунікація на транспортних зупинках: а – Coca-Cola на зупинці в Швеції, 2014 [26] ; б, в – доповнена реальність для бренду Pepsi Max, Лондон, Великобританія, 2014 [27]; г – «Bus Stop Photoshop Prank», 2013 [28]

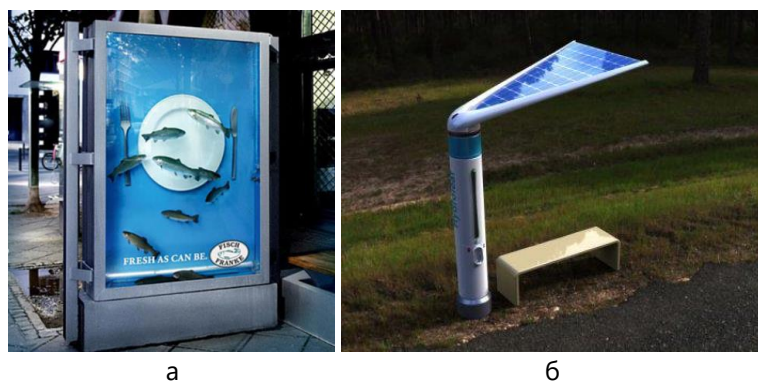


Рис. 6. Динамічні візуальні комунікації природного походження: а – зупинка з акваріумом з живими рибами «Fresh as can be», Франкфурт, Німеччина, 2009 [29]; б – зупинка Hydroleaf Shelter, Іран, 2010 [30]

Інтенсивний розвиток цифрових технологій дозволяє створити іммерсивне (з англ. immersive – занурювати) середовище на транспортній зупинці, що має ефект повної або часткової присутності в альтернативному просторі [8]. Відчуття реальної присутності досягається завдяки AR-технології (з англ. augmented reality – доповнена реальність). Такий сміливий експеримент був проведений брендом Pepsi Max та агентством

AMVBBDO (Лондон) (Рис. 5, б, в), а також телеканалом Fox для просування фільму «Ходячі мерці» (Відень), де було встановлено спеціальні монітори доповненої реальності. Емоційний сплеск, часто непередбачувана реакція (втеча, самозахист, крик тощо) засвідчує, що людина переживає події в реальності, а мозок не відрізняє ілюзійну ситуацію від реальної. Сформований доповненою реальністю новий формат взаємодії

ґрунтується на ігровому сценарії, а використання можливостей психіки людини в умовах зростання мінливості навколишнього світу пов'язано із можливістю відчуття і прожити створену ситуацію. Така візуальна комунікація має високий рівень емоційності, що межує з шоковим впливом, чим забезпечує глибоке сприйняття інформації. Занурення в процес AR може стати універсальним інструментом для трансляції візуального повідомлення, що набуває персоналізованого характеру.

Імерсивний характер візуальних комунікацій дозволяє перетворити зупинки з пасажирами на цілісні складні структури з прихованими елементами. Людина в цій ситуації виступає моделлю для формування та розвитку ідей візуалізації художнього образу, який через деякий час з'являється на конструкціях зупинки. Відбувається синхронізація процесу утворення рухомого візуального зображення із ситуацією на зупинці. Прихована візуальна комунікація викликає непередбачуваний результат, а відповідно, і невідому реакцію людей. Створення таких прихованих динамічних форм візуальних комунікацій ґрунтується на експерименті, що пов'язаний із провокацією до яскравих емоцій-реакцій на основі певного сюжету. Цей феномен носить назву пранк (з англ. – prank – витівка, жарт) та представляє новий тренд ХХІ століття. Такі експериментальні приховані візуальні розваги («таємні пранки») сприяють появі візуального втілення придуманих ситуацій, які до цього часу не були візуалізованими в реальності, та викликають яскраві емоції й інші психофізіологічні утворення. Наприклад, «Bus Stop Photoshop Prank», де автобусні зупинки в Швеції стали територією для динамічного створення рекламних плакатів з випадковими пасажирами в межах світового турне «Adobe Creative Days» (Рис. 5, г).

Динамічні візуальні комунікації перетворюють транспортні зупинки на локальні маркери урбаністичного

середовища, які трансформуються з монотонних на психологічно комфортні. Розглянута візуальна динаміка створює емоційний фон та описує видимі та приховані зв'язки між людиною, транспортною зупинкою та середовищем. Візуальні комунікації, що базуються на використанні природних об'єктів та явищ, сьогодні ще не набули поширення, залишаються лише поодинокими зразками. Введення у структуру транспортних зупинок живих рослинних та тваринних елементів (наприклад, зупинка із акваріумом з живою рибою (Рис. 6, а)) та еко-технологій (збирання та очищення води, акумулювання та використання сонячної енергії на зупинці Hydroleaf Shelter (Рис. 6, б)) є перспективним напрямком проєктування візуальних комунікацій природного походження.

Висновки. У добу постмодернізму візуальна комунікація набуває динамічності, яка синхронізується з процесами життєдіяльності людини, розвитком природного та штучного середовища. Завдяки цьому транспортна зупинка перетворюється на територію для художньо-проєктних експериментів. Відхід від звичайної односторонньої комунікації за рахунок введення динамічних елементів у структуру зупинки зумовив появу нових способів проєктування динамічних візуальних комунікацій, які охоплюють усі види чуттєвого досвіду людини. Виділення предметно-візуальної, візуально-звукової, візуально-тактильної та цифрової візуальної комунікації вказує на трансформацію сприйняття та руйнування стереотипів, що можна пояснити загальними змінами в соціальному та культурному житті. Візуальна динаміка транспортних зупинок носить експериментальний характер та характеризується залученням людини до комунікації, зміною її традиційної поведінки. Емоційно забарвлений процес сприйняття динамічної інформації набуває імерсивності, зближуючи віртуальний та реальний простір. Постійне оновлення та

прогнозування можливості динамічних змін візуальних комунікацій дозволить адаптувати стаціонарні транспортні зупинки до трансформацій урбаністичного простору, створюючи комплексну динамічну візуально-адаптивну систему.

Перспективним напрямком досліджень з огляду на це вважаємо виділення особливостей формування динамічних візуальних комунікацій на транспортних засобах з позицій міждисциплінарних досліджень.

Література

1. Абизов В. А. Засади соціально-культурної ідентичності сучасного архітектурного середовища. *Art and Design*. 2018. №1. 26–34. URL: <http://doi:10.30857/2617-0272.2018.1.3>.
2. Белько Т. В. Эволюция визуальных коммуникаций городской среды. *Известия Самарского научного центра Российской академии наук*. 2012. Т. 14, № 2 (4). С. 1053–1057.
3. Дядюх-Богатко Н. Й. Мала архітектурна форма зупинки громадського транспорту як елемент дизайну та естетичний чинник середовища. *Квалілогія книги*. 2015. 2 (28). С. 139–142. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kk_2015_2_22 (дата звернення: 15.02.2021).
4. Коротун І. В. Основи гармонізації архітектурного середовища. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». *Архитектура*. 2014. № 793. С. 19–26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPARX_2014_793_8 (дата звернення: 15.02.2021).
5. Кошетарова Л. Н. Реклама в контексте социокультурных флуктуаций. *Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств*. 2010. 3 (23). С. 37–39.
6. Кузнецова І. О., Коржаневич Д. О. Особливості ігрового принципу в постмодернізмі. *Теорія та практика дизайну*. 2015. Вип. 7. С. 117–124.
7. Лекторова Ю. Ю. Наружная реклама: этические аспекты контента в городской среде. *Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки*. 2019. № 1. С. 126–139. URL: <http://doi:10.15593/2224-9354/2019.1.11>.
8. Лукашкин С. Куда нас погружают иммерсивные технологии. 2019. URL: <https://habr.com/ru/company/vtb/blog/463707/> (дата обращения: 15.02.2021).
9. Остановка с горячей картошкой. 2012. URL: <https://novate.ru/blogs/080212/20047/> (дата обращения: 15.02.2021).
10. Павлова О. Ю. Візуальна культура як поле ліквідності модерну. *Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство*. 2015. Вип. II (5). С. 15–19.
11. Прудовская О. Ю. Эволюция визуальных коммуникаций в процессе проектирования. *Культурная жизнь Юга России. Теория и история искусства*. 2017. № 4 (67). С. 35–38.
12. Сельский гламур: автобусные остановки от именитых дизайнеров. 2014. URL: <https://novate.ru/blogs/240614/26789/> (дата обращения: 15.02.2021).
13. Степанчук О. В., Тімкіна С. Ю. Аналіз особливостей проектування зупинок громадського пасажирського транспорту на магістральних вулицях. *Наукоємні технології*. 2015. № 3 (27). С. 266–270.
14. Ravenscroft T. Station of Being is an interactive Arctic bus stop. 2019. URL: <https://www.dezeen.com/2019/12/11/rombout-frieling-lab-arctic-bus-stop-umea-sweden/> (Last accessed: 15.02.2021).
15. The Heart of the City. Rubbish installation-poster, New Zealand. 2008. URL: <https://adland.tv/adnews/heart-city-rubbish-installation-poster-new-zealand> (Last accessed: 31.03.2021).
16. McDonald's. «McBus». 2009. URL: <https://www.adforum.com/talent/81767134-michael-milardo/work/34450399> (Last accessed: 31.03.2021).
17. 30 Creative and Effective Ad Campaigns for 2011. URL: <https://www.buzzfeed.com/burnred/30-creative-and-effective-ad-campaigns-for-2011-281t> (Last accessed: 31.03.2021).
18. Marcelo-rubens-paiva. 2013. URL: <https://cultura.estadao.com.br/blogs/marcelo-rubens-paiva/propagandas-geniais/> (Last accessed: 31.03.2021).
19. 9 More Cool Bus Stops From Around The World. 2014. URL: https://www.oddee.com/item_99992.aspx (Last accessed: 31.03.2021).
20. Was, das sollen Bushaltestellen sein? 2011. URL: <https://www.20min.ch/story/was-das-sollen-bushaltestellen-sein-806048726681> (Last accessed: 31.03.2021).

21. Global Warming Advertising. 2011. URL: <https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=worldgreens&logNo=150072182265&proxyReferer=https:%2F%2Fwww.google.com.ua%2F> (Last accessed: 31.03.2021) [in Chinese].

22. The Playstation Bus Stop Experience. 2009. URL: <https://popupcity.net/observations/the-playstation-bus-stop-experience/> (Last accessed: 31.03.2021).

23. Bus stop advertising. Velcro Ads Boost Coke Sales in France. 2009. URL: <https://nohappymedium.com/tag/bus-stop-advertising/> (Last accessed: 31.03.2021).

24. Caribou Coffee Turns Up The Heat. 2011. URL: <http://adpr1400.blogspot.com/2011/01/caribou-turns-up-heat.html> (Last accessed: 31.03.2021).

25. «Adidas Hero» stotelės padės sušilti. 2013. URL: <https://ebus.lt/adidas-hero-stotelės-padės-sušilti/> (Last accessed: 31.03.2021) [in Lithuanian].

26. Coca-Cola faz verão em ponto de ônibus em pleno inverno da Suécia. 2014. URL: <https://www.criatives.com.br/2014/01/coca-cola-faz-verao-em-ponto-de-onibus-em-pleno-inverno-da-suecia/> (Last accessed: 31.03.2021) [in Portuguese].

27. Viral Video Chart: Watch Pepsi Max's unbelievable bus shelter give Londoners a scare. 2014. URL: <https://www.thedrum.com/news/2014/03/27/viral-video-chart> (Last accessed: 31.03.2021).

28. Adobe Pranks Pedestrians at a Bus Stop with Real-Time Photoshopping. 2013. URL: <https://petapixel.com/2013/06/07/adobe-pranks-pedestrians-at-a-bus-stop-with-real-time-photoshopping/> (Last accessed: 31.03.2021).

29. Fish franke. 2009. URL: https://www.adsoftheworld.com/media/ambient/fish_franke_fish (Last accessed: 31.03.2021).

30. Greenest technologies. 2010. URL: <http://greenesttech.blogspot.com/2010/12/hydroleaf-shelter-solar-powered-bus.html> (Last accessed: 31.03.2021).

References

1. Abyzov, V. A. (2018). Zasady sotsial'no-kul'turnoi identychnosti suchasnoho arkhitekturnoho seredovyscha [Principles of socio-cultural identity of the modern architectural environment]. *Art and Design*, (1). 26–34. URL: <https://doi:10.30857/2617-0272.2018.1.3> [in Ukrainian].

2. Belko, T. V. (2012). Evolyutsiya vizualnykh komunikatsiy gorodskoy sredy [Evolution of visual communications of the urban environment].

Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk, Vol. 14, 2(4). 1053–1057 [in Russian].

3. Diadiukh-Bohat'ko, N. J. (2015). Mala arkhitekturna forma zupynky hromads'koho transportu iak element dyzajnu ta estetychnyj chynnyk seredovyscha [Small architectural form of public bus stop as an element of design and aesthetic factor of the environment]. *Kvalilohiia knyhy*, 2 (28). 139–142. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kk_2015_2_22 (Last accessed: 15.02.2021) [in Ukrainian].

4. Korotun, I. V. (2014). Osnovy harmonizatsii arkhitekturnoho seredovyscha [Fundamentals of harmonization of the architectural environment]. *Visnyk Natsional'noho universytetu "L'viv's'ka politekhnika"*. *Arkhitektura*, 793. 19–26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPARX_2014_793_8 (Last accessed: 15.02.2021) [in Ukrainian].

5. Koshetiarova, L. N. (2010). Reklama v kontekste sotsiokulturnykh fluktuatsiy [Advertising in the context of socio-cultural fluctuations]. *Vestnik Chelyabinskoy gosudarstvennoy akademii kul'tury i iskusstv*, 3 (23). 37–39 [in Russian].

6. Kuznetsova, I. O., Korzhanevych, D. O. (2015). Osoblyvosti ihrovoho pryntsyu v postmodernizmi [Features of the game principle in postmodernism]. *Teoriia ta praktyka dyzajnu*, Vol. 7. 117–124 [in Ukrainian].

7. Lektorova, Yu. Yu. (2019). Naruzhnaya reklama: eticheskie aspekty kontenta v gorodskoy srede [Outdoor advertising: ethical aspects of content in the urban environment]. *Vestnik PNPU. Sotsialno-ekonomicheskie nauki*, 1. 126–139. URL: <http://doi:10.15593/2224-9354/2019.1.11> [in Russian].

8. Lukashkin, S. (2019). Kuda nas pogruzhayut immersivnyie tehnologii [Where do immersive technologies immerse us]. URL: <https://habr.com/ru/company/vtb/blog/463707/> (Last accessed: 15.02.2021) [in Russian].

9. Ostanovka s goryachey kartoshkoy (2012). [A bus stop with hot potatoes]. URL: <https://novate.ru/blogs/080212/20047/> (Last accessed: 15.02.2021) [in Russian].

10. Pavlova, O. Yu. (2015). Vizual'na kul'tura iak pole likvidnosti modern [Visual culture as a field of liquidity of modernism]. *Mizhnarodnyj visnyk: kul'turolohiia, filolohiia, muzykoznavstvo*, Vol. II (5). 15–19 [in Ukrainian].

11. Prudovskaya, O. Yu. (2017). Evolyutsiya vizualnykh komunikatsiy v protsesse

proektirovaniya [Evolution of visual communications in the design process]. *Kulturnaya zhizn Yuga Rossii. Teoriya i istoriya iskusstva*, 4 (67). 35–38 [in Russian].

12. Selskiy glamur: avtobusnyie ostanovki ot imeniy dizaynerov [Country glamor: bus stops from famous designers]. (2014). URL: <https://novate.ru/blogs/240614/26789/> (Last accessed: 15.02.2021) [in Russian].

13. Stepanchuk, O. V., Timkina, S. Yu. (2015). Analiz osoblyvostej proektuvannia zupynok hromads'koho pasazhyrs'koho transportu na mahistral'nykh vulytsiakh [Analysis of features of designing public passenger transport stops on main streets]. *Naukoiemni tekhnolohii*, 3 (27). 266–270 [in Ukrainian].

14. Ravenscroft, T. (2019). Station of Being is an interactive Arctic bus stop. URL: <https://www.dezeen.com/2019/12/11/rombout-frieling-lab-arctic-bus-stop-umea-sweden/> (Last accessed: 15.02.2021).

15. The Heart of the City. Rubbish installation-poster, New Zealand. 2008. URL: <https://adland.tv/adnews/heart-city-rubbish-installation-poster-new-zealand> (Last accessed: 31.03.2021).

16. McDonald's. «McBus». 2009. URL: <https://www.adforum.com/talent/81767134-michael-milardo/work/34450399> (Last accessed: 31.03.2021).

17. 30 Creative and Effective Ad Campaigns for 2011. URL: <https://www.buzzfeed.com/burnred/30-creative-and-effective-ad-campaigns-for-2011-281t> (Last accessed: 31.03.2021).

18. Marcelo-rubens-paiva. 2013. URL: <https://cultura.estadao.com.br/blogs/marcelo-rubens-paiva/propagandas-geniais/> (Last accessed: 31.03.2021).

19. 9 More Cool Bus Stops From Around The World. 2014. URL: https://www.oddee.com/item_99992.aspx (Last accessed: 31.03.2021).

20. Was, das sollen Bushaltestellen sein? 2011. URL: <https://www.20min.ch/story/was-das-sollen-bushaltestellen-sein-806048726681> (Last accessed: 31.03.2021).

21. Global Warming Advertising. 2011. URL: <https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=worldgreens&logNo=150072182265&proxyReferer=https:%2F%2Fwww.google.com.ua%2F> (Last accessed: 31.03.2021) [in Chinese].

22. The Playstation Bus Stop Experience. 2009. URL: <https://popupcity.net/observations/the-playstation-bus-stop-experience/> (Last accessed: 31.03.2021).

23. Bus stop advertising. Velcro Ads Boost Coke Sales in France. 2009. URL: <https://nohappymedium.com/tag/bus-stop-advertising/> (Last accessed: 31.03.2021).

24. Caribou Coffee Turns Up The Heat. 2011. URL: <http://adpr1400.blogspot.com/2011/01/caribou-turns-up-heat.html> (Last accessed: 31.03.2021).

25. «Adidas Hero» stotelės padės sušilti. 2013. URL: <https://ebus.lt/adidas-hero-stotelės-padės-sušilti/> (Last accessed: 31.03.2021) [in Lithuanian].

26. Coca-Cola faz verão em ponto de ônibus em pleno inverno da Suécia. 2014. URL: <https://www.criatives.com.br/2014/01/coca-cola-faz-verao-em-ponto-de-onibus-em-pleno-inverno-da-suecia/> (Last accessed: 31.03.2021) [in Portuguese].

27. Viral Video Chart: Watch Pepsi Max's unbelievable bus shelter give Londoners a scare. 2014. URL: <https://www.thedrum.com/news/2014/03/27/viral-video-chart> (Last accessed: 31.03.2021).

28. Adobe Pranks Pedestrians at a Bus Stop with Real-Time Photoshopping. 2013. URL: <https://petapixel.com/2013/06/07/adobe-pranks-pedestrians-at-a-bus-stop-with-real-time-photoshopping/> (Last accessed: 31.03.2021).

29. Fish franke. 2009. URL: https://www.adsoftheworld.com/media/ambient/fish_franke_fish (Last accessed: 31.03.2021).

30. Greenest technologies. 2010. URL: <http://greenesttech.blogspot.com/2010/12/hydroleaf-shelter-solar-powered-bus.html> (Last accessed: 31.03.2021).

BUS STOP AS A VISUAL DYNAMIC SYSTEM: WAYS OF THE VISUAL DYNAMIC CREATION

SKLIARENKO N. V., KOLOSNIHENKO M. V.
Kyiv National University of Technologies and Design

The purpose of the study is to find the ways of the creation of the dynamic visual communications on bus stops. It will make the interaction of the message, a human and the environment harmonious.

Methodology. The work is based on the system approach. It makes possible to consider dynamic visual communications as the integral area for the communication of a human and the environment. The results of the compositional and structural and functional analysis helped to make the generalization and systematization of the ways for the visual dynamic creation on bus stops.

Results. In the study we consider the bus stop as the visual dynamic system with the intensive communicational processes, which are based on the integration of different forms of human sensitive experience and the urban environment. We proved that subject-visual, visual-sound, visual-tactile and digital visual communications substantiate the transformation of the information perception and deepen it. At the same time a human becomes a part of the communication. Bus stop turns into the experimental location and provides increased emotionality of the communicational processes due to the forming of the immersive context. The designer can afford to program the people's behavior in the system of the visual dynamic communications. It allows creating opportunities for the stationary bus stops to adapt to the changing external living conditions.

Scientific novelty. In the work we rethink the role of the visual communication in the bus stop structure and in the whole

ТРАНСПОРТНАЯ ОСТАНОВКА КАК ВИЗУАЛЬНО-ДИНАМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА: СПОСОБЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ВИЗУАЛЬНОЙ ДИНАМИКИ

СКЛЯРЕНКО Н. В., КОЛОСНИЧЕНКО М. В.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Целью исследования является определение способов проектирования динамических визуальных коммуникаций на транспортных остановках, которые направлены на гармонизацию взаимодействия информационного сообщения, человека и среды.

Методика. Работа основывается на использовании системного подхода, который позволил рассмотреть динамические визуальные коммуникации как целостное поле взаимодействия человека и среды. На основе результатов композиционного и структурно-функционального анализов проведено обобщение и систематизация способов проектирования визуальной динамики на транспортных остановках.

Результаты. В исследовании рассмотрена транспортная остановка как визуально-динамическая система с интенсивными коммуникативными процессами, которые базируются на интеграции разных форм чувственного опыта человека и урбанистической среды. Доказано, что предметно-визуальная, визуально-звуковая, визуально-тактильная и цифровая визуальные коммуникации обосновывают трансформацию восприятия информации, углубляют ее, вовлекая человека в процессы коммуникации. Обнаружено, что транспортная остановка превращается в экспериментальную локацию и обеспечивает повышение эмоциональности коммуникативных процессов за счет формирования иммерсивного контекста. Возможность программирования поведения людей в контексте системы динамических визуальных коммуникаций создает возможности для адаптации стационарных остановок к изменчивым внешним условиям существования.

Научная новизна. В работе впервые сделана попытка переосмысления роли визуальных коммуникаций в структуре транспортной

environment. The visual communication has an experimental nature. It proves that the communications in the environment are developing towards the increasing dynamics and immersion.

Practical significance. The results of the study show the ways to increase the level of dynamics of the visual communications on bus stops. It will make the perception of the informational messages more effective and will make the urban environment more aesthetic. The features of the dynamical designing, which were found, can be used by specialists with the purpose of the designing of the modern environment. In addition, they can be used as the educational technology to form the system thinking of designers.

Keywords: *a bus stop; visual communications; visual dynamic; an immersive environment; an urban environment.*

остановки и среды в целом. Экспериментальный характер визуальных коммуникаций доказывает, что развитие коммуникаций в среде осуществляется в направлении повышения динамики и иммерсивности.

Практическая значимость. Результаты исследования раскрывают направления повышения уровня динамики визуальных коммуникаций на транспортных остановках, что обеспечит эффективность восприятия информационных сообщений и эстетизацию урбанистической среды. Обнаруженные особенности динамического проектирования визуальных коммуникаций могут быть использованы специалистами с целью обустройства современного пространства, а также как основа для формирования системного мышления дизайнеров в качестве образовательной технологии.

Ключевые слова: *транспортная остановка; визуальные коммуникации; визуальная динамика; иммерсивная среда; урбанистическая среда.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Скляренко Наталія Владиславівна, канд. мистецтв., доцент, докторант факультету дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-9188-1947, **e-mail:** nata_skliarenko@ukr.net

Колосніченко Марина Вікторівна, д-р техн. наук, професор, декан факультету дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-0020-3214, Scopus 24076493500, **e-mail:** kolosnichenko.mv@knu.ua

Цитування за ДСТУ: Скляренко Н. В., Колосніченко М. В. Транспортна зупинка як візуально-динамічна система: способи проектування візуальної динаміки. *Art and design*. 2021. №1(13). С. 120–132.

Citation APA: Skliarenko, N. V., Kolosnichenko, M. V. (2021) Bus stop as a visual dynamic system: ways of the visual dynamic creation. *Art and design*. 1(13). 120–132.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.11>

УДК 75.052(477)

DOI:10.30857/2617-0272.2021.1.12.

¹ТАРАСЕНКО О. А., ¹ТАРАСЕНКО А. А., ²КУБРИШ Н. Р.¹ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»²Одеська державна академія будівництва та архітектури**ІДЕЯ ПРОСВІТИ У МОЗАЙЦІ М. А. СТОРОЖЕНКА
«ЛЬВІВСЬКЕ СТАВРОПІГІЙНЕ БРАТСТВО XVI–XVIII ст.»**

Мета статті: відстежити історію створення та ідейний зміст мозаїки Миколи Андрійовича Стороженка (1928–2015) «Львівське ставропігійне братство XVI–XVIII ст.» в інтер'єрах ІТФ М.М. Боголюбова НАН України у Феофанії (1969) в контексті спадщини українського і світового монументального мистецтва.

Методологія. У дослідженні використовуються історико-культурологічний, компаративний, іконографічний та іконологічний методи. Ми спираємося на герменевтику Ганса-Георга Гадамера та теорію «великого часу» М.М. Бахтіна, що дозволяє розглядати мозаїки М.А. Стороженка в контексті спадщини світового мистецтва.

Основні результати. У мозаїці «Лексикон» засобами монументального мистецтва затверджується велич слова. М. Стороженко відновлює його сакральний зміст, забутий за часів атеїзму. Майстер показав значення друкованого слова для становлення української культури. Розкрито ідейний зміст монументальної композиції «Ставропігія. Лексикон»: просвітницьке значення слова і мистецтва. Поєднуючи інтер'єри друкарні і художньої майстерні з архітектурним простором міста, майстер створює образ Львова як культурно-просвітницького центру православ'я на Заході України. Використання порівняльного аналізу показало, що М. Стороженко синтезує художню спадщину стародавнього світу (Трипілля, Єгипет), Київської Русі (монументальне мистецтво і мініатюра), Ренесансу, рококо, кубізму, абстракціонізму тощо. Полістилізм, притаманний мистецтву XX–XXI століття, став основою формування індивідуального художнього стилю одного із провідних митців нашого часу.

Наукова новизна. Вивчено культурно-історичний та художній зміст монументальної мозаїки М. Стороженка у взаємозв'язку з проблематикою національної самоідентифікації і полістилізму мистецтва XX століття.

Практична значущість. Результати дослідження необхідні для створення сучасної історії монументально-декоративного мистецтва України.

Ключові слова: Микола Стороженко; монументальне мистецтво України XX століття; мозаїки в інтер'єрах ІТФ імені М. М. Боголюбова; Львівське ставропігійне братство.

Вступ. Монументальні мозаїки на теми: «Києво-Могилянська академія XVII–XVIII ст.» (1969) та «Львівське ставропігійне братство XVI–XVIII ст.» в Інституті теоретичної фізики імені М.М. Боголюбова НАН України (ІТФ) у Феофанії (Київ) стали важливим етапом у становленні видатного художника М.А. Стороженка (1928–2015). На відміну від багатьох своїх сучасників, він стверджував, що призначення монументального мистецтва полягає не в служінні ідеології соціального ладу, а у вираженні гармонії духовного і матеріального, тимчасового і вічного, духу і

розуму, зв'язку роду і народу. Микола Андрійович зазначав, що пам'ять може повернути монументальному мистецтву «його священну орієнтацію на злиття людини з божеством» [6, с. 177]. Розуміння істинного призначення мистецтва дало масштабність вираження ідейного замислу. Історії створення та ідейний зміст мозаїк Миколи Андрійовича в контексті спадщини українського і світового монументального мистецтва присвячена наша стаття «Храм науки: мозаїки М.А. Стороженка в Інституті теоретичної фізики імені М.М. Боголюбова НАН України у Феофанії» [21].

Дане дослідження присвячено розкриттю ідейного змісту й особливостей художнього втілення композиції «Львівське ставропігійне братство XVI–XVIII ст.» (1969).

Аналіз попередніх досліджень.

Першоджерелами нашого дослідження є текст М.А. Стороженка «Езотерія монументального мистецтва» [6, с. 176–178], документальний фільм «Микола Стороженко. Передчуття Голгофи» (2015). Творчості видатного майстра присвячені наукові праці О. Федорука [23], О. Тарасенко [20], О. В. Солов'я [16], Л. Фесенка, О. Авраменко, Ю. Белічка, Г. Склярченко.

Постановка завдання. Огляд попередніх досліджень свідчить, що масштабність ідеї й художня цінність мозаїчних панно вимагають глибокого всебічного розкриття. Метою статті є вивчення історії створення та ідейного змісту мозаїки Миколи Андрійовича Стороженка «Львівське ставропігійне братство XVI–XVIII ст.» в інтер'єрах ІТФ М.М. Боголюбова НАН України у Феофанії (1969) в контексті спадщини українського і світового монументального мистецтва.

Результати дослідження. Монументально-декоративні композиції М. А. Стороженка в рекреаціях третього і четвертого поверхів Інституту теоретичної фізики об'єднані темою: «ПРОСВІТА НАРОДУ» [8]. Мозаїчне панно «Львівське Успенське ставропігійне братство XVI–XVIII ст.» (1969) розташоване на четвертому поверсі (іл. 2). Композиція складається з трьох частин (іл. 1, 4, 3). У центрі зображено узагальнені образи друкарів і художника в умовному просторі друкарні і художньої майстерні. М. Стороженко прославляє творців книг і портретних образів. У 15 сторіччі в Німеччині (м. Гутенберг) був винайдений друкарський верстат. Друкована книга давала можливість широкого поширення в народ духовного знання через прочитання Святого Письма і сприйняття ідей освіти. Портрети забезпечували зримий зв'язок з предками. Мистецтву книги на Україні XVI–XVIII ст. присвячена монографія Я.П. Запаса [8].

Зліва представлено монументальне зображення засновника слов'янського книговидання кирилицею – Швайпольта Фіоля (іл. 1). Праворуч – композитора, співака, скрипаля Максима Березовського (іл. 3).

ІДЕЯ монументального твору: просвітницьке значення книги, мистецтва. Цьому відповідають гасла на картушах, розташованих над отворами дверей у науковій аудиторії справа і зліва від центральної композиції своєрідного триптиха:

«Щоб рід наш не був неначе безсловесним без невученості»;

«Засів науки проросте для жнив народних».

Львів був своєрідним мостом, що з'єднує східну Україну з Західною Європою. У композиції М.А. Стороженка місто позначено двома гербами. На мозаїці написи: «Ставропігія» і «Лексикон».

СТАВРОПІГІЯ (буквально – «поставлення хреста») – автономна православна церковна одиниця, яка підпорядковується безпосередньо патріарху. Засноване у 1585 році при Успенській церкві «Львівське ставропігійне братство XVI–XVIII ст.» захищало права православних християн. В 1586 році воно отримало статус Ставропігії від антиохійського патріарха. Історіографія Братства міститься в статті С. Білої [3]. «Без братства православні були без прав, – розповідає Раїса Олександрівна Стороженко (вдова Миколи Андрійовича). – Сагайдачний почув про це. Для війська треба було мати принцип Ставропігійного братства. За зразком Львова, на землях, подарованих Галкою під будівництво школи на Подолі, він поклав основу майбутньої Київської Академії» [14].

У 1966 році вийшла монографія Я.Д. Ісаєвича «Братства та їх роль в розвитку української культури XII–XVIII ст.» [9]. Дослідник стверджує, що разом з Острозькою академією Львівське братство може іменуватись Першим українським відродженням. Братчики викупили друкарню й організували міську школу. Я.Д. Ісаєвич цитує документ, в якому

визначена необхідність освіти: «щоб не був їх рід безсловесним через своє неучтво» [9]. О. Соловей пише, що текст зі статуту братства художнику представив В. Овсійчук [16, с. 105]. Ця теза (трохи трансформована) була поміщена над дверним отвором ліворуч: «Щоб рід наш не був неначе безсловесним без неученості». Текст,

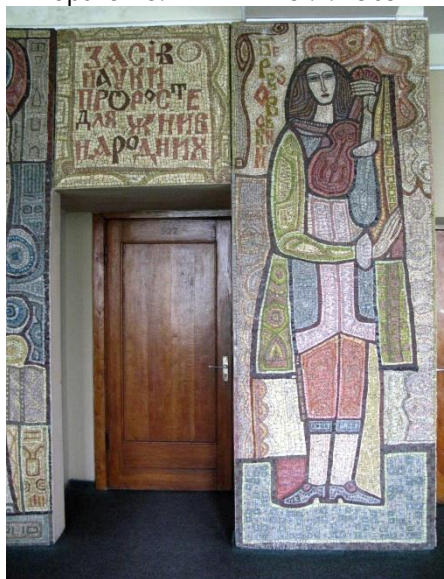
розташований над дверима праворуч: «Засів науки проросте для жнив народних» є перекладом висловлювання геніального хіміка Дмитра Менделєєва «Посев научный взойдёт для жатвы народной». Слова вченого були написані на популярному плакаті Віктора Корецького, створеному в 1960-ті роки – час відкриття космосу.



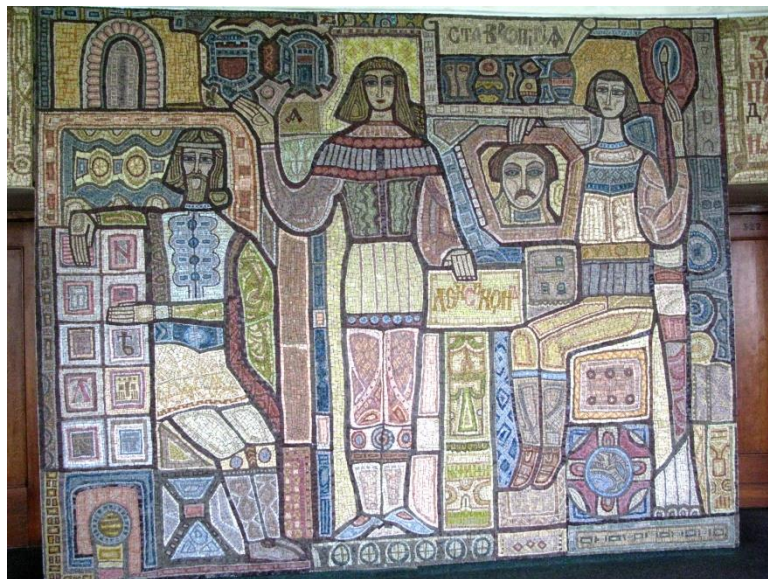
Іл. 1. М.А. Стороженко. Швайпольт Фіоль – засновник слов'янського Книговидання кирилицею. Ліва частина мозаїчного панно «Львівське Успенське ставропігійне братство. XVI–XVIII ст.». 1969



Іл. 2. М.А.Стороженко. Львівське ставропігійне братство XVI–XVIII ст. 1969. Загальний вид. Мозаїка включає надписи: «Ставропігія. Лексикон». Інститут теоретичної фізики імені М. М. Боголюбова НАН України у Феофанії. 4 поверх



Іл. 3. М.А. Стороженко. Композитор Максим Созонтович Березовський. Права частина панно. 1969



Іл. 4. М.А. Стороженко. «Львівське Успенське ставропігійне братство. XVI–XVIII ст.». Центральна частина панно. 1969

ЛЕКСИКОН – лексика, словник, запас слів – “скарбниця народної словесності”. Персонажі трьохфігурної композиції, що предстали перед глядачами, можуть бути сприйняті як алегоричні образи друку, лексикону і образотворчого мистецтва. Вони типізовані і наділені символічними атрибутами. За словами В.Г. Власова, в жанрі алегорії абстрактні поняття показуються алегорично. Зокрема, через зображення людських фігур з атрибутами [4, с. 160].

Центральний герой може бути сприйнятий як алегорична постать Лексикону. У лівій руці стрункого юнака друкований аркуш з написом «Лексикон», а в правій – інструмент друкаря – скребок для нанесення друкарської фарби. Голова показана на тлі золотого квадрата, який символізує світло знань. Вище представлені герби ставропігійного братства із зображенням кріпосної стіни і дзвіниці Успенського храму, всередині якого об'єднувалися православні.

Кожен персонаж має своє обрамлення, яке сприймається як самостійна духовна структура. Зліва зображений друкар, руки якого охоплюють, як би обіймаючи, підготовлену до друку дошку з абеткою. Творець книг сидить на пресі (елемент друкарського верстата), що нагадує пісочний годинник. При друку негатив і позитив виявляються взаємооборотними. Багатозначний символ викликає асоціації також з ритуальними біноклеподібними посудинами трипільської культури (2-га половина 5-го тисячоліття до н. е.) У ньому виражено взаємозв'язок землі і неба.

Майстер показаний в інтер'єрі друкарні, представленій в умовному просторі проекції виду зверху. Використання різних точок зору було активізовано художниками авангардних напрямів початку XX століття (іл. 15). У мистецтві Стародавнього Єгипту (іл. 5, 14), Візантії (іл. 7, 11), Київської Русі вони знайшли опору своїм пошукам виразної, інформативної форми. Умовне рішення простору дає можливість зобразити не

фрагмент, а всю друкарню з обладнанням: зліва внизу показана словолитня, вище – стіл з набраною з 10 сторінок книгою, над ним – друкарський верстат з набивними помпами, вгорі – вхід в майстерню з напівциркульною аркою. «Словолитня» (від старослов'янського «слово», що означає «буква»), відображує букволиварне виробництво [13]. Таким чином, в мозаїці представлений замкнутий цикл роботи друкарні.

М.А. Стороженко структурує композицію, створюючи узагальнений образ друкарської майстерні. Композиційний каркас складається з вільно розташованих декоративних смуг вертикалей і горизонталей, які викликають асоціацію з рамками, в які закріплюється друкована форма (іл. 17). Елементи складальних форм: літери шрифту або шрифтові рядки, друкуючі лінійки, проміжні матеріали. Характер композиції можна порівняти з різними типами верстки книги – відкритою версткою, що руйнує прямокутник смуг різних геометричних форм.

У правій частині центрального панно зображений художник в майстерні. Піднятий пензлик живописця уподібнюється палаючому факелу – символу життя. У правій руці майстра – натрунний портрет, призначення якого – збереження образу особистості в пам'яті нащадків. Стародавні єгиптяни вважали портрет однією з умов безсмертя. Поширення портретного жанру прийшло в Україну через Польщу з Риму.

У Стародавньому Римі під час поховального ритуалу за допомогою масок людина возз'єднувалася з предками. Забуте нині ритуальне призначення портрета передбачає зв'язок світів – поцейбічного й потойбічного, тимчасового й вічного. Культівне мистецтво передбачало величезну відповідальність митця. Адже за його допомогою здійснювалася подорож в інший простір. Славилля „Я” митця в ритуальному мистецтві неприпустиме. Мистецтво ґрунтувалося на колективному духовному досвіді, воно було частиною цілого.



Іл. 5. Бог мудрості Тот.
Рельєф. 1550–1080 до н. е.
Храм Хатхор Луксор,
Єгипет



Іл. 6. В. Хвойко. Орнамент
Трипільської культури.
Кінець XIX ст.



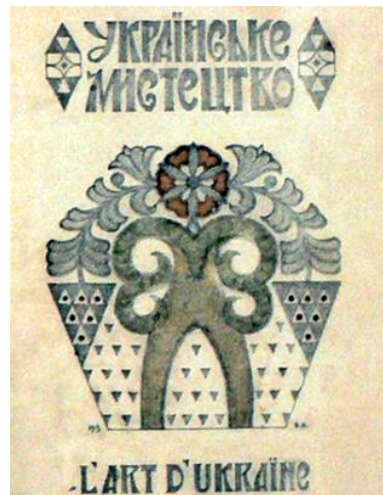
Іл. 7. Еклезіаст. Мозаїка
Сант-Аполлінарія-ін-Класі.
Равенна. VI ст.



Іл. 8. М.А. Стороженко.
Богиня-мати. Фрагмент
панно. 1969



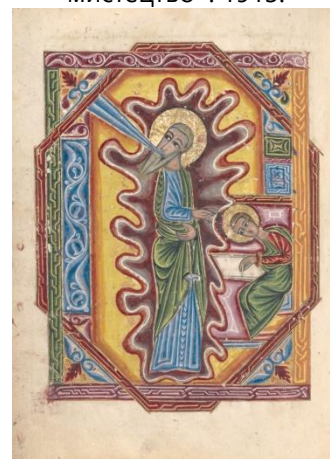
Іл. 9. Чернігівська гривня. Золотий
медальйон. Тип амулетів-змійовиків.
XI ст.



Іл. 10. В. Кричевський.
Обкладинка книги
В. Щербаківського «Українське
мистецтво». 1913.



Іл. 11. Ізборник Святослава. Фронтиспис і заставка. 1073



Іл. 12. Св. Іоанн Богослов.
Мініатюра. Вірменія. 1615



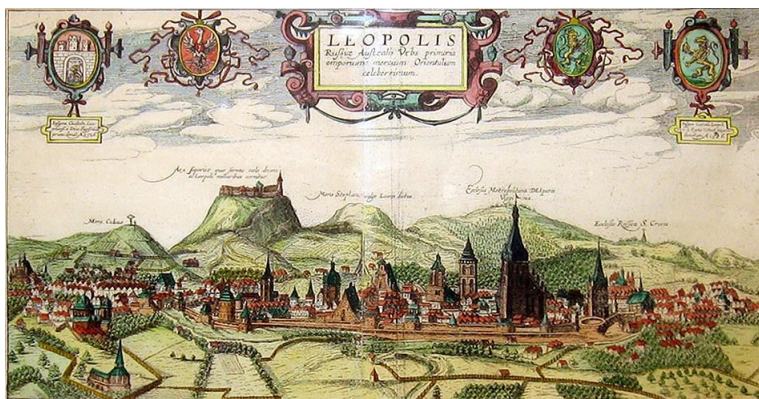
Іл. 13. Трійця Старозаповітна.
1640. Волинь. Київ,
Національний художній музей



Іл. 14. Стела Неферіу. 2150–2010 до н. е. Єгипет



Іл. 15. Хуан Гріс. Гітара. 1913



Іл. 16. Львів (Гогенберг). Панорама. 1618. Літографія



Іл. 17. Друкарський верстат



Іл. 18. Майстерня Л. Кранаха Старшого. Німеччина. Портрет князя Г. Б. Ангальського. 1563. Полтавський художній музей.



Іл. 19. Вишиванка. Західна Україна. Кінець XX ст.

Відомо, що робили восковий зліпок з померлого. А за ним – не лише посмертний портрет-пам'ятник, а й маску. Під час поховальної процесії актори одягали маски членів аристократичних родин та оживляли їх дійством. Предки начебто оживали, приймаючи до своєї спільноти нового члена. Здійснювався зв'язок – гармонія роду. Здійснювався також зв'язок світів потойбічного і поцейбічного. Таким чином стародавні римляни поєднувалися з численним родом. (Див. „Статуя римлянина з масками предків», І ст. до н.е.).

Раїса Олександрівна Стороженко вважає, що у натрунному портреті мозаїки, можливо, зображений Юрій Кузьмич Рогатинець (1555–1609) – заможний ремісник, який був разом з братом Іваном першим старійшиною Львівського Успенського братства [14; 23]. Узагальнений, типологічний характер портрета передбачає різні інтерпретації.

Раніше ми припустили, що у верхній частині мозаїки «Київська академія» на третьому поверсі ІТФ зображений князь Володимир. Є ймовірність, що в зображенні Львівського братства представлено умовне зображення Данила Галицького. Родинний типаж присутній в графіці Олексі Новаківського, який, в свою чергу, міг зробити образ князя настільки переконливим, оскільки взяв за основу родові риси митрополита Андрія Шептицького. Як і М. Березовський, А. Шептицький був з древнього лицарського роду Сасів. Титул був отриманий від Данила Галицького. А. Шептицький заснував Національний художній музей у Львові, передав 4 тисячі книг для Єпархіальної бібліотеки в Станіславі. Митрополит дав кошти на придбання будівлі для художньої школи, де працював Олекса Новаківський, давав стипендії молодим українським художникам. Таким чином, створюється збірний портрет роду і народу.

У виразних позах і жестах героїв композиції присутня театралізація. Автор

книги «Поетика слов'янського театру XVII – першої половини XVIII століття» Л.А. Софронова зазначає, що театр «увійшов в усі види мистецтва як тема чи метафора, наділив своїми художніми прийомами, театралізував літературу, архітектуру, живопис» [17, с. 55]. За словами дослідниці, «кисть руки оголошувалася головним сценічним знаряддям» [15, с. 47]. У поетиці «Амфіон» (1815) сказано: «Головна дійова особа повинна стояти посеред сцени до зупинки два-три кроки; другорядні ж дійові особи повинні стояти по сторонам» [17, с. 48].

ТЕХНОЛОГІЯ. Мозаїка зроблена зворотним набором, як і набір слова в книгодрукуванні. Слова друкують зворотним набором. Виникають алюзії з приводу дзеркальних текстів Леонардо да Вінчі. Земля і небо виявляються символічно взаємопов'язаними.

ДЕКОРАТИВНІСТЬ. У мозаїці Ставропігії присутній багатий орнаментальний декор. Через одяг і оточення М.А. Стороженко передає глибинний національний код України (іл. 6, 8, 9, 10). Художник любив і вивчав народне мистецтво Карпат не тільки у музеях, а й у поїздках (іл. 19). Раїса Олександрівна розповідає про поїздку в Карпати, що об'єднала їх долі. Умовою її згоди на шлюб була поїздка в Карпати: «Якщо Ви такий рішучий, то завтра ми будемо в Карпатах», – сказала я. Вранці приходить Микола й ми їдемо в Івано-Франківськ. Там був наш друг Опанас Заливаха. Показав нам цвинтар, стрілецькі могили. Вітраж Заливахи та Алли Горської розбили. Я ридала. Товаришували з Аллою Горською. Потім в Косів. У Космачі відвідали музей Сагайдачного. Після цього в Верховину, село Дземброня. Тоді вже був знятий фільм «Тіні забутих предків». Гора Піп Іван. Потім село майстрів Шешори. Ходили на ярмарки, Микола вивчав музеї. Говорив, що необхідно зберегти орнаменти» [14].

У лівій частині мозаїки представлений Швайпольт ФІОЛЬ (1460–1525/26) –

засновник слов'янського Книговидання кирилицею (іл. 1). Атрибутом Ш. Фіоля є стіл з літерами шрифту або шрифтові рядки, літери. Перші церковні книги: «Осьмогласник» («Молитвослов»), «Часословець», «Тріодь квітна» були надруковані у Кракові в 1491 році. У цей період Україна входила в Велике Князівство Литовське. Згідно з архівними даними, Ш. Фіоль був золотошвеєм, членом цеху ювелірів. В основі образу першодрукаря – симетрична осьова композиція. Ренесансний костюм ритмічно повторює пластику літери «Фіта» (іл. 18). В об'ємному одязі виявлено прагнення Ренесансу до освоєння горизонталі землі, символом якої є квадрат. З обох боків від голови Ш. Фіоля симетрично розташовані два герба з зображенням друкарні і дзвіницею Успенського храму (Вежа Корнякта), що об'єднує ревнителів української православної культури Львівського ставропігійного братства. У зображенні Вежі використана лаконічна мова печатки братства.

Усі герої композиції типізовані. Зображення в образах конкретних людей не облич, а ликів має кілька причин. Не збереглося прижиттєвих портретів, які можна було б взяти за основу створення індивідуальних портретних образів. Кожен персонаж має свою характеристику, яка виражена художніми засобами: композицією, кольором, лінією.

У правій частині монументальної композиції представлений співак, композитор, диригент Максим Созонтович Березовський (1745–1777) (іл. 3). Відомо, що майбутній музикант провів дитинство у Глухові – резиденції гетьмана Кирила Розумовського на Сумщині, де навчався в співочій школі; пізніше навчався в Київській духовній академії; в 1769–1771 роках – в Болонській філармонічній академії (1765–1773), в один період з В.А. Моцартом. У 1771 році став членом академії в вищому ранзі *accademico compositore*. Творчість музиканта глибоко досліджено в працях

Н.А. Лебедева [11], Н.А. Герасимової-Персидської [7], М.Г. Ричаревой [15]. А.В. Лебедева-Ємеліна в книзі «Біографіка композиторів катерининської епохи: співвідношення документів, легенд і міфів» (2017) представляє біографію-хронограф М.С. Березовського в широкому контексті [12].

Створюючи монументальний портрет М.А. Стороженко ґрунтується на «музичному автопортреті» (*термін О.А. Тарасенко*) одного з творців класичного типу вітчизняного хорового концерту. Мовою кольору, світла, тону, лінійного ритму художник передає піднесений лад душі композитора. Разом з молодшими сучасниками, українцями А.Л. Веделем і Д.С. Бортнянським, М.С. Березовський з'єднав традицію вітчизняної церковної музики а *capella* з досягненнями італійських хорових шкіл, що було новим напрямом в партесному співі. У його творах присутнє творче освоєння італійської опери та інструментальної музики. Важливу роль в мистецтві поліфонічного письма Березовського грали інтонації українських пісень. Творчість Березовського відносять до початку класичного стилю у вітчизняній музиці [7; 15].

Життя музиканта було трагічно перервано в 32 роки. Його високі прагнення не знайшли розуміння в агресивному, матеріалістично налаштованому соціумі [10]. Стороженко писав: «доля українського генія драматична. <...> Створюючи образ М. Березовського, я провів тремтливую струну між 1700 і 1777 роками і присвятив пам'яті незабутньої Алли Горської» [19, с. 245]. У мозаїчному портреті, створеному М. Стороженком в 1969 році, М. Березовський притискає до серця скрипку, на якій віртуозно грав. Вертикаль смичка спрямована до неба. Погляд музиканта спрямований в простір інших світів, в гармонійний лад звуків, таких, наприклад, як в знаменитому концерті № 18 на текст псалмів Давида «Не отвержи мене во время старости» (Кафизма десята, псалом 70).

В мальовничій характеристиці монументального портрета М.С. Березовського, як і в його музиці, з'єднана стилістика лінійно-площинного стилю українських ікон, візантійських та вірменських мініатюр (іл. 11, 12), мозаїк та вишукана декоративність, просторова ажурність, колірне багатство і ніжність епохи рококо. Матеріал мозаїки (смальти, вічного каменю, кристала) в портреті виконує іншу роль, ніж в оздобленні потужних храмів XI–XII століть – часу розквіту Київської Русі. Він знаходить легкість! Мовою образотворчого мистецтва та декоративної орнаментики М. Стороженко передав музичний лад композицій М. Березовського. (Наприклад, «Соната для скрипки і чембало до-мажор»). Ми можемо говорити про кольорову поліфонію нескінченного розмаїття варіантів поєднання тепло-холодного спектру: димчасто-фіолетових, бузкових, сірих, ніжно-рожевих тонів.

Блакитний «позем» (графічно виділений іконописний знак землі) тонально єдиний з бузковим тлом душевного і духовного «неба» музиканта. Золотий кафтан сприймається як духовний одяг. У той же час, в костюмі М. Березовського виражений галантний стиль рококо, з властивою йому піною мережив, нескінченим рухом рослинних візерунків на тканині з вплетінням срібних і золотих ниток, вишивками [4]. Стилістику образу М. Березовського, як і Ш. Фіоля можна віднести до портретів парсунного типу [2].

Зліва від голови музиканта, на картуші зі спіральним завитком струменять літери: Березовський. Болонська філармонічна академія, де він навчався, вписала ім'я нашого співвітчизника золотими літерами на мармурі.

Висновки. Творець мозаїк ІТФ М.А. Стороженко був лідером монументального мистецтва України другої половини ХХ – початку ХХІ століття. Мозаїка «Ставропігія. Лексикон» (поряд з апостолами просвіти, представленими у композиції «Київська

академія» – свідоцтво зрілості художника, який вступив на шлях духовного служіння народу. Створені ним мозаїки свідчать про важливість духовної спадкоємності поколінь. Дух, виражений у слові, звуках музики, живопису визначає внесок народу у світову культуру і взаємозв'язок з нею. У мозаїки «Ставропігія. Лексикон» види мистецтва представлені алегоричними фігурами:

- фігура Ш. Фіоля з атрибутами букв є алегорією друкованого слова;
- образ М. Березовського, який притиснув до серця скрипку, втілює музику;
- художник з портретом, палітрою і пензлем-факелом уособлює живопис.

Лексикон – скарбниця словесності народу. Засобами монументального мистецтва стверджується велич слова. М. А. Стороженко відновлює його сакральний зміст, забутий за часів атеїзму. Майстер показує значення друкованого слова для становлення і розвитку української культури.

Художник створив образ міста Львова як відкритого порталу зв'язку культури України і Західної Європи. Орнаментальні мотиви вбрання персонажів і простору середовища пов'язують мозаїку з найдавнішою культурою Кукутень-Трипілля та декором Прикарпаття та Закарпаття. Вишукана колірна гамма мозаїк споріднена сакральному мистецтву регіонів Західної України.

Модуль смальти, як і дробленого каменю, можна порівняти з буквою, за допомогою якої створюється слово-образ. Кубики смальти, знайдені на руїнах зруйнованого Михайлівського монастиря дали енергетичний імпульс для ідеї втілення Духа у матерію.

Ідея служіння Україні, філософський склад розуму, талант, здатність до сприйняття культурної спадщини різних епох піднімають мозаїки М.А. Стороженка на рівень світового мистецтва.

Література

1. Gadamer Hans-Georg. Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck). 1960. 486 s.
2. Белецкий П. А. Украинская портретная живопись XVII–XVIII веков. Ленинград: Искусство, 1981. 256 с.
3. Біла С. Процес переходу до унії Львівської Ставропігії в Українській історіографії. *Проблеми гуманітарних наук. Історія*. 2014. Вип. 34. С. 16–30. URL: http://dspu.edu.ua/history_journal/arhiv/34_2014/4.pdf.
4. Власов В. Г. Аллегория. Большой энциклопедический словарь изобразительного искусства: в 10 т. Санкт-Петербург: Лита, 2000. Т. 1. С. 160.
5. Власов В. Г. Рококо. Большой энциклопедический словарь изобразительного искусства: в 10 т. Санкт-Петербург: Лита, 2008. Т. 8. С. 236–255.
6. Войтович В. Микола Стороженко. Альбом. Київ: Дніпро, 2008. 184 с.
7. Герасимова-Персидская Н. А. Партесный концерт в истории музыкальной культуры. Москва: Музыка, 1983. 288 с.
8. Запаско Я. П. Мистецтво книги на Україні XVI–XVIII ст. Львів: Вид-во Львівського університету, 1971. 312 с.
9. Ісаєвич Я. Д. Братства та їх роль в розвитку української культури XII–XVIII ст. Київ: Наукова думка, 2009. 450 с.
10. Кукольник Н. Максим Созонтович Березовский. Исторический рассказ. Предание веков: в 2 т. Русская историческая повесть XIX – начала XX столетия. Киев: Дніпро, 1991. URL: <http://bookworm-e-library.blogspot.com/2008/12/maxim-berezovskiy-part-1.html>.
11. Лебедев Н. А. Березовский и Бортнянский как композиторы церковного пения. Санкт-Петербург, 1882. 16 с.
12. Лебедева-Емелина А.В. Биографика композиторов екатерининской эпохи: соотношение документов, легенд и мифов. *Искусство музыки. Теория и история*. 2017. № 17. URL: http://imti.sias.ru/upload/iblock/132/imti_2017_17_3_78_lebedeva_emelina.pdf
13. Огар Е. Українсько-російський та російсько-український словник-довідник з видавничої справи. Львів: Палітра друку, 2002. 224 с.
14. Розмова О.А. Тарасенко з Р.О. Стороженко. Київ, 17 травня 2019. Архів О. А. Тарасенко.
15. Рыцарева М. Г. Максим Березовский: жизнь и творчество композитора. Санкт-Петербург : Композитор СПб, 2013. 228 с.
16. Соловей О. В. Монументальне мистецтво М. Стороженка як синтез традицій та інновацій. *Художня культура. Актуальні проблеми*. 2020. № 16. С. 103–107.
17. Софронова Л. А. Поэтика славянского театра XVII – первой половины XVIII вв. Москва: Наука, 1981. 263 с.
18. Софронова Л. А. Старинный украинский театр. Москва: РОССПЭН, 1996. 327 с.
19. Стороженко М. А. Життя клином у тіло творчості, або Штрихи до роботи над мозаїкою в 60-х роках у Київському інституті теоретичної фізики. *Хроніка – 2000*. Київ, 1995. Вип. 1. С. 239–245.
20. Тарасенко О. А. Образ роду і народу у творчості Романа Петрука. *Українська Академія Мистецтва. Збірник дослідницьких та наукових праць*. Київ, 2018. № 27. С. 227–234.
21. Тарасенко О. А., Тарасенко А. А., Кубриш Н. Р. Храм науки: мозаїки М.А. Стороженка в Інституті теоретичної фізики імені М.М. Боголюбова НАН України у Феофанії. *Art and design*. 2020. № 1(09). С. 166–174.
22. Федорук О. К. Він прийшов по свій день. *Хроніка – 2000*. Київ, 1995. Вип. 1. С. 228–238.
23. Ясіновський Ю. П. Рогатинець Юрій Кузьмич. Енциклопедія історії України: у 10 т. / редкол.: В.А. Смолій та ін. Київ: Наукова думка, 2012. Т. 9. С. 249.

References

1. Gadamer Hans-Georg (1960). Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik [Truth and method. Basic features of a philosophical hermeneutics]. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck). 486 p. [in German].
2. Belezckij, P. (1985). Georgij Ivanovich Narbut [Georgy Narbut]. Leningrad: Iskusstvo. 239 p. [in Russian].
3. Bila, S. (2014). Protses perekhodu do unii Lvivskoi Stavropihii v Ukrainskii istoriografii [The process of transition to the union of Lviv Stauropegia in Ukrainian historiography]. *Problemy humanitarnykh nauk. Istorii*. Vol. 34. P.16–30. URL: http://dspu.edu.ua/history_journal/arhiv/34_2014/4.pdf [in Ukrainian].

4. Vlasov, V. G. (2000). Allegorija [Allegory]. Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar' izobrazitel'nogo iskusstva: v 10 t. Sankt-Peterburg: Lita. T. 1. P. 160 [in Russian].
5. Vlasov, V. G. (2008). Rokoko [Rococo]. Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar' izobrazitel'nogo iskusstva: v 10 t. Sankt-Peterburg: Lita. T. 8. P. 236–255 [in Russian].
6. Voitovych, V. (2008). Mykola Storozhenko. Albom [Mykola Storozhenko. Album]. Kyiv: Dnipro. 184 p. [in Ukrainian].
7. Gerasimova-Persidskaja, N. A. (1983). Partesnyj koncert v istorii muzykal'noj kul'tury [Party concert in the history of musical culture]. Moscow: Muzyka. 288 p. [in Russian].
8. Zapasko, Ya. P. (1971). Mystetstvo knyhy na Ukraini XVI–XVIII st. [The art of books in Ukraine XVI–XVIII centuries]. Lviv: Vyd-vo Lvivskoho universytetu. 312 p. [in Ukrainian].
9. Isaievych, Ya. D. (2009). Bratstva ta yikh rol v rozvytku ukrainskoi kultury XII–XVIII st. [Brotherhoods and their role in the development of Ukrainian culture XII–XVIII centuries]. Kyiv: Naukova dumka. 450 p. [in Ukrainian].
10. Kukol'nik, N. (1991). Maksim Sozontovich Berezovskij [Maxim Sozontovich Berezovsky]. Istoricheskij rasskaz. Predanie vekov: v 2 t. Russkaja istoricheskaja povest' XIX – nachala XX stoletija. Kyiv: Dnipro. URL: <http://bookworm-e-library.blogspot.com/2008/12/maxim-berezovskiy-part-1.html> [in Russian].
11. Lebedev, N. A. (1882). Berezovskij i Bortnjanskij kak kompozitory cerkovnogo penija [Berezovsky and Bortnyansky as composers of church singing]. Sankt-Peterburg. 16 p. [in Russian].
12. Lebedeva-Emelina, A. V. (2017). Biografika kompozitorov ekaterininskoj jepohi: sootnoshenie dokumentov, legend i mifov [Biographies of composers of Catherine's era: the ratio of documents, legends and myths]. *Iskusstvo muzyki. Teorija i istorija*. № 17. URL: http://imti.sias.ru/upload/iblock/132/imti_2017_17_3_78_lebedeva_e_melina.pdf [in Russian].
13. Ohar, E. (2002). Ukrainsko-rosiiskyi ta rosiisko-ukrainskyi slovnyk-dovidnyk z vydavnychoi spravy [Ukrainian-Russian and Russian-Ukrainian dictionary-reference book on publishing]. Lviv: Palitra druku. 224 p. [in Ukrainian].
14. Rozmova O.A. Tarasenko z R.O. Storozhenko. 17 travnia, 2019 [Arkhyv O. A. Tarasenko]. [B., m.], [2019]: 1–5. Druk [Conversation by O.A. Tarasenko with R. O. Storozhenko] (2019, May). [Arkhyv O. A. Tarasenko]. 1–5 [printing] [in Ukrainian].
15. Rycareva, M. G. (2013). Maksim Berezovskij: zhizn' i tvorchestvo kompozitora [Maxim Berezovsky: the life and work of the composer]. Sankt-Peterburg: Kompozitor SPb. 228 p. [in Russian].
16. Solovej, O. V. (2020). Monumentalne mystetstvo M. Storozhenka yak syntez tradytsii ta innovatsii [M. Storozhenko's monumental art as a synthesis of traditions and innovations]. *Khudozhnia kultura. Aktualni problemy*. № 16. P. 103–107 [in Ukrainian].
17. Sofronova, L. A. (1981). Pojetika slavjanskogo teatra XVII – pervoj poloviny XVIII vv. [Poetics of Slavic theater of the 17th – first half of the 18th centuries]. Moscow: Nauka. 263 p. [in Russian].
18. Sofronova, L. A. (1996). Starinnyj ukrainskij teatr [Ancient Ukrainian theater]. Moscow: ROSSPJeN. 327 p. [in Russian].
19. Spisok oboznachenij v fizike [List of notation in physics]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_обозначений_в_физике [in Russian].
20. Storozhenko, M. A. (1995). Zhyttia klynom u tilo tvorchosti, abo Shtrykhy do roboty nad mozaikoju v 60-kh rokakh u Kyivskomu instytutu teoretychnoi fizyky [Life wedge into the body of creativity, or touches to work on the mosaic in the 60's at the Kiev Institute of Theoretical Physics]. *Khronika – 2000*. 1. 239–245. [in Ukrainian].
21. Tarasenko, O. A. (2018). Obraz rodu i narodu u tvorchosti Romana Petruka [The image of the family and the people in the works of Roman Petruk]. *Ukrainska Akademiia Mystetstva. Zbirnyk doslidnytskykh ta naukovykh prats*. 27. 227–234 [in Ukrainian].
22. Tarasenko, O. A., Tarasenko, A. A., Kubrysh, N. R. (2020). Khram nauky: mozaiky M.A. Storozhenka v Instytutu teoretychnoi fizyky imeni M.M. Boholiubova NAN Ukrainy u Feofanii [Temple of Science: M.A. Storozhenko's mosaics at the Bogolyubov Institute of Theoretical Physics of the National Academy of Sciences of Ukraine in Feofania]. *Art and design*. 1(09). 166–174 [in Ukrainian].
23. Fedoruk, O. K. (1995). Vin pryishov po sviiden [He came for his day]. *Khronika – 2000*. 1. 228–238 [in Ukrainian].
24. Yasinovskiy, Yu. P. (2012). Rohatynets Yurii Kuzmych [Yuri Kuzmich Rohatynets]. *Entsyklopediia istorii Ukrainy: u 10 t. / redkol.: V. A. Smolii et al.* Kyiv: Naukova dumka. T. 9. P. 249 [in Ukrainian].

THE IDEA OF EDUCATION IN THE MOSAIC OF M.A. STOROZHENKO «LVIV STAUROPEGION BROTHERHOOD OF XVI–XVIII CENTURIES»

¹TARASENKO O. A., ¹TARASENKO A. A.,
²KUBRISH N. R.

¹South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushinsky

²Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture

The purpose of the article is to study the history of creation and the ideological content of the mosaic by Mykola Andriyovych Storozhenko (1928–2015) "Lviv Stavropegic Brotherhood of the 16th – 18th centuries." in the interiors of N.N. Bogolyubov ITF of the National Academy of Sciences of Ukraine in Feofaniya (1969) in the context of the heritage of Ukrainian and world monumental art.

Methodology. The study uses historical and cultural, comparative, iconographic and iconological methods. We rely on the hermeneutics of Hans-Georg Gadamer and the theory of "big time" by M.M. Bakhtin, which allows us to consider the mosaics of M.A. Storozhenko in the context of the heritage of world art.

Main results. In the mosaic "Lexicon", the greatness of the word is affirmed by means of monumental art. Storozhenko restores its sacred meaning, forgotten in the days of atheism. The master showed the importance of the printed word for the formation of Ukrainian culture. The ideological content of the monumental composition "Stavropegia. Lexicon": the educational value of words and art. Combining the interiors of the printing house and art workshop with the architectural space of the city, the master creates the image of Lviv as a cultural and educational center of Orthodoxy in Western Ukraine. The use of comparative analysis showed that M. Storozhenko synthesizes the artistic heritage of the

ИДЕЯ ПРОСВЕЩЕНИЯ В МОЗАИКЕ М.А. СТОРОЖЕНКО «ЛЬВОВСКОЕ СТАВРОПИГИЙНОЕ БРАТСТВО XVI–XVIII вв.»

¹ТАРАСЕНКО О. А., ¹ТАРАСЕНКО А. А.,
²КУБРИШ Н. Р.

¹ГУ «Южноукраинский национальный педагогический университет имени К.Д. Ушинского»

²Одесская государственная академия строительства и архитектуры

Цель статьи: изучить историю создания и идейное содержание мозаики Николая Андреевича Стороженко (1928–2015) «Львовское Ставропигийное братство XVI–XVIII вв.» в интерьерах ИТФ Н.Н. Боголюбова НАН Украины в Феодании (1969) в контексте наследия украинского и мирового монументального искусства.

Методология. В исследовании используются историко-культурологический, компаративный, иконографический и иконологический методы. Мы опираемся на герменевтику Ганса-Георга Гадамера и теорию «большого времени» М.М. Бахтина, что позволяет рассматривать мозаики М.А. Стороженко в контексте с наследием мирового искусства.

Основные результаты. В мозаике «Лексикон» средствами монументального искусства утверждается величие слова. Стороженко восстанавливает его сакральный смысл, забытый во времена атеизма. Мастер показал значение печатного слова для становления украинской культуры. Раскрыто идейное содержание монументальной композиции «Ставропигия. Лексикон»: просветительское значение слова и искусства. Сочетая интерьеры типографии и художественной мастерской с архитектурным пространством города, мастер создает образ Львова как культурно-просветительского центра православия на Западе Украины. Использование сравнительного анализа показало, что М. Стороженко синтезирует художественное наследие древнего мира (Триполье, Египет), Киевской Руси (монументальное искусство и миниатюра), Ренессанса, рококо, кубизма, абстракционизма и др. Полистилизм, присущий искусству XX–XXI веков, стал основой формиро-

ancient world (Tripoli, Egypt), Kievan Rus (monumental art and miniature), Renaissance, Rococo, Cubism, abstractionism and others. Polystylism, characteristic of art of the XX–XXI centuries, became the basis for the formation of the individual artistic style of one of the leading artists of our time.

Scientific novelty. The cultural-historical and artistic meaning of the monumental mosaic of M.A. Storozhenko has been studied in connection with the problems of national self-identification and polystylism of art of the twentieth century.

Practical significance. The results of the study are necessary for the creation of a modern history of monumental and decorative art of Ukraine.

Keywords: *Mykola Storozhenko; monumental art of Ukraine of the XX century; mosaics in the interiors of N.N. Bogolyubov ITF; Lviv Stauropigial Brotherhood.*

вания индивидуального художественного стиля одного из ведущих художников нашего времени.

Практическое значение полученных результатов заключается в возможности их использования в исследовательской деятельности учёных по изучению новейшей истории монументально-декоративного искусства Украины, в создании монографии о творчестве Н.А. Стороженко.

Научная новизна. Изучен культурно-исторический и художественный смысл монументальной мозаики М.А. Стороженко во взаимосвязи с проблематикой национальной самоидентификации и полистилизма искусства XX века.

Практическая значимость. Результаты исследования необходимы для создания современной истории монументально-декоративного искусства Украины.

Ключевые слова: *Николай Стороженко; монументальное искусство Украины XX века; мозаики в интерьерах ИТФ имени Н.Н. Боголюбова; Львовское Ставропигиальное братство.*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ:

Тарасенко Ольга Андріївна, доктор мистецтвознавства, професор, Заслужений діяч мистецтв України, ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського», ORCID 0000-0002-3775-4899, **e-mail:** oa_tarasenko@ukr.net

Тарасенко Андрій Андрійович, кандидат мистецтвознавства, доцент, доцент кафедри теорії і методики декоративно-прикладного мистецтва та графіки ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського», ORCID 0000-0003-2739-3046, **e-mail:** btvt@ukr.net

Кубриш Наталія Романівна, доцент, кандидат мистецтвознавства, ДЗ «Одеська державна академія будівництва та архітектури. Архітектурно-художній інститут», доцент кафедри рисунка, живопису та архітектурної графіки, ORCID 0000-0002-9441-214X, **e-mail:** kubrish72@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Тарасенко О. А., Тарасенко А. А., Кубриш Н. Р. Ідея просвіти у мозаїці М. А. Стороженка «Львівське ставропигієне братство XVI–XVIII ст.». *Art and design*. 2021. №1(13). С. 133–145.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.12>

Citation APA: Tarasenko, O. A., Tarasenko, A. A., Kubrish, N. R. (2021) The Idea of Education in the Mosaic of M. A. Storozhenko «Lviv Stauropegeion Brotherhood of XVI–XVIII centuries». *Art and design*. 1(13). 133–145.