

УДК 77.022.1

KHYNEVYCH R. V., SKLYARENKO V. O., SLITYUK O. O.
Kyiv National University of Technologies and Design, UkraineDOI:10.30857/2617-
0272.2022.3.1.**PERSPECTIVE AS A MEANS OF COMPOSITIONAL
EXPRESSIVENESS IN ARTISTIC PHOTOGRAPHY**

The aim: determination of the features of the use of perspective in artistic photography as a means of compositional expressiveness. Analysis of geometric and optical aspects of the visual characteristics of different types of perspective in photographic art.

Methodology. A comparative analysis of compositional methods of conveying volume and depth of space in artistic photography is applied. Methods of systematization and generalization were used to determine the specific features of different types of perspective in photo art.

Results. The peculiarities of the concept of perspective in photography are considered. The common features of works of painting and photo art in the context of conveying the depth and volume of the depicted space are determined. The analysis of the main types of perspective – linear, tonal, aerial, optical and spherical – was performed, using the example of their use in artistic photography. The influence of the perspective construction of the picture on the visual perception of the image and its content is determined. The role of technical means and their parameters in constructing the perspective of a photographic frame is clarified.

Scientific novelty. The main methods of displaying the volume and depth of space in a photo image when using different types of perspective are defined. The geometric and optical regularities of perspective as a pictorial means in art photography are revealed.

Practical significance. Information on the use of different types of perspective in artistic photography has been studied and systematized. Recommendations are provided for the selection of geometric and optical parameters of the frame for the transmission of visual information in works of photographic art. The obtained results can be used in the educational process in the preparation of bachelors specializing in photo-video design.

Keywords: photo images; photo design, graphic design, types of perspective in photography; linear perspective; aerial perspective; tonal perspective; optical perspective; spherical perspective.

Introduction. Modern photography, as a field of human activity, is multifaceted and, at the same time, heterogeneous. Photographic images are used in various fields, performing a variety of tasks, displaying the depicted and researched material in different ways. But at the same time, any photographic images, for all their heterogeneity, have common features. They are created using similar technical means. The visual means of photography, including composition, closely related to the use of perspective to obtain the depth of the depicted space. Regularities of perspective take place both in works of painting and in photographs, with the aim of conveying visual information with a certain meaning or message embedded in it.

Analysis of previous research. For the most part, the concept of perspective in

photography is analyzed by professional photographers based on their own experience and highlighting the practical aspects of photographic art.

Conveying volume and depth in a photo is one of the tasks of a photo master. The search for opportunities and means of creating a successful frame composition, the choice of perspective types when conducting a specific photo shoot, for different genres of photography is quite important. In the article [12], the problem of "careful handling" of different types of perspective is highlighted, because if they are used ineptly, the shots may turn out to be inexpressive and distorted.

The author [13] notes that the main task of photo art is to manipulate human visual perception and create the illusion of a three-dimensional image. The article focuses on

framing the frame composition using three types of linear perspective: one-point, two-point, and three-point. The more points of view in the picture, the stronger the illusion of the depth of the depicted space.

One of the most famous modern photographers, the author of many publications on the art of photography, Michael Freeman in his book [14] notes the role of perspective as one of the compositional tools that can enhance the depth of the plot and, sometimes, play a decisive role in the construction of the frame. The components that take part in the formation of spatial perspective and affect the expressiveness of the photograph depend from the shooting point, and the focal length.

Art connoisseur L. P. Dyko in the guide to artistic photography [8] considers perspective as one of the important pictorial means of creative photography. In particular, it is emphasized the need to use the laws of linear and tonal perspective for a convincing and expressive transfer of the three-dimensional real world with its spaces, volumes, reliefs, textures on the two-dimensional plane of the picture in photography.

A somewhat different approach to the issue of perspective in photography is observed in research [7]. A. Vershovsky, a physicist and photographer, performed a detailed analysis of the optical effects of perspective, as one of the pictorial means that can be used to convey depth and volume in both painting and photography. The author gives examples of the use of different types of perspective in paintings and photographs of different times, and also investigates optical illusions of image perception with violations of geometric patterns.

A special place should be allocated to the use of linear perspective rules in scientific research based on digital images, in particular in historical [1], architectural [3], forensic [2] photography. The laws of perspective displayed in photographs allow obtaining

scientifically based information about objects and the depicted space.

Statement of the problem. The task of this article is to analyze and systematize the features of the use of different types of perspective as a means of compositional expressiveness in artistic photography. For the visual transmission of geometric and optical regularities of perspective, the author's works of Valery Sklyarenko, a member of the NSFHU since 2000, a teacher of the Department of Design of KNUTD, were used.

Results of the research. In the course of its evolutionary development, photography received a lot from painting and has common features with it. This is, first of all, the two-dimensionality of the image plane – canvas, light-sensitive matrix or film. And that is why one of the important tasks when creating an artistic image in various genres of photography is the need to convey the volume and depth of the depicted space.

Studies of the history of painting indicate the use of the laws of axonometry or the so-called parallel perspective in the works of early Renaissance artists (Filippo Brunelleschi, Fra Angelico). During the High Renaissance, the search for a scientific basis for perspective regularities led to the creation of the theory of linear perspective by Leonardo da Vinci and Albrecht Dürer and the technique of its practical use. At the end of the 19th century, it is worth noting the reverse movement from linear to parallel perspective, which is connected with the transition from realism and decorativeism (Henri Matisse, Gustav Klimt, etc.) [6]. A similar variability in the use of different types of perspective is inherent in photography.

Photographic compositions, like works of painting and graphics, have a unique ability "to be both an entity and a window into another entity, to be in two spaces at the same time – two-dimensional and depicted three-dimensional, characterized by the presence of depth" [7]. Geometric and optical regularities of various types of perspective in photography

definitely affect the perception of the visual weight of objects, their size, and the distance from them to the viewer.

The specificity of photography lies in its documentation, which is invaluable. A photographer, unlike a painter, does not need to create a picturesque image himself – it is formed by the surrounding world and fixed by the lens. The artist creatively uses this circumstance and chooses the best option, taking into account the fact that perspective is one of the main means of forming a composition [4]. At the same time, one should not forget that documentary does not deny the authorial beginning of photography, does not cancel the creative efforts of the photographer who chooses a motif, cuts out a certain piece of reality, gives meaning to his visual message by organizing the form, creating a composition.

At the same time, photography is a unique reflection on paper or canvas of objects that are not literal copies of the real world. In the space of a plane using perspective, they interact according to other laws. It is the plane that gives objects the freedom of life and becomes a new reality, which is talked about in connection with art. And this new reality in many aspects is revealed with the help of the perspective construction of the photographic frame.

The flatness and static of the photographic image, the frame of the viewfinder and the frame of the photograph on the wall give reason to talk about the possibility of defining the concept of a photograph with its integrity and completeness. The perspective structure of the space projected onto the plane determines the focus of the viewer's attention and the direction of action of the visual forces of the created image. Lines in a photograph can make several impressions at once: first, they "draw" the viewer into the space of the image; secondly, they create a distinct compositional center and focus attention on it [7]. To convey space and volume in photography, the

following types of perspective are most common: linear, aerial, and tonal.

Linear perspective is the easiest way to convey the volume and depth of the depicted space in a photograph. At the same time, it is also not difficult from the point of view of the compositional construction of the picture.

Linear perspective is determined by universal optical laws, so it is inherent in photography from the beginning: the photographer, as a rule, does not have to make efforts to create linear perspective in the frame, because it arises by itself wherever there are lines. This effect can be adjusted by choosing lenses with different parameters. Photo lenses with a focal length equal to the diagonal of the frame are used to obtain a perspective projection similar to reality in the pictures. For an even greater effect, wide-angle lenses are used, which visually make the image convex. Conversely, to reduce the effect of the convergence of perspective lines, long-focus lenses are used, which are able to reduce the difference in the sizes of nearby and distant objects.

A person's vision allows him to see objects far away from him reduced. At the same time, scale ratios allow us to imagine the location of objects and figures relative to each other both in the real world and in the plane of the photograph and obey clear geometric patterns.

The specificity of linear perspective is that it assumes such a way of distributing imaginary elements in the artistic space, which coincides with the visible location of objects and objects in reality [6]. This coincidence occurs because linear perspective is associated with the following features: a linear decrease in the size of objects as they move away from the observer and the convergence of all horizontal lines on the imaginary horizon line, and all parallel lines – at one or more vanishing points. In this regard, one-point, two-point or three-point linear perspective is distinguished.

When using a one-point perspective in the composition of a photo frame, the

vanishing point attracts the attention of the viewer: it contributes to the creation of a meaningful compositional center, gives expressive power to the entire scene of the image (Fig. 1). The vanishing point of the lines may coincide with the main character and have a corresponding semantic load.

Images with pronounced depth prompt the viewer to a double perception: on the one hand, he sees the depicted volume, on the other hand, the effect of the image on the viewer is determined by how the lines of space are formed on the plane. Rudolph Arnheim [5] wrote about the interaction of the two-dimensional and three-dimensional structure of the image forming the so-called "duality of the composition" in his works on the theory and psychology of art. Therefore, the choice of perspective when shooting three-dimensional scenes should be made not only for aesthetic reasons, but also taking into account the planar structure and the meaning dictated by it.

Construction of a two-point perspective of frame begins with the definition of the horizon line. This line is theoretically the line that separates heaven from earth. However, in many perspective shots, this line is only implied and is instead just the viewer's eye line or line of sight. When the horizon line is set, the vanishing points are placed in the frame. Vanishing point defined as the point on the horizon line where objects begin to fade into the distance. With two-point perspective, the two vanishing points are placed on the horizon line (Fig. 3). These two points must be spaced apart to prevent distortion. Both the vanishing points do not necessarily have to be within the image plane, they are placed on the horizon line that continues beyond the image plane in both directions.

Two vanishing points "embrace" the main object of the picture. The lines coming from the vanishing points force the viewer to pay attention to them. Guides help the eye move from one part of the image to another. This creates movement in the photo and

makes it more dynamic and expressive. Two-point perspective, when used correctly, gives photos a unique and monumental look. She emphasizes the middle part of the image, creating a sense of depth using leading lines. You can create two-point perspective in any style of photography. Although it will be especially useful in architectural photography. Lines also allow you to experiment with the placement of vanishing points.

Three-point linear perspective as a method of visual illustration is often used in the execution of architectural drawings to obtain spectacular images of high-rise architectural buildings. This type of perspective in photography is created when photographing a tall building from the bottom up, as well as in cases where none of the faces of the depicted object are parallel to the picture plane. The third vanishing point is located above the horizon line. Three-point perspective is not a common compositional tool in both painting and artistic photography.

A separate type of linear perspective is reverse. This type of perspective arose in painting during the period of the formation of medieval art, when such types of artistic activity as icons and frescoes were especially popular: in this technique, the depicted objects appear to increase as they move away from the viewer, the picture has several horizons and points of view, and other features. Such an image emphasized religious themes and had a special effect on the viewer.

When creating a reverse linear perspective on a plane, the center of convergence of the lines is placed not on the horizon line, but at the point of the viewer's location. Reverse perspective is less common in photographic art. In the history of photography, works with reverse perspective by A. Cartier-Bresson and H. Newton, who took pictures in the 70s of the 20th century, are known. They can be classified as illusory-spatial types of perspective. At the moment, there is no optical device that would fully meet the criteria of reverse perspective on the full

range of depth (distance) of the imaged space. One of the methods of obtaining reverse perspective in modern cameras is to use synchronization modes during long exposure. As a result, you can get an additional image of the main object in the background, different from the front one (Fig. 2). Such a combination creates a spatial depth that meets the criteria of reverse perspective. As a means of composition, reverse perspective forms a whole symbolic space oriented towards the viewer and involves his spiritual connection with the world of symbolic images.

The concept of tonal perspective came to photography from monumental painting. The laws of this type of perspective were first explained by Leonardo da Vinci. It is associated with muting the contrast of objects when they are moving away from the observer – they look brighter than when they are close.

These laws of perspective are used in photography to give pictures more realism and artistry. With a developed tone, the photo is more like a real image of the surrounding space. Given that tonal differences are best seen when shooting objects that have significant lengths in depth, shots with a pronounced tonal perspective are shot with a general or medium plan. Tonal perspective, like linear perspective, is an indispensable way of building a three-dimensional model of space on a plane. Framing the image in the foreground with dark tonal elements also helps reveal the depth of the depicted space.

Let's dwell on the nature of air hazes in more detail. They are formed as a result of light scattering in the earth's atmosphere, that is, multiple reflections of a light beam from air particles, from droplets of moisture or other suspension in the air. The air that is between the observer's eye and this object obscures the objects, and the farther they are located, the thicker the air layer separating them from the observer, the less clearly these objects are visible. And the brighter the air layer is illuminated, the brighter the distance seems

(Fig. 4). Backlighting even more contributes to the detection of the air environment, and through it, the space. Because the backlight, highlighting the smallest particles suspended in the air, leaves the surfaces of distant objects facing the camera unlit.

One of the outstanding photo masters, the creators of the photo language, the innovative photographer László Moholy-Nagy emphasized that the "nuance" of shadows, and, therefore, the "invigoration" of surfaces can become the main means of optical creation for achieve of greater sophistication of optical perception [11].

The feeling of volume in the photo is enhanced by color [9]. Warm shades are perceived by the vast majority of people as closer than cold ones. This rule of tonal perspective is used in photography – placing objects of warm colors in the foreground. Planes, lines and contours become the main components. The feeling of the illusion of space is further enhanced when the objects in the foreground are rendered in natural color, and those in the background of the photograph are rendered in shades of blue. Objects within tonal perspective lose some recognizable features familiar to the viewer: their texture changes, the form is conveyed not by chiaroscuro, which sculpturally reveals volumes, but by soft lines. It is also important that in a composition based on tonal perspective, the foreground is usually darker.

Aerial perspective is characterized by a decrease in the clarity of the contours of objects as they move away from the point of view (Fig. 5).

The foreground reduces the brightness and color saturation of objects. Aerial perspective is also considered, at the same time, the perspective of tones that change from dark and contrasting in the foreground to light and soft in the background. According to this principle, you can build a picture even in the absence of air haze – by means of light and compositional solution of the frame.



Fig. 1. "In a dream and awake". Winter

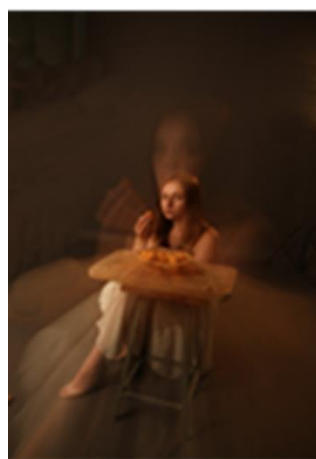


Fig. 2. Sweet treat



Fig. 3. Autumn pastoral



Fig. 4. "In a dream and awake". Autumn

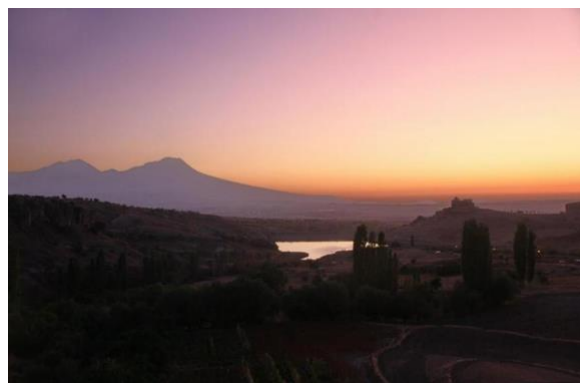


Fig. 5. Sunset in Guzelyurt



Fig. 6. Masyanya



Fig. 7. "In a dream and awake". Spring

Therefore, the photographer often uses a simple technique of special orientation of the depth of the sharply depicted space. Accordingly, the focus plane selected for sharpness and the aperture value, which will depend on the sharpness distribution throughout the depth of the frame.

Photo researcher O. Y. Lapin uses the concept of "texture density changes" (grass, leaves, pavement tiles) as it moves away from the observer, it is obvious that this effect is a manifestation of linear perspective [10]. However, tonal and aerial perspective, unlike linear, are not determined by universal optical laws, but are related to the properties of the air environment. It should be noted that aerial perspective, although very common, is still a special case of tonal perspective.

In addition to the above volume display techniques, the camera provides another tool characterized by the depth value of the sharply depicted space. Objects that do not fall into the focus zone appear blurred, and the degree of their blurring gives the viewer additional information about their distance [7]. Thanks to this, the illusion of the depth of space arises, which is called optical perspective (Fig. 6).

Blurring some parts of the composition (background) allows you to draw the viewer's attention to the object "in focus". This technique is used when shooting small objects, when there is a limited image area in the focus zone. It depends on several parameters: first of all, on the aperture values, the distance to the shooting object, and also on the focal length of the lens. Blurring the background is a very powerful compositional technique, especially appropriate in portrait photography.

A special type of perspective is spherical. This is a separate technique that is performed using a fisheye lens. Such a lens distorts the image, making it visually more convex, elongated in a circle into a sphere. The effect got its name for its resemblance to a convex and transparent fish eye.

Spherical perspective is formed by using several points of view. The image seems to

"stretch" on the sphere. With a spherical perspective, the following features of the image arise: only the vertical and horizontal axes, as well as objects placed in the center of the image, are not distorted in terms of shape and size. Vertical and horizontal lines become increasingly curved as they move away from the center, and on the periphery of the image, the lines tend to close in a circle. As you move away from the center of the plane, the horizontal lines actually turn more and more towards the foreground (Fig. 7).

The fisheye lens allows the photographer to take more expressive and emotional pictures, focus at a close distance from the object and achieve a very large depth of sharply depicted space.

Conclusions. It should be noted the possibility of using compositional techniques and means that contribute to the transfer of volume and depth in photographic images. This is due to the peculiarities of the optical characteristics of the photographic equipment and the skill of the photo artist, who sees the real world through the lens of the camera and conveys his own feelings in works of photographic art. In artistic photography, perspective is a fairly important compositional tool that affects the visual and emotional perception of the work. With the correct, appropriate and accurate use of various types of perspective, this tool is capable of enhancing the expressiveness of the composition of the image and the content embedded in it by the author. Modern artistic photography involves the use of a wide range of techniques of various types of perspective construction of the composition. One of the important aspects of creating a photo frame is taking into account the dual nature of photography: planar and spatial. It is advisable to choose the option of displaying the volume on the plane, which will allow you to get the most expressive two-dimensional composition. Another important aspect is the definition of the visual concept of the final image and the

choice of technical and technological means to achieve it.

Література

1. Styliadis A. D., Sechidis L. A. Photography-based façade recovery & 3-d modeling: A CAD application in Cultural Heritage. *Journal of Cultural Heritage*. 2011. P. 243-252. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1296207411000070>.
2. Li Y., Zhou, Y., Yuan K., Guo Y., Niu X. Exposing photo manipulation with inconsistent perspective geometry. *The Journal of China Universities of Posts and Telecommunications*. 2014. P. 83-91. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1005888514603204>.
3. Soyacan A., Soyacan M. Perspective correction of building facade images for architectural applications. *Engineering Science and Technology*. 2019. P. 697-705 URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215098618314137>.
4. Абросимова Н. В. Понятие фотографии и факторы создания художественного фотообраза. *Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина*, 2015. № 1. С. 215–224. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-fotografii-i-factory-sozdaniya-hudozhestvennogo-fotoobraza/viewer>.
5. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. Б.: БГК, 2000. 392 с.
6. Бранский В. П. Искусство и философия. Калининград: Янтарный сказ, 1999. 704 с.
7. Вершовський А. Третій вимір: об'єм і перспектива у фотографії. *Фотожурнал ХЗ*, 2010. URL: https://sidorenkovalery.ucoz.ua/publ/tehnika_fotografuvannya/tretij_vimir_ob_39_em_i_perspektiva_u_fotografiji/3-1-0-58.
8. Дыко Л. П. Основы композиции в фотографии. М.: Высшая школа, 1988. 142 с.
9. Жолудев Н. К. Композиция в фотографии. М.: Эксмо, 2012. 272 с.
10. Лапин А. И. Фотография как...: учебное пособие. М.: Изд-во Московского университета, 2019. 306 с.
11. Мохой-Надь Л. Новый инструмент видения. URL: <https://photoplay.livejournal.com/417442.html>.
12. Какие виды перспективы используются в фотографии. 2019. URL: <https://my-photocamera.ru/osnovy-foto/kakie-vidy-perspektivy-ispolzuyutsya-v-fotografii.html>.

13. Соколова Е. Как использовать линейную перспективу при съемке фото. 2020. URL: <https://photo-master.com/lineynaya-perspektiva-v-fotografii.php>.

14. Фриман М. Композиция в цифровой фотографии. Творческие приемы создания удачных фотоснимков. М.: Добрая книга, 2014. 192 с.

References

1. Styliadis, A. D., Sechidis, L. A. (2011). Photography-based façade recovery & 3-d modeling: A CAD application in Cultural Heritage, *Journal of Cultural Heritage*. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1296207411000070> [in English].
2. Li, Y., Zhou, Y., Yuan, K., Guo, Y., Niu, X. (2014). Exposing photo manipulation with inconsistent perspective geometry. *The Journal of China Universities of Posts and Telecommunications*. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1005888514603204> [in English].
3. Soyacan, A., Soyacan, M. (2019). Perspective correction of building facade images for architectural applications. *Engineering Science and Technology*. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215098618314137> [in English].
4. Abrosimova, N. V. (2015). Ponyatie fotografii i factory sozdaniya hudozhestvennogo fotoobraza [The concept of photography and the factors of creating an artistic photographic image]. *Vestnik LGU im. A. S. Pushkina – Bulletin of the LSU named after A. S. Pushkin*, 1. 215–224. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-fotografii-i-factory-sozdaniya-hudozhestvennogo-fotoobraza/viewer> [in Russian]
5. Arnheim, R. (2000). Iskusstvo i vizual'noe vospriyatie. Blagoveshchensk [in Russian].
6. Branskij, V. P. (1999). Iskusstvo i filosofiya [Art and Philosophy]. Kaliningad [in Russian].
7. Vershovs'kyj, A. (2010). Tretij vymir: ob'iem i perspektyva u fotohrafii [The Third Dimension: Volume and Perspective in Photography]. Photojournal. URL: https://sidorenkovalery.ucoz.ua/publ/tehnika_fotografuvannya/tretij_vimir_ob_39_em_i_perspektiva_u_fotografiji/3-1-0-58 [in Ukrainian].

8. Dyko, L. P. (1988). Osnovy kompozicii v fotografii [Fundamentals of composition in photography]. Moscow [in Russian].
9. Zholudev, N. K. (2012). Kompoziciya v fotografii [Composition in photography]. Moscow [in Russian].
10. Lapin, A. I. (2019). Fotografiya kak.. [Photography as...]. Moscow [in Russian].
11. Mohoj-Nad', L. Novyj instrument videniya [New vision tool]. URL: <https://photoplay.livejournal.com/417442.html> [in Russian].
12. Kakie vidy perspektivy ispol'zuyutsya v fotografii (2019). [What types of perspective are used in photography]. URL: <https://my-photo-camera.ru/osnovy-foto/kakie-vidy-perspektivy-ispolzuyutsya-v-fotografii.html> [in Russian].
13. Sokolova, E. (2020). Kak ispol'zovat' lineynuyu perspektivu pri s"emke foto foto [How to use linear perspective when taking photos]. URL: <https://photo-master.com/lineynaya-perspektiva-v-fotografii.php> [in Russian].
14. Friman, M. (2014). Kompoziciya v cifrovoj fotografii. Tvorcheskije priemy sozdaniya udachnyh fotosnimkov [Composition in digital photography. Creative Techniques for Great Photographs]. Moscow [in Russian].

ПЕРСПЕКТИВА ЯК ЗАСІБ КОМПОЗИЦІЙНОЇ ВИРАЗНОСТІ У ХУДОЖНІЙ ФОТОГРАФІЇ

ХИНЕВИЧ Р. В., СКЛЯРЕНКО В. О., СЛІТЮК О. О.

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Мета: визначення особливостей використання перспективи у художній фотографії як засобу композиційної виразності. Виконання аналізу геометричних та оптичних аспектів візуальних характеристик різних видів перспективи у фотомистецтві.

Методологія. Застосовано порівняльний аналіз композиційних прийомів передачі об'єму та глибини простору у художній фотографії. Використано методи систематизації та узагальнення для визначення специфічних рис різних видів перспективи у фотомистецтві.

Результати. Розглянуто особливості поняття перспективи у фотографії. Визначено спільні риси творів живопису і фотомистецтва у контексті передачі глибини і об'єму зображуваного простору. Виконано аналіз основних видів перспективи – лінійної, тональної, повітряної, оптичної та сферичної, на прикладі їх використання у художній фотографії. Визначено вплив перспективної побудови знімку на візуальне сприйняття зображення та закладеного в нього змісту. З'ясовано роль технічних засобів та їх параметрів при побудові перспективи фотографічного кадру.

Наукова новизна. Визначено основні прийоми відображення об'єму та глибини простору у фотозображенні при використанні різних видів перспективи. Виявлено геометричні та оптичні закономірності перспективи як образотворчого засобу у художній фотографії.

Практична значимість. Досліджено і систематизовано відомості про застосування різних видів перспективи у художній фотографії. Надано рекомендації щодо вибору геометричних та оптичних параметрів кадру для передачі візуальної інформації у творах фотографічного мистецтва. Отримані результати можуть бути використані у навчальному процесі при підготовці бакалаврів спеціалізації фотовідеодизайн.

Ключові слова: фотозображення; фотодизайн; графічний дизайн; календар; види перспективи у фотографії; лінійна перспектива; повітряна перспектива; тональна перспектива; оптична перспектива; сферична перспектива.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Хиневич Руслана Вікторівна, канд. техн. наук, доцент кафедри дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-3130-5785, **e-mail:** h.ruslana.v@gmail.com

Скляренко Валерій Олександрович, старший викладач кафедри дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-4867-7056, **e-mail:** gosvfart@gmail.com

Слітюк Олена Олександрівна, канд. техн. наук, доцент кафедри дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-9058-9979, **e-mail:** elena1200elena@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Khynevych R. V., Sklyarenko V. O., Slityuk O. O. Perspective as a Means of Compositional Expressiveness in Artistic Photography. *Art and design*. 2022. №3(19). С. 9–18.

Citation APA: Khynevych, R. V., Sklyarenko, V. O., Slityuk, O. O. (2022) Perspective as a Means of Compositional Expressiveness in Artistic Photography. *Art and design*. 3(19). 9–18.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2022.3.1](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.1)

УДК 687.016.5

KRASNIUK L. V., TROYAN O. M., YEMETS O. V.
Khmelnytskyi National University, UkraineDOI:10.30857/2617-
0272.2022.3.2.**THE PAINTING OF DIFFERENT ART DIRECTIONS AS A SOURCE
FOR CREATING CLOTHING COLLECTIONS**

The aim of this research is to analyze various approaches to the development of the creative concept for the author's clothing collections of different styles which are designed on the basis of such sources of inspiration as paintings.

Methodology. The basic principles of the systematic approach to artistic design of the author couture collection such as literaryanalytical research and associative stylization of the source of creativity were used in the process.

Results. It is revealed that producing an interesting image in the costume is a creative process of developing a complex system «individual-image-costume» which reflects modern trends in designing. The article shows that the development of the creative concept envisages the choice of the inspiration source which occupies the central place in the artistic designing of the author's clothing collections. It is emphasized that for many clothes designers it is paintings created by the well-known artists that are the most interesting and fruitful source of inspiration. The article presents the art analysis of paintings from such artistic directions as neoplasticism, primitivism and graphic art. The principles of formation of the author's clothing collections according to the paintings as the source of inspiration are considered. Different approaches to the production of the creative concept are demonstrated.

The scientific novelty. The paper sets out the basic artistic and compositional features of paintings from such artistic directions as neoplasticism, primitivism and graphic art (forms, decorative elements and color combinations) and their application in the design of collections of modern fashionable clothes.

The practical significance of the study consists in the design and execution of author's collections of women's clothing using the artistic and compositional features of paintings and taking into account modern fashion trends. The materials of this study can also be reflected in lecture courses in the disciplines of «Composition of products», «Design of artistic systems» and «Style and image in the fashion industry».

Keywords: creative concept; author's clothing collection; source of inspiration; painting as the source of inspiration; transformation of the source of inspiration.

Introduction. A growing interest can be observed to the aesthetic function of the costume, which is the major one among its basic functions. A gradual transfer of emphasis in the costume is taking place – from the utilitarian and functional approach to its artistic and aesthetic meaning. Such tendency reflects the change of fashion standard and forms a new approach to clothes designing. The specific development of contemporary fashion cannot be defined without taking into consideration all peculiarities of the country's culture. Modern fashion is an integral part of the European artistic space as well as other general trends on clothes design [1, 2].

The history of clothes design of the twentieth century is divided into two stages, two "global" concepts of design which played

a fundamental role in the formation of the fashion system of that period: functionalism which is typical for the development of design in the first part of the XXth century, and postmodernism («antifunctionalism») which was formed in the last quarter of the century.

The main principles of functionalism include: simplicity instead of complexity, usual instead of unusual, durable instead of fashionable, functional instead of emotional, reasonable instead of striking. The main provisions of functionalism in clothes design are functionality, rationalism, expediency and universality of clothing.

The formation of a new culture concept – postmodernism – took place in the last quarter of the XXth century when the rigid norms and rules are replaced by pluralism and freedom of

choice. The concept of postmodernism propounds freedom of «ideals-idols» of previous years, which are an obstacle to individual self-realization in new conditions. In other words, postmodernism implies rejection of the idea of unity and introduction of plurality in all spheres of human activity. Thus, in philosophy it involves radical transformation of mentality metaphysics of the new time, in politics – the policy of decentralization, and in design – the connection of high fashion and mass-scale fashion.

The Italian design theorist Ezio Mantsini emphasized some major reasons which led to a new paradigm of design:

- the crisis of the idea of progress and utilitarianism as a result of which the criterion of usefulness was replaced by ludic and hedonistic tendencies;

- the crisis of the notions of standard and norm which resulted in the fact that the «New design «rejected the main principle of functionalism («the function determines the shape») and the notion of «good shape» [3].

The distinctive feature of the period of postmodernism can be formulated in such way: the costume no longer is a self-sufficient material object; also, a gradual shift of emphasis from the utilitarian function onto the artistic and aesthetic functions of clothing is taking place. Nowadays such features as uniqueness, originality, imagery, emotional character are the priority qualities of designers' objects. The modern fashionable costume is under the influence of painting, architecture, sculpture, music, theatre and is often used as a creative element of performance at fashion shows. The change of priorities in clothes design induces designers to find inspiration and new ideas in the creations of artists, sculptors, architects.

Analysis of previous research. The formation of a fashionable image in the costume is a creative process of developing an integral system called «person-image-costume» which reflects modern trends in design. The main tasks of this process are the

search for the corresponding information and the creation of links between a consumer, the objective world and the designed goods, in particular. While solving these tasks designers formulate a creative concept of the future clothing collection, i.e., they state the idea, the set of goals, tasks and design techniques which are transformed into an artistic image. The creative concept defines the essence of the collection and formulates the basis of the design culture. According to its sense and character, the creative concept of the collection is connected with the author's individual outlook; it takes into consideration significant fashion tendencies and trends [4, 5].

The development of the creative collection envisages the choice of the inspiration source which is an important component of the process of designing. According to the famous French painter Frederic Forest, «Inspiration is the result of random moments running in my head and stealing everything I see. These moments could be everything, a smell, a sound, someone who you come across on the street, a cloth or its detail...» [6].

The creative source from which designers draw their inspiration is the major driving force of the fashion industry. The source of inspiration selected by the designer serves as the basis of the creative concept. It also plays a crucial role in the creation of stylistic, image-making, emotional and structural form-creating elements of clothing collections. The inspiration source is vital at the initial stages of the collection design process, providing a particular direction in the whole design process and transforming interesting designer's ideas into original creative clothing [7, 8].

The peculiarities of different approaches to the development of the creative author's concepts in clothes design are connected with the choice of various sources of inspiration. Any object or phenomenon of the surrounding world can be a source of inspiration. Such inspiration sources play an important part in

the process of designing, as they give a designer a creative impulse for new ideas, forms, and images [9].

Inspiration sources are varied and not at all similar. Each of them possesses its characteristic features which constitute a basis for making a unique and interesting artistic image of the clothing collection. Some designers draw their inspiration from more traditional sources (nature or natural phenomena, historic or ethnic costume, while others find inspiration in the works of music or painting [10, 11]. For many contemporary designers, the most convincing and interesting factors of formation of their creative concepts are works of painting. That is why painting can become a powerful incentive for sparking the designer's imagination and can promote the birth of new exciting designs [12, 13].

Statement of the problem. The aim of our research is to analyze various approaches to the development of the creative concept for the author's clothing collections which are different in style and created on the basis of paintings as an inspiration source.

Results of the research. The Dutch abstract painter Pete Mondrian is a well-known source of inspiration for clothing designers. Having started from realistic painting Pete Mondrian rather quickly rejected the smallest hints of the plot and space depth. Gradually, he started consciously restrict expressive devices in his paintings. It is actually impossible to confuse his canvases with other paintings as they depict colour and white squares divided by straight black lines.

Mondrian created his paintings on the basis of simple geometry and only three colours – red, blue and yellow, and in 1917 it resulted in the formation of a new art style – neoplasticism. According to its authors, the characteristic feature of this style is aspiration for «universal harmony» which manifests itself in strictly balanced combinations of rectangular figures clearly divided by black perpendicular lines and painted in local colours of the main spectrum (with the

addition of white and grey shades). The major peculiarity of neoplasticism is a firm restriction of expressive devices. For building a form, neoplasticism allows only horizontal and vertical lines. And the first principle of neoplasticism is the intersection of lines at right angle. In 1920 a new principle was introduced which restricts the colour palette by black, blue and yellow, i.e. three primary colours, which could be added by only white and black colours. With the help of these principles neoplasticism tried to achieve a universal character and thus create a new world picture.

The first nonplastic painting was made by Piet Mondrian in 1920 and called «Composition with Yellow, Red, Black, Blue and Gray» (fig. 1).

One of the main works by Mondrian which became a quintessence of neoplasticism and contains all his major artistic elements is "Composition in Red, Blue and Yellow» (fig. 2).

This minimalistic composition consists of black lines of different thickness, a big red square and small rectangles in yellow and blue. The black lines limit the two sides of rectangles, while the other two lines seem to pass the limits of the canvas. The rectangles interact with each other; the big red square does not dominate the small ones but is balanced by them.

Piet Mondrian's paintings are an example of the strictest and the most uncompromising geometrical abstraction in modern painting. Using straight lines he made his compositions asymmetrical, achieving a dynamic balance. In his paintings Mondrian tried to clearly reveal the fundamentals of creative art. He said he strove to find «a pure plastic reality» [14].

The artistic and theoretical heritage of Piet Mondrian largely predetermined the artistic and aesthetic principles of modern times. The artist's discoveries in the field of design were reflected in minimalism and op-art; they influenced the forms of modern architecture, design and printing art.

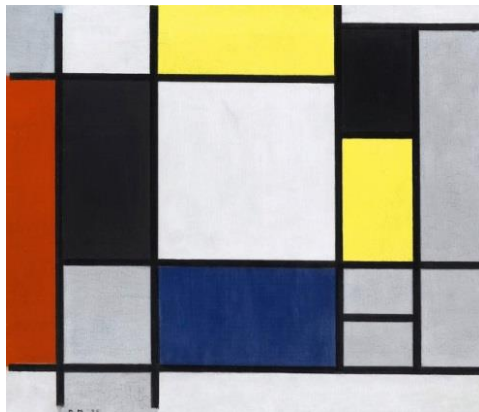


Fig. 1. «Composition with Yellow, Red, Black, Blue and Gray», 1920, by Piet Mondrian

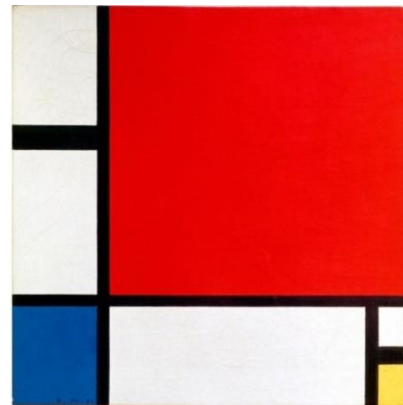


Fig. 2. «Composition II in Red, Blue and Yellow», 1930, by Piet Mondrian



Fig. 3. The models of dresses from Yves Saint Laurent's collection «Mondrian», 1965–1966

Until now Mondrian's creative work remains an inexhaustible source of inspiration for fashion and industrial designers, designers of the interior. The clear geometric lines of Mondrian's paintings ideally lie on any surface and elevate everyday objects to the level of genuine art.

One of the first clothing designers inspired by Piet Mondrian's neoplasticism was Yves Saint Laurent, the French designer [15, 16]. He created the clothing collection for autumn/winter 1965-1966 under the name «Mondrian». This collection contained women's dresses on which the painter's works were recreated (fig. 3).

These elegant dresses of A-silhouette are knee-length, sleeveless and have a round neckline. The dresses have become the symbol of a new era and have forever entered the

treasury of the history of fashion. At present they are exhibited in the Victoria and Albert Museum in London, the world's biggest museum of the decorative and applied art and design. Besides, the famous Mondrian's drawing on the dresses is not a print, but the parts of fabric of different colours joined together.

An interesting source of inspiration for creating unusual and emotional images is the art of primitivism. The term «primitivism» emerged in fine arts at the end of the XIXth century, and more exactly in 1890s when Paul Gauguin's Tahitian paintings were shown. In the late XIX – early XXth centuries the traits of primitivism could be observed in the works of many famous painters such as Paul Klee, Pablo Picasso, Henri Matisse, Marcel Duchamp. Besides, the term «primitivism» is also applied

for describing the art created by the «primitives» – the artists, usually self-educated painters. Their paintings have simplified form and colours and do not keep the academic artistic devices like chiaroscuro, linear perspective, proportionality. In the first half of the twentieth century the world learned about such self-educated painters as the French artist Henri Roussot, the Georgian painter Niko Pirosmiani, the American artist Grandma Moses and others [17, 18].

Primitive art was regarded as a very interesting cultural layer. The works of unknown self-educated painters were exhibited for general public alongside with the paintings of the well-known professional artists. This art aroused new emotions, new mood, and new world outlook. Some researchers [17] consider that primitivism blurred the boundaries between branches of art. Therefore this term is now used for defining different spheres – from folk art to naive art of self-educated painters. Naive art can be characterized as a pure, childish, simplified outlook.

Despite the differences between the places of birth and residence of self-educated painters, it is possible to determine one common feature in their art – the ingenious, undivided feeling of reality. Such artist seems to live in two temporal dimensions – in empiric time and in mythical time, without feeling any discomfort. The painting and the world depicted on it are perceived by the author as undoubted reality bringing about joy and excitement. The reason is not only the technical skill of the artists but also the desire of creative expression of their feelings and the longing for sharing these feelings with other people. As a rule, the works of self-educated painters are distinguished by an ideal harmony between people and nature [19].

The paintings of the original Ukrainian artist Mariya Prymachenko (1908–1997) is a bright example of primitive art. Prymachenko drew her canvases in the direction of naive art.

Her naive art represents the style of simplified forms, «pure» colours, distorted perspective and original look. Her paintings often resemble children's pictures. However, Mariya Prymachenko's art is not superficial; it is deep and unique in its mythological outlook. The plot of her works is often based on the Ukrainian folk tales. The colours on her paintings are impressive: unbelievable colour combinations, unexpected contrasts not restricted by any canons: she combines red and green, yellow and light blue, black and pink. Her paintings depict the grief of the war consequences, the fear of the possibility of a new war, the horror of the Chornobyl disaster. Mariya Prymachenko created over 850 paintings; 650 paintings are stored and exhibited in Kyiv Museum of the Ukrainian folk decorative art [19, 20].

It should be mentioned that the focal point of Prymachenko's art is flowers, fantastic animals and plots from the peasant life. The artist painted animals during all her life; they are kind or cruel, foolish or sly. Marvellous big forms of unexisting animals, a kaleidoscope of colours and ornamental decoration contribute to the creation of an extraordinary emotional image. In Prymachenko's paintings the magic of real art comes into action: animals look as if they were alive, they seem to breathe and move. The artist's rich imagination «interwove» domestic and wild animals, imparted them unusual colours and unexpected features [21]. For example, the elephant which is not to be found in Ukraine grazes among the Ukrainian weeds and flowers on her painting; it is painted in circles and dots (fig. 4).

While painting her fantastic animals, Mariya Prymachenko seemed to write ancient myths, fairy tales and legends. Such animals do not exist in nature. Thus, the bull which was deified by farmer as a symbol of fertility connected with the sky is depicted on her canvas as a star-covered creature with a crown and a thick beard (fig. 5).



Fig. 4. «The Elephant», 1937,
by Mariya Prymachenko



Fig. 5. «The Blue Bull», 1947,
by Mariya Prymachenko



Fig. 6. «The Fourth Power Unit», 1988,
by Mariya Prymachenko

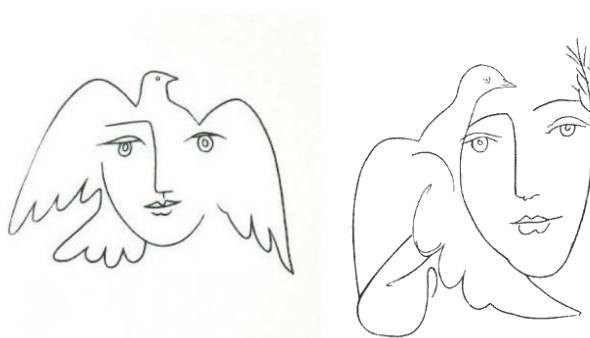


Fig. 7. One line drawing by Pablo Picasso, 1950–1951

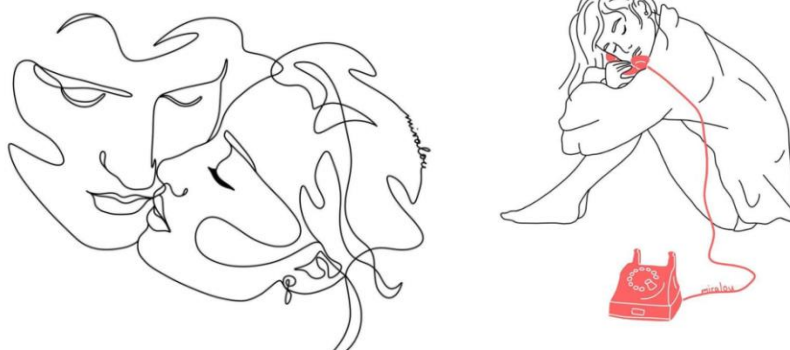


Fig. 8. One line drawings by Mira Lou, 2019

Mariya Prymachenko lavishly decorated all her paintings with colourful ornaments. Such was the depiction of a kind orange elephant, of a marvelous blue bull, and of the fourth power unit of the Chornobyl atomic power station. The terrible power unit on her painting was depicted without any expression of tragedy. It is strewn with flowers and can be called a unique monument to dozens of thousands of the disaster liquidators who

perished in 1986 or after. On her canvas we can see how the souls of the dead people in the form of the birds are hovering over this flowered monument, and next generations come to this monument with flowers to pay homage to the heroes (fig. 6).

The most characteristic feature of Prymachenko's paintings is decorativeness, a universal technique which is typical for the Ukrainian folk art. Mariya Prymachenko as a real

folk master lavishly used this technique in her canvases. The artist did not like big clear planes, they seemed lifeless to her. That is why everywhere the background of her paintings – the earth, the water, the sky – is covered with rhythmical rows of horizontal or vertical lines, brackets, dots or flowers. Such simple alternation of various forms and colours is repeated on every piece of the canvas, in the smallest detail. As a brilliant master of composition Prymachenko always finds a peculiar and perfect «rhythm of the rhythm». Such invariable, quiet and balanced ornamental movement is evident in all paintings of Mariya Prymachenko.

While investigating modern fashion we determined that one of the directions in modern fine arts which is a popular source of inspiration for designers is graphic art, in particular one line graphic drawing. The artistic expressiveness of one line drawing is distinguished by its laconic style and clear images, maximal concentration of the main idea and a strict choice of expressive techniques such as a black thin line. The artists working in this direction seem to leave the drawing semifinished; however, it does not spoil the impression of its sense. On the contrary, a spectator can watch and follow the line and correctly realize the idea of the drawing expressed by the author. A talented master drawing a line which reproduces the contour and fills the form is able to recreate an impressive number of visual effects. In such way the artist seems to move the environment on the paper and creates interesting images. The described type of drawing depends more on feeling than on perception, so emotions play a major role here [22].

The most famous example of one line drawings dates back to the early twentieth century. It is represented by monochrome minimalist drawings by the great Spanish painter Pablo Picasso [22] (fig. 7).

Picasso depicted complicated realistic objects in the simplified way, drawing them with the help of a single continuous line. At

first sight, it may seem that it is easy to make such drawings, but actually expressing a real essence of an artistic image with the help of only one line is rather a difficult task.

If we consider modern graphic artists painting with one line we should first of all distinguish the works of the French artistic duet «Differantly» (DFT). Nowadays this duet is one of the most famous groups of graphic artists. They cooperate with such world famous brands as Adidas, Nike, Nissan, Hermes and Adobe. These artists transform complex images into one line minimalist art and concentrate on the major idea which creates the principal identity of the object and renders the essence of the image [22].

David Hallangen-Lake is a well-known master of a one line drawing. He lives in London and has been engaged in illustrations and design for over 20 years [22].

The Paris painter Frederic Forest is an artist famous for his minimalist laconic drawings in the one line graphic technique. He can reproduce the essence of the object, the mood and emotions of a person with the help of only one thin black line [6].

Mira Lou was born and lives in Berlin. She is only 22 but today she is a famous illustrator, photographer and graphic designer. She creates minimalist linear illustrations which record life moments, concentrating on interactions between people and their emotions. Very often the main characters of her drawings are women, their mood, their feelings, their passions, their beauty. Besides lines, Mira Lou sometimes makes use of colour in her drawings (fig. 8) [23].

So, one line graphic art is a peculiar unreal world which painters creation on the sheet of paper with the help of a continuous black line. Graphic art has little in common with real life because a graphic artist takes only a small part from reality. However, spectators perceive this strange world as understandable and existing. Spectators themselves recreate the details, forms, volumes, colours which are absent on the

canvas. And each graphic artist can deviate from the reality in a different way.

The results of our analysis of paintings from different artistic directions such as neoplasticism, primitivism and one line graphic art revealed that artists make use of various compositional techniques and ways of making paintings. It is interesting to investigate the principles of creating author's collection of clothing according to the painting sources of inspiration when different artistic techniques of painters are taken into consideration.

The artistic heritage of Piet Mondrian became a source of inspiration for creating the author's collection of women's clothing under the name «On the Road with Mondrian» (fig. 9).

The collection contains semi-fitted women's dresses, waistcoats of different length and shape, blouses of straight silhouette and trousers. The colour solution of the collection is based on the most characteristic features of Piet Mondrian's paintings such as: geometric triangular figures of red, yellow, blue and white colours. The figures are clearly divided by horizontal and vertical black lines. The piquancy of the collection is the combination of geometric colour figures with rectangular open parts of the body which are outlined with black lines. The open parts of the body harmoniously fit into the strict geometric abstraction of Piet Mondrian and supplement it from the viewpoint of composition with the warmth of the woman's body. To complete the artistic image the collection includes the rucksacks with the elements of Mondrian's paintings.

Thus, in this case the paintings by Piet Mondrian are a source of inspiration used to create silhouettes, proportions and colour solution of clothing parts. The colour solution of each separate article is associated with certain painting of Mondrian. As a whole, the colour solutions of the author's collection «On the Road with Mondrian» are similar to those applied in neoplasticism.

The decorative character of Mariya Prymachenko's artis used as an inspiration source in the creation of the author's collection of men's clothing «The Illusion of Presence» (fig. 10).

The collection presents men's articles of clothing where the prints on the fronts and backs are made on the motifs of Prymachenko's works. While looking at the prints spectators seem to be present at the exhibition of paintings of this original master. The artistic techniques applied by Mariya Prymachenko, in particular ornamental, colourful and emotional elements, are a wonderful technique for decorating clothing. Therefore, for decorating clothing parts in the collection, the creative achievements of Prymachenko – marvellous fantastic animals, colours and the Ukrainian folk style elements were used. Two main techniques supplementing each other, i.e. prints performed on shirt parts and rucksacks, as well as embroidery on the parts of jackets, waistcoats, trousers and shorts, were employed for decorating the goods.

Due to such unusual decoration the articles of clothing look stylish and original. And combining men's articles of clothing of classic and sports style in the collection can be considered an interesting compositional and stylistic solution. Such source of inspiration as one line graphic art and its characteristic features served as the basis for creating the author's collection of women's clothing called «Your Face» (fig. 11).

This collection contains the ensembles of women's clothing with white blouses, having a stitched decorative cord on the fronts and backs. The cord imitates graphic drawings in one line technique. In such way the contours of the stylized human faces are created on the blouses. The characteristic feature of these images is some incompleteness, a conventional, symbolic reproduction of features of the faces and the impression that something is unsaid, as if it were a hint at certain images.



Fig. 9. The collection of women's clothing «On the Road with Mondrian»
(author Oleksandra Kovryzhnykh, supervisor Larysa Krasniuk)



Fi. 10. The collection of men's clothing «The Illusion of Presence»
(author Olesia Diak, supervisor Larysa Krasniuk)



Fig. 11. The collection of women's clothing «Your Face»
(author Tia Taips, supervisor Oleksandr Troyan)

Exactly these aspects are especially interesting; they seem to be oriented at the spectator's imagination. The snow-white blouses of the collection «Your Face» symbolize the canvas of the painting, whereas black trousers and skirts complete the composition, like the frames of the painting.

Conclusions. The article considers the issues of developing the approaches to the designing of the author's clothing collections. These approaches are based on the principles of using painting as a source of inspiration for clothing designers. It was determined that works of painting are a rather widespread and efficient source for searching for new creative ideas and for developing aesthetically expressive clothing designs. The analysis of artistic and expressive peculiarities of paintings performed in various art directions enabled to reveal the possibility of using them as a source of inspiration in the process of designing the author's clothing collections with an original solution. The principles of formation of the author's clothing collections applying various approaches to the creation of the artistic concept are examined on the basis of particular examples. Three author's collections

of clothing have been created according to different principles of using painting as the inspiration source. These collections clearly and visually demonstrate the influence of different art directions on the choice of techniques for compositional structure of clothing collections. The major ways of transformation of the discussed paintings in the clothing collection are: the use of the color range of the paintings, of their characteristic lines, proportions, geometrical shapes, the application of separate painting fragments for decorating clothing as prints, embroidery, applique, etc. Such elements enrich the forms of the articles in the original way, making it more expressive and emotionally meaningful. The integrity of the collections is achieved by using a single stylistic decision which, in its turn, is subordinated to the painting source of inspiration. The application of the proposed approaches in the artistic designing of the author's clothing collections based on the principles of using painting as the source of inspiration will make it possible to raise the quality of clothing by means of improving its aesthetic properties.

Література

1. Chuprina N. V., Krotova T. F., Pashkevich K. L., Kara-Vasylieva, T. V., Kolosnichenko M. V. Formation of fashion system in the XX – The beginning of the XXI century. *Vlakna a Textil*. 2020. №4(27). P. 48-57.
2. Pashkevich K., Kolosnichenko M., Yezhova O., Kolosnichenko O., Ostapenko N. Study of properties of overcoating fabrics during design of women's clothes in different forms. *Tekstilec*. 2018. 61(4). P. 224-234. <https://doi.org/10.14502/Tekstilec2018.61.224-234>.
3. Manzini E. Design in the transition phase: a new design culture for the emerging design. *Design Philosophy Papers*. 2015. Vol. 13. P. 57-62. <https://doi.org/10.1080/14487136.2015.1085683>.
4. Chuprina N.V. Characteristics of «FAST FASHION» concept in fashion industry. *Vlakna a Textil*. 2014. №1(21). P. 31-36.
5. Kolosnichenko O. V., Pryhodko-Kononenko I. O., Ostapenko N. V. Design of new articles of

clothing using principles of contemporary style directions in architecture and art. *Vlakna a Textil*. 2016. № 1(23). P. 18-23.

6. Sijbers N. Frédéric Forest – Thin lines come together, METAL. URL: <https://metalmagazine.eu/en/post/interview/frederic-forest-thin-lines-come-together> (дата звернення: 12.09.2022).

7. Cinar P. Art as a Source of Inspiration in Fashion Design. *New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences*. 2017. №4(11). P. 53-61.

8. Краснюк Л. В., Троян О. М., Туржанська К. М., Глушко Ю. С. Особливості проектування авторської колекції одягу в романтичному стилі. *Art and Design*. 2019. №3(07). С. 77-88. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2019.3.8>.

9. Eckert C., Stacey M. Sources of inspiration: a language of design. *Journal of Business Research*. 2000. №21. P. 523-538. [https://doi.org/10.1016/S0142-694X\(00\)00022-3](https://doi.org/10.1016/S0142-694X(00)00022-3).

10. Краснюк Л. В., Матрофайло М. В., Троян О. М. Проектування авторської колекції жіночого одягу в еко-стилі із використанням оздоблення в техніці вибійки. *Art and Design*. №3(03), 2018, С. 96-106. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.9>.
11. Mete F. The creative role of sources of inspiration in clothing design. *International Journal of Clothing Science and Technology*. 2006. №18. P. 278-293. <https://doi.org/10.1108/09556220610668509>.
12. Donghwy A., Nara Y. The inspirational power of arts on creativity. *Journal of Business Research*. 2018. Vol. 85. P. 467-475. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.025>.
13. Krasniuk L., Troyan O. Designing the author's collection of women's clothing with the use of painting as the source of inspiration. *Vlakna a Textil*. 2020. № 3(27). P. 97-102.
14. Fallahzadeh A., Gamache G. Equilibrium and rhythm in Piet Mondrian's Neo-Plastic compositions. *Cogent Arts & Humanities*. 2018. Vol. 5. <https://doi.org/10.1080/23311983.2018.1525858>.
15. Sari S., Kodaman L. Yves Saint Laurent giysi tasarımlarında piet mondrian etkisi. URL: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/275341> (дата звернення: 15.09.2022).
16. The Mondrian Revolution. Musee Yves Saint Laurent Paris. URL: <https://museeyslparis.com/en/stories/la-revolution-mondrian> (дата звернення: 15.09.2022).
17. Anika D. Primitivism in Art and Its Influence on Street Art Today – The Indigenous and the Grand, Widewalls. 2015. URL: <https://museeyslparis.com/en/stories/la-revolution-mondrian> (дата звернення: 16.09.2022).
18. Primitivism. Definition, Characteristics of Primitive Art. Encyclopedia of Art History. URL: <http://www.visual-arts-cork.com/history-of-art/primitivism.htm> (дата звернення: 16.09.2022).
19. Богачева Юлія. Наївне мистецтво як маніфестація сакрального в сучасній культурі. Докса. *Збірник наукових праць з філософії та філології*. Вип. 2(30). 2018. С. 141-148. [https://doi.org/10.18524/2410-2601.2018.2\(30\).146567](https://doi.org/10.18524/2410-2601.2018.2(30).146567).
20. Ворон Богдан. Чорнобильський бестіарій Марії Приймаченко. Мистецький альманах АРТЕС. 2016. URL: <https://artes-almanac.com/maria-pryimachenko/> (дата звернення: 16.09.2022).
21. Folk art by Maria Primachenko. Handmade Charlotte. JUNE 08. 2017. URL: <https://www.handmadecharlotte.com/folk-art-maria-primachenko/> (дата звернення: 16.09.2022).
22. Gemmeke M. The art of one line drawings. What is a one line drawing and what makes each one unique? 2018. URL: <https://medium.com/@michellegemmeke/the-art-of-one-line-drawings-8cd8fd5a5af7> (дата звернення: 16.09.2022).
23. Pacciardi G. The minimal and sustainable world of Mira Lou. Collateral. 2020. URL: <https://www.collateral.al/en/minimal-sustainable-world-mira-lou-illustration/> (дата звернення: 16.09.2022).

References

1. Chuprina, N. V., Krotova, T. F., Pashkevich, K. L., Kara-Vasylieva, T. V., & Kolosnichenko, M. V. (2020). Formation of fashion system in the XX – The beginning of the XXI century. *Vlakna a Textil*. 4. 48-57 [in English].
2. Pashkevich, K., Kolosnichenko, M., Yezhova, O., Kolosnichenko, O., & Ostapenko, N. (2018). Study of properties of overcoating fabrics during design of women's clothes in different forms. *Tekstilec*. 61(4). 224-234. <https://doi.org/10.14502/Tekstilec2018.61.224-234> [in English].
3. Manzini, E. (2015). Design in the transition phase: a new design culture for the emerging design. *Design Philosophy Papers*. 13. 57-62. <https://doi.org/10.1080/14487136.2015.1085683> [in English].
4. Chuprina, N. V. (2014). Characteristics of «FAST FASHION» concept in fashion industry. *Vlakna a Textil*. 1. 31-36 [in English].
5. Kolosnichenko, O. V., Pryhodko-Kononenko, I. O., & Ostapenko, N. V. (2016). Design of new articles of clothing using principles of contemporary style directions in architecture and art. *Vlakna a Textil*. 1. 18-23 [in English].
6. Sijbers, N. Frédéric Forest – Thin lines come together, METAL. URL: <https://metalmagazine.eu/en/post/interview/frederic-forest-thin-lines-come-together> (Last accessed: 12.09.2022).
7. Cinar, P. (2017). Art as a Source of Inspiration in Fashion Design. *New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences*. 4. 53-61 [in English].
8. Krasniuk, L. V., Troyan, O. M., Turzhanska, K. M., & Glushko, Yu. S. (2019). Osoblyvosti proektuvannya avtorskoyi kolekciyi odyagu v romantychnomu styli [Design of the authors'

collection of clothes in romantic style]. Kyiv: *Art and Design*. 3. 77-88. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2019.3.8> [in Ukrainian].

9. Eckert, C., & Stacey, M. (2000). Sources of inspiration: a language of design. *Journal of Business Research*. 21. 523-538. [https://doi.org/10.1016/S0142-694X\(00\)00022-3](https://doi.org/10.1016/S0142-694X(00)00022-3).

10. Krasniuk, L. V., Matrofailo, M. V., & Troyan, O. M. (2018). Proektuvannia avtorskoi koleksii zhinochoho odiahu v eko-styli iz vykorystanniam ozdoblennia v tekhnitsi vybiiky [Design of author couture collection in eco-style with the use of printing technique]. *Art and Design*. 3. 96-106. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.9> [in Ukrainian].

11. Mete, F. (2006). The creative role of sources of inspiration in clothing design. *International Journal of Clothing Science and Technology*. 18. 278-293. <https://doi.org/10.1108/09556220610668509> [in English].

12. Donghwy, A., & Nara, Y. (2018). The inspirational power of arts on creativity. *Journal of Business Research*. 85. 467-475. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.025> [in English].

13. Krasniuk, L., & Troyan, O. (2020). Designing the author's collection of women's clothing with the use of painting as the source of inspiration. *Vlakna a Textil*. 3. 97-102 [in English].

14. Fallahzadeh, A., & Gamache, G. (2018). Equilibrium and rhythm in Piet Mondrian's Neo-Plastic compositions. *Cogent Arts & Humanities*. 5. <https://doi.org/10.1080/23311983.2018.1525858> [in English].

15. Sari, S., & Kodaman, L. Yves Saint Laurent giysi tasarimlarinda piet mondrian etkisi. URL: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/275341> (Last accessed: 15.09.2022) [in English].

16. The Mondrian Revolution. Musee Yves Saint Laurent Paris. URL: <https://museeyslparis.com/en/stories/la-revolution-mondrian>

(Last accessed: 15.09.2022) [in English].

17. Anika, D. (2015). Primitivism in Art and Its Influence on Street Art Today – The Indigenous and the Grand, Widewalls. URL: <https://museeyslparis.com/en/stories/la-revolution-mondrian> (Last accessed: 16.09.2022) [in English].

18. Primitivism. Definition, Characteristics of Primitive Art. Encyclopedia of Art History. URL: <http://www.visual-arts-cork.com/history-of-art/primitivism.htm> (Last accessed: 16.09.2022) [in English].

19. Bogacheva, Yu. (2018). Nayivne mystecztvo yak manifestaciya sakralnogo v suchasniy kulturi [Naive art as a manifestation of the sacred in modern culture]. *Doksa. Zbirnyk naukovykh prac z filosofiyi ta filologiyi*. 2. 141-148. [https://doi.org/10.18524/2410-2601.2018.2\(30\).146567](https://doi.org/10.18524/2410-2601.2018.2(30).146567) [in Ukrainian].

20. Voron, B. (2016). Chornobylskyj bestiarij Mariyi Prymachenko [Maria Prymachenko's Chernobyl bestiary]. *Mysteczkij almanax ARTES*. URL: <https://artes-almanac.com/maria-prymachenko/> (Last accessed: 16.09.2022) [in Ukrainian].

21. Folk art by Maria Primachenko. Handmade Charlotte. JUNE 08. 2017. URL: <https://www.handmadecharlotte.com/folk-art-maria-primachenko/> (Last accessed: 16.09.2022) [in English].

22. Gemmeke, M. (2018). The art of one line drawings. What is a one line drawing and what makes each one unique? URL: <https://medium.com/@michellegemmeke/the-art-of-one-line-drawings-8cd8fd5a5af7> (Last accessed: 16.09.2022) [in English].

23. Pacciardi, G. (2020). The minimal and sustainable world of Mira Lou. Collateral. URL: <https://www.collateral.com/en/minimal-sustainable-world-mira-lou-illustration/> (Last accessed: 16.09.2022) [in English].

ЖИВОПИС РІЗНИХ МИСТЕЦЬКИХ НАПРЯМКІВ ЯК ТВОРЧЕ ДЖЕРЕЛО ДЛЯ РОЗРОБКИ КОЛЕКЦІЙ ОДЯГУ

КРАСНЮК Л. В., ТРОЯН О. М., ЄМЕЦЬ О. В.

Хмельницький національний університет, Україна

Мета – проаналізувати різноманітні підходи до розроблення творчої концепції авторських колекцій одягу різного стильового спрямування, створених за живописними джерелами натхнення.

Методологія. Використано основні принципи системного підходу до художнього проектування авторської колекції одягу: літературно-аналітичні дослідження, морфологічний аналіз, метод системно-структурного аналізу та образно-асоціативна стилізація джерела творчості.

Результати. Виявлено, що створення образу в костюмі представляє собою творчий процес розроблення складної системи «людина-образ-костюм», яка віддзеркалює сучасні тенденції дизайну. Показано, що розроблення творчої концепції передбачає вибір творчого джерела, що займає центральне місце в художньому проєктуванні авторських колекцій одягу. Наголошено, що для багатьох дизайнерів одягу картини, створені художниками, є найбільш цікавим та плідним джерелом натхнення. Виконано мистецтвознавчий аналіз творів живопису різних мистецьких напрямів: неопластицизму, примітивізму та графіки. На конкретних прикладах розглянуті принципи формування авторських колекцій одягу за живописними джерелами натхнення з використанням різних підходів до створення творчої концепції.

Наукова новизна полягає у визначенні характерних художньо-композиційних ознак творів живопису різних мистецьких напрямів – неопластицизму, примітивізму та графіки (форм, декоративних елементів та кольорів) та їх застосування у дизайні колекцій сучасного модного одягу.

Практична значущість дослідження полягає в дизайн-проєктуванні та виконанні авторських колекцій жіночого одягу з використанням художньо-композиційних ознак творів живопису та з урахуванням сучасних тенденцій моди. Матеріали даного дослідження також можуть знайти відображення у лекційних курсах з дисциплін «Сецкомозиція виробів», «Проєктування художніх систем», «Стиль та імідж в індустрії моди».

Ключові слова: *творча концепція; авторська колекція одягу; творче джерело; живописне джерело натхнення; трансформація джерела натхнення.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Краснюк Лариса Володимирівна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри технології і конструювання швейних виробів, Хмельницький національний університет, ORCID 0000-0003-1429-7178, **e-mail:** krasniukL@khnmu.edu.ua

Троян Олександр Михайлович, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри технології і конструювання швейних виробів, Хмельницький національний університет, ORCID 0000-0003-3339-3659, **e-mail:** troianO@khnmu.edu.ua

Ємець Олександр Васильович, канд. філол. наук, доцент, професор кафедри германської філології та перекладознавства, Хмельницький національний університет, ORCID 0000-0001-6332-2830, **e-mail:** yemetsov@ukr.net

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2022.3.2](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.2)

Цитування за ДСТУ: Краснюк Л. В., Троян О. М., Ємець О. В. Живопис різних мистецьких напрямків як творче джерело для розробки колекцій одягу *Art and Design*. 2022. №3(19). С. 19–31.

Citation APA: Krasniuk, L. V., Troyan, O. M., Yemets, O. V. (2022). The painting of different art directions as a source for creating clothing collections. *Art and Design*. 3(19). 19–31.

УДК 72.012.87

АБИЗОВ В. А., БУЛГАКОВА Т. В., АГЛІУЛЛІН Р. М.

Київський національний університет технологій та дизайну,
УкраїнаDOI:10.30857/2617-
0272.2022.3.3.**ОСНОВНІ ЧИННИКИ ТА УМОВИ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННЯ
КОРПУСНИХ МЕБЛІВ ДЛЯ КУХНІ**

Метою дослідження є виявлення основних чинників та умов проектування корпусних меблів для кухні.

Методологія. В дослідженні використано аналіз літературних джерел з питань проектування меблевих виробів; структурний та системний аналіз; синтез результатів дослідження.

Результати. Дизайн кухонних меблів та обладнання відіграє важливу роль у формуванні комфортного житлового середовища для споживача. Врахування дизайнером основних чинників та умов формування меблів даного типу є основою якісного дизайну меблів і створення комфортного простору житла. Визначено, що формування корпусних меблів кухні має здійснюватися на основі таких груп чинників – соціально-економічних, ергономічно-просторових, функціонально-типологічних, екологічних, конструктивно-технологічних та естетичних, що зумовлено тісною взаємодією цих чинників у проектуванні й етапністю роботи дизайнера. У відповідності до цих груп чинників сформульовані умови формування корпусних меблів кухні. Урахування згаданих чинників та відповідних їм умов формування меблів даного типу дасть можливість визначати особливості конкретного споживача, що є актуальним в рамках людиноорієнтованого підходу до проектування середовища. Формування корпусних меблів кухні виходячи із визначених умов, є ключовою вимогою для успішного дизайну меблів і дає позитивний результат – комфорт користувача.

Наукова новизна. Вперше визначені чинники та відповідні їм умови проектування корпусних меблів кухні, що є основою якісного дизайну житлового середовища.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх застосування для дизайнерів і виробників при проектуванні корпусних меблів кухні.

Ключові слова: дизайн; кухні; корпусні меблі; проектування кухонних меблів; чинники та умови формування.

Вступ. На думку ряду вітчизняних дослідників, формування корпусних меблів як складника публічного й/або приватного просторів повинно здійснюватися із урахуванням таких принципів: домінантності, композиційної рівноваги, акцентування й інтеграції. Наприклад, відповідно до принципу домінанти дизайн меблів має бути підпорядкований певній пластичній формі. Композиційна рівновага передбачає збалансованість елементів дизайну меблів. Принцип інтеграції полягає в гармонійному поєднанні дизайну меблів із їхньою утилітарною функцією. У ході реалізації принципу акцентування відбувається навмисне підкреслення, зосередження уваги користувача на якомусь одному елементі

дизайну меблів [14, с. 529–531]. Крім того, для меблів з об'ємними формами (корпусних меблів) характерний принцип секційності, що підвищує функціональні якості й варіабельність художньо-компонувальних прийомів меблювання інтер'єру.

Крім згаданих принципів, на думку авторів, необхідним є урахування чинників та відповідних їм умов формування корпусних меблів кухні, що дасть можливість визначати особливості конкретного споживача, що є актуальним в рамках людино орієнтованого підходу до проектування середовища. Розуміння дизайнером чинників та відповідних їм умов розробки кухонних меблів є основою для створення якісного продукту для користувача.

Аналіз попередніх досліджень

Дослідженням дизайну корпусних меблів та меблів як складової інтер'єру в Україні займаються В. Абизов [10, 11], Т. Габрель, О. Олійник, В. Чернявський, [16], С. Мигаль, Ю. Подольський, З. Дячун [13], В. Стрілець [17], С. Сьомка, Є. Антонович [18], А. Мastroва, Г. Хавхун [14] та ін. В роботах цих дослідників висвітлено основні аспекти художнього моделювання меблів та обладнання й окреслено можливі перспективні напрями розвитку цієї сфери дизайну.

Роботи західних авторів присвячено проблемам різних конструктивних рішень відносно корпусних меблів. Крім того, розглядаються дизайнерські підходи до різних категорій корпусних меблів. Це, зокрема, праці таких дослідників, як С. Алітаджер, Г.М. Ноджумі [1], А. Девіс, К. Толлерві [3], Е. Чівер [2], Дж. Грос [4], Цзян Бін, Ніу Хуей і Чжоу Ді [5] та ін. Зокрема, відома західна дослідниця Джудіт Міллер [15] звертається до історії меблевого мистецтва та розглядає особливості меблів для різних вікових груп населення.

Визначенням груп чинників, що формують і визначають дизайн сучасних корпусних меблів займалися В. Абизов і В. Стрілець [10; 17]. На їх думку, існують такі групи згаданих чинників: соціальні, функціонально-типологічні, екологічні, ергономічні, конструктивні й технологічні, композиційні, історико-культурні, а також естетичні. Слід вказати, що чинники в статті В. Абизова і В. Стрільця [10] стосуються меблів взагалі й не зовсім підходять для визначення чинників формування корпусних меблів кухні. Враховуючи це, надалі висловимо свій погляд на цю проблему.

Постановка завдання. Виявити основні чинники та відповідні їм умови проектування корпусних меблів кухні, врахування яких є основою комплексного підходу до проектування даного типу меблів орієнтованого на споживача.

Результати дослідження. Формування корпусних меблів кухні, на думку авторів, має

здійснюватися на основі таких груп чинників – соціально-економічних, ергономічно-просторових, функціонально-типологічних, екологічних, конструктивно-технологічних та естетичних, що зумовлено тісною взаємодією цих чинників у проектуванні й етапністю роботи дизайнера.

Зазначені чинники в динаміці мають різний вплив на дизайн корпусних меблів кухні. Враховуючи це, формування корпусних меблів кухні має здійснюватися, виходячи із таких умов.

Соціально-економічні умови проектування спрямовані на визначення соціальних груп споживачів майбутнього мебельного виробу. У відповідності до них визначається асортимент меблів та попит на них протягом тривалого відрізка часу. Соціальні вимоги обумовлені економічними, демографічними й культурними потребами суспільства, зокрема:

- економічні потреби визначають соціальні групи населення та їхні економічні можливості для придбання меблів. Ці вимоги є основними для вибору матеріалу, конструкції, обробки меблів;

- соціально-демографічні потреби родини впливають на номенклатуру меблів, її розміри й форму. Проектуючи меблі для будинку, необхідно враховувати тип родини, вік і стать її членів, специфіку життєвого циклу людини, фази існування родини, освітній рівень, характер праці й життєвий уклад родини. Усі ці чинники дозволяють правильно визначити функціональне зонування, правильно розташувати меблі й устаткування;

- соціально-культурні потреби до меблів обумовлені тим, що меблі належать до матеріально-художньої культури суспільства. Їхня роль полягає не лише в задоволенні побутових потреб споживача, але й у відповідності культурному середовищу, традиціям і духовним потребам суспільства [10, с. 80].

В залежності від рівня та ступеня економічного розвитку країни й суспільства,

повільних, але істотних перетворень зазнають соціальна і демографічна структури населення. Тобто, динаміка соціально-демографічних змін, відповідно, урбанізаційних процесів значною мірою пов'язані з загальними макроекономічними умовами розвитку країни [9, с. 46].

Ергономічно-просторові умови забезпечують оптимізацію відносин у системі «людина – виріб – середовище». При проектуванні корпусних меблів кухонь враховують раціональність форми кухні в просторі, конструктивну й функціональну доцільність виробу. Ергономіка відповідно до одного з визначень – це наукова дисципліна, яка комплексно вивчає функціональні здібності людини в побутовій сфері, а також створення належних просторових умов. Умови ергономічного порядку лежать в основі проектування корпусних меблів, які згідно з цими засадами повинні відповідати взаємозалежним психо-фізіологічним, соціально-психологічним, гігієнічним, демографічним та іншим об'єктивним характеристикам.

Функціонально-типологічні умови проектування визначають відповідність меблів своєму типу. Відповідно до цих основ проектування меблів має відповідати певним функціональним зонам, а ті, своєю чергою, – діям людини у просторовому середовищі кухні. Відповідно до функціонального призначення зон кухонні меблі можуть диференціюватися на такі, що використовуються для зберігання речей, запасів, миття, обробки, приготування та споживання їжі.

Екологічні умови характеризують рівень безпеки в ході користування меблями. Дизайнер меблів стикається і з таким напрямом у виробництві меблів, як дематеріалізація (мінімізація використання матеріалів), переробка та повторне використання, скорочення токсичних викидів і гарантія тривалого технічного та естетичного терміну служби продукції, що

суперечить давно усталеній виробничій стратегії.

Забезпечення гігієнічних нормативів і вимог до параметрів житлового середовища, включаючи житлові будинки, підприємства й установи обслуговування з прилеглими територіями та різноманітними видами інженерного забезпечення, є однією з основних проблем, яку необхідно вирішити при створенні сприятливих санітарно-гігієнічних умов життєдіяльності населення. Важливим є використання довговічних «екологічно чистих» будівельних матеріалів та конструкцій [9, с. 48].

Конструктивно-технологічні умови проектування меблів дозволяють правильно розрахувати міцність та експлуатаційні якості матеріалу, його робочі перетини й оптимальну кількість кріплення. На першому етапі ескізного проектування виробу дизайнер здійснює ескізне конструктивне моделювання, обирає матеріали, які використовуватимуться, визначає тип конструктивно-технічних системи (ергономічну фурнітуру й обладнання), форму виробу та його функціональні особливості. Проектування меблів має втілити розроблений дизайнером виріб у реальному матеріалі за допомогою промислової технології. Оцінка технологічності виробів визначається за допомогою таких показників, як технологічна трудомісткість, матеріалоємність, рівень уніфікації й витрати на виробництво.

Естетичні умови обумовлюють естетику художніх і функціональних характеристик меблів (комплексне поєднання інформаційної виразності, раціональності форми, цілісності композиції).

У проектуванні меблів аспект творчості дуже важливий. При цьому забезпечення образної виразності й художньої цінності виробів уявляється одним із найбільш складних завдань у процесі проектування. У творчому арсеналі дизайнера присутній

досить широкий інструментарій для досягнення гармонійного рішення, оскільки, працюючи над виробом, він використовує прийоми композиційної рівноваги, симетрію й асиметрію, статичність і динамічність, контраст, нюанс, образність і пластику форми, колір, масштабність, пропорційність тощо.

Художньо-естетичне мислення проєктувальника дозволяє за сучасних умов масової уніфікації проєктувати меблі високої художньої цінності. Застосовуючи прийоми стилізації й декорування, дизайнер може створювати високохудожні меблі.

Таблиця 1

Основні групи умов, що визначають комплексний підхід до проєктування корпусних меблів кухні

Основні групи чинників	Вплив на проєктування корпусних меблів кухні
Соціально-економічні	- економічні потреби визначають соціальні групи населення та їхні економічні можливості; - соціально-демографічні потреби родини впливають на номенклатуру меблів, її розміри й форму;
Ергономічно-просторові	- раціональність форми кухні в просторі; - функціональна доцільність виробу.
Функціонально-типологічні	- кухонні меблі можуть диференціюватися на такі, що використовуються відповідно до функціонального призначення зон.
Екологічні	- рівень безпеки в ході користування меблями; - дематеріалізація; - переробка та повторне використання матеріалів; - скорочення токсичних викидів; - гарантія тривалого технічного та естетичного терміну служби продукції.
Конструктивно-технологічні	- технологічна трудомісткість; - матеріалоємність; - рівень уніфікації й витрати на виробництво.
Естетичні	- забезпечення образної виразності й художньої цінності; - естетичні характеристики середовища; - вплив моди.

Розглянуті вище основні групи чинників та відповідний до них вплив на проєктування корпусних меблів кухні показані в таблиці 1.

Висновки. Визначено основні чинники формування корпусних меблів кухні: соціально-економічні, ергономічно-просторові, функціонально-типологічні, екологічні, конструктивно-технологічні та естетичні, що зумовлено тісною взаємодією цих чинників у проєктуванні й етапністю роботи дизайнера. У відповідності до

згаданих чинників сформульовано умови формування меблів даного типу. Формування корпусних меблів кухні виходячи із визначених умов, є ключовою вимогою для успішного дизайну меблів і дає позитивний результат – комфорт користувача. Власник якісних та безпечних меблів отримує позитивні емоції від їх естетичної досконалості й функціональних характеристик, від зручності використання та оптимізації процесів приготування їжі.

Література

1. Alitajer S., Nojoumi G. M. Privacy at home: Analysis of behavioral patterns in the spatial configuration of traditional and modern houses in the city of Hamedan based on the notion of space syntax. *Frontiers of Architectural Research*. 2016. P. 341-352. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2016.02.003>.
2. Cheever E. Kitchen & Bath Products and Materials: Cabinetry, Equipment, Surfaces. John Wiley & Sons, 2014. 79 p.
3. Davies A., Tollervey K. The Style of Coworking: Contemporary Shared Workspaces. Prestel Publishing, 2013. 159 p.
4. Gros J. Furniture Industry Has to Reconsider all Products – Call it Customization Design. *World Congress on Mass Customization and Personalization, HKUST, Hong Kong University of Science and Technology*. 2001. 1. P. 1-8. URL: <https://cutt.ly/Gr66H11> (дата звернення: 09.01.2020).
5. Jiang Bin & Niu Hui & Zhou Di. Analysis and Study on the Furniture Used by the Aging Population Based on the Quality of Sleep. 2017. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-58530-7_18 (дата звернення: 16.11.2021).
6. Lozanova S. & Angelova D. Stylistic Trends in Chair Design at the Start of the 21st Century: Tradition and Modernity. 2014. URL: https://www.researchgate.net/publication/270393897_Stylistic_Trends_in_Chair_Design_at_the_Start_of_the_21st_Century_Tradition_and_Modernity (дата звернення: 26.11.2021).
7. Supporting Places of Work: Incubators, Accelerators and Co-working Spaces. London: URS Infrastructure & Environment UK Limited, 2014. 136 p.
8. Tools for improving the design of residential apartment development: Apartment Design Guide. NSW Department of Planning and Environment, 2015. URL: <https://www.planning.nsw.gov.au/-/media/Files/DPE/Guidelines/apartmentdesign-guide-introduction-section-2015-07.pdf?la=en> (дата звернення: 05.11.2021)
9. Абизов В. А. Теорія розвитку архітектурно-будівельних систем. Київ: КНУКіМ, 2009. 239 с
10. Абизов В. А., Стрілець В. Ф. Чинники розвитку дизайну сучасних меблів в житловому та громадському середовищі. *Проблеми розвитку міського середовища*. 2017. Вип. 1. С. 3-14.
11. Абизов В. А., Агліуллін Р. М. Основні матеріали в дизайні сучасних корпусних меблів

кухні. *Art and design*. 2020. №1. С. 15-27. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2020.1.1>.

12. Агліуллін Р. М. Дизайн корпусних меблів кухонь житлових будинків: дис. ... д-ра філос. 022 Дизайн. Київ, 2021. 212 с.
13. Дячун З. Конструювання меблів. Ч. 1. Корпусні вироби. Київ: Києво-Могилянська Академія, 2011. 387 с.
14. Мastroва А. А., Хавхун Г. М. Принципи включення образно-пластичних форм в простір інтер'єру. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2017. Вип. 47. С. 527-531.
15. Миллер Дж. Мебель. Все стили от древности до современности. Москва: АСТ. Астрель, 2006. 560 с.
16. Олійник О. П., Гнатюк Л. Р., Чернявський В. Г. Конструювання меблів та обладнання інтер'єру. Київ: НАУ, 2014. 348 с.
17. Стрілець В. Ф. Дизайн меблів цивільних приміщень: тенденції розвитку: дис. ... канд. мистецтвознавства: 17.00.07; М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2019. 229 с.
18. Сьомка С. В., Антонович Є. А. Дизайн інтер'єру, меблів та обладнання: підручник. Київ: НАККіМ, 2018. 360 с.

References

1. Alitajer, S., Nojoumi, G. M. (2016). Privacy at home: Analysis of behavioral patterns in the spatial configuration of traditional and modern houses in the city of Hamedan based on the notion of space syntax. *Frontiers of Architectural Research, Beijing: KeAi Communications Co.* 5, 3, 341-352. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2016.02.003> [in English].
2. Cheever, E. (2014). Kitchen & Bath Products and Materials: Cabinetry, Equipment, Surfaces. New Jersey: John Wiley & Sons [in English].
3. Davies, A., Tollervey, K. (2013). *The Style of Coworking: Contemporary Shared Workspaces*. Munich: Prestel Publishing [in English].
4. Gros, J. (2001). Furniture Industry Has to Reconsider all Products – Call it Customization Design. *World Congress on Mass Customization and Personalization, HKUST, Hong Kong University of Science and Technology*. 1, 1-8. URL: <https://cutt.ly/Gr66H11> (Last accessed: 09/01/2021) [in English].
5. Jiang, Bin & Niu, Hui & Zhou, Di. (2017). Analysis and Study on the Furniture Used by the Aging Population Based on the Quality of Sleep. *Human Aspects of IT for the Aged Population. Aging, Design and User Experience (9-14 July 2017) –*

International Conference on Human Aspects of IT for the Aged Population, 244-254. Vancouver. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-58530-7_18 (Last accessed 16/11/2021) [in English]

6. Lozanova, S & Angelova, D. (2014). Stylistic Trends in Chair Design at the Start of the 21st Century: Tradition and Modernity. *Virtual Conference Human And Social Sciences at the Common Conference 17-21 November: 2nd HASSACC* (p. 213-218). URL: https://www.researchgate.net/publication/270393897_Stylistic_Trends_in_Chair_Design_at_the_Start_of_the_21st_Century_Tradition_and_Modernity (Last accessed 26/11/2021) [in English].

7. *Supporting Places of Work: Incubators, Accelerators and Co-working Spaces* (2014). London: URS Infrastructure & Environment UK Limited [in English].

8. Tools for improving the design of residential apartment development (2015). *NSW Department of Planning and Environment*. URL: <https://www.planning.nsw.gov.au/-/media/Files/DPE/Guidelines/apartmentdesign-guide-introduction-section-2015-07.pdf?la=en> (Last accessed 05/11/2021) [in English].

9. Abyzov, V. A. (2009). *Teoriia rozvytku arkhitekturno-budivelnykh system* [Theory of development of architectural and building systems]. Kyiv: KNUKiM [in Ukrainian].

10. Abyzov, V. A., Strilets, V. F. (2017). Chynnyky rozvytku dyzainu suchasnykh mebliv v zhytlovomu ta hromadskomu seredovyshchi [Development factors of modern furniture design in residential and public environment]. *Problemy rozvytku miskoho seredovyshcha*, 1, 3-14 [in Ukrainian].

11. Abyzov, V., Ahliullin, R. (2020). Osnovni materialy v dyzaini suchasnykh korpusnykh mebliv kukhni [Main materials in the design of modern kitchen furniture]. *Art and design*, 1, 15-27 <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2020.1.1> [in Ukrainian].

12. Ahliullin, R. M. (2021). *Dyzain korpusnykh mebliv kukhon zhytlovykh budynkiv* [Design of cabinet furniture for residential kitchens]: PHD thesis: 022 Design. Kyiv [in Ukrainian].

13. Diachun, Z. (2011). *Konstruiuvannia mebliv. Ch. 1. Korpusni vyroby* [Furniture design. Part 1. Cabinet products]. Kyiv: Kyievo-Mohylianska Akademiia [in Ukrainian].

14. Mastrova, A. A., Khavkhun, H. M. (2017). *Pryntsypy vkluchennia obrazno-plastychnykh form v prostir inter'ieru* [Principles of inclusion of figurative and plastic forms in interior space] *Suchasni problemy arkhitektury ta mistobuduvannia*, 47, 527-531 [in Ukrainian].

15. Myller, Dzh. (2006). *Mebel. Vse styly ot drevnosty do sovremennosty*. Moscow: AST. Astrel [in Russian].

16. Oliinyk, O. P., Hnatiuk, L. R., Cherniavskyi V. H. (2014) *Konstruiuvannia mebliv ta obladnannia inter'ieru* [Furniture and interior design]. Kyiv: NAU [in Ukrainian].

17. Strilets, V. F. (2019). *Dyzain mebliv tsyvilnykh prymyshchen: tendentsii rozvytku* [Furniture design for civilian premises: development trends]. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv. nats. un-t kultury i mystetstv [in Ukrainian].

18. Somka, S. V., Antonovych, Ye. A. (2018). *Dyzain inter'ieru, mebliv ta obladnannia: pidruchnyk* [Interior design, furniture and equipment: a textbook]. Kyiv: NAKKKiM [in Ukrainian].

MAIN FACTORS AND CONDITIONS FOR DESIGNING CABINET KITCHEN FURNITURE

ABYZOV V. A., BULGAKOVA T. V., AHLIULLIN R. M.

Kyiv National University of Technologies and Design

The aim of the study is to identify the main factors and conditions for designing cabinet kitchen furniture.

Methodology. The analysis of literary sources on the design of furniture; structural and system analysis; synthesis of research results have been used in the study.

Results. The design of kitchen furniture and equipment plays an important role in creating a comfortable living environment for the consumer. Designer taking into account the main factors and conditions for the creation of furniture of this type is the basis for creating high-quality furniture design and a comfortable living space. It has been determined that the creation of cabinet kitchen furniture should be based on the following groups of factors: socio-economic, ergonomic-spatial, functional-typological, ecological, constructive-technological and aesthetic, driven by the close interaction of these factors in the process of the design creation and phasing of the designer's work. In accordance with these groups of factors, the

conditions for designing kitchen cabinet furniture have been defined. Considering the mentioned factors and the corresponding conditions for the creation of furniture of this type will provide an opportunity to determine the characteristics of a specific consumer, which is relevant within the human-oriented approach to design. The creation of kitchen cabinet furniture based on the specified conditions is a key requirement for successful furniture design and thus leads to a positive result – comfort of the consumer.

Scientific novelty. For the first time, the factors and corresponding conditions for designing cabinet kitchen furniture, which are the basis of quality design of the living environment, have been determined.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their application for designers and manufacturers in the design of cabinet kitchen furniture.

Keywords: design; kitchens; cabinet furniture; design of kitchen furniture; factors and conditions for designing.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Абизов Вадим Адільєвич, д-р арх., професор, професор кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-5494-8230, Scopus 57196951264, **e-mail:** vaddimm77@gmail.com

Булгакова Тетяна Володимирівна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-6523-5770, Scopus 57219057613, **e-mail:** bulgakova358@ukr.net

Агліуллін Руслан Марселєвич, д-р філософії, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-5923-2840, **e-mail:** marsdesign@gmail.com

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2022.3.3](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.3)

Цитування за ДСТУ: Абизов В. А., Булгакова Т. В., Агліуллін Р. М. Основні чинники та умови дизайн-проектування корпусних меблів для кухні. *Art and design*. 2022. №3(19). С. 32–38.

Citation APA: Абизов, В. А., Булгакова, Т. В., Агліуллін, Р. М. (2022) Основні чинники та умови дизайн-проектування корпусних меблів для кухні. *Art and design*. 3(19). 32–38.

УДК 7.079

ГАБРЕЛЬ Т. М., КОВАЛЬЧУК І. В.

Національний Університет «Львівська Політехніка», Україна

DOI:10.30857/2617-0272.2022.3.4.

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ ОГЛЯД СВІТОВИХ ФЕСТИВАЛІВ
ВІДЕОМЕПІНГУ ТА ВІДЕОПРОЕКЦІЙНОГО МИСТЕЦТВА**

Мета: провести порівняльний аналіз світових фестивалів відеомепінгу та проєкційного мистецтва, встановити закономірності та тенденції, провести узагальнення за стилістичним спрямуванням подій та сформувати рекомендації для проведення аналогічних подій в Україні.

Методологія. Для дослідження використано емпіричний метод опису фестивалів із літературних джерел та мережі Інтернет, а також метод порівняльного аналізу.

Результати. Проаналізовано та систематизовано основні дані про фестивалі відеомепінгу та відеопроєкційного мистецтва, що дозволило відстежити ключову статистичну інформацію, що їх характеризує. Аналіз виконано за такими ознаками: місто та країна проведення, рік заснування, тривалість, наявність конкурсної складової, кількість відвідувачів та першій та крайній події, кількість інсталяцій, учасників та представлених країн на останньому фестивалі. Встановлено, що фестивалі відеомепінгу зазвичай відбуваються завдяки спонсорським коштам та часто їхня рентабельність є дискусійною. Основною метою проведення таких фестивалів є розкриття туристичного потенціалу міст, збагачення їх культурного життя, висвітлення їхньої історії сучасними засобами художньої творчості та інтеграція локальної спільноти митців у світове творче спів-товариство. На основі отриманих даних можна стверджувати, що застосування імерсивних технологій на тлі фактично довільного середовища може суттєво підвищити туристичний потенціал міст та населених пунктів загалом.

Наукова новизна. Вперше проведено порівняльний аналіз фестивалів відеомепінгу в українській мистецтвознавчій літературі з метою отримання кількісних та якісних даних.

Практична значущість. На основі отриманих даних є змога інтерполювати закономірності світових фестивалів відеомепінгу до реалій пост-воєнної України та залучити молодих митців та світову спільноту медіа-артистів для розкриття туристичного потенціалу українських міст засобами імерсивних технологій.

Ключові слова: віджеїнг; відеомепінг; медіа-мистецтво; світло-мистецтво; медіа-арт; фестиваль; імерсивні технології; синтез аудіо і відео.

Вступ. Умови сьогодення, коли Україна потерпає від безпрецедентної військової агресії, мобілізував все свідоме населення, яке вчиться жити і працювати в нових реаліях, і поки військові та медики відточують свою майстерність в запеклих боях мужньо віддаючи найцінніше заради збереження територіальної цінності нашої держави, безліч різногалузевих фахівців стимулюють своє творче мислення заради того, щоб щоденний подвиг ЗСУ не був даремним. Архітектори беручи за основу світовий досвід та сучасні українські реалії формують потенційні плани відбудови українських міст та створюють осучаснені війною будівельні норми; освітяни міркують як максимально форсувати повоєнний освітній процес, що дасть змогу Україні

сміливо претендувати на заслужене місце одного із світових технологічних лідерів; законотворці усіх рівнів трудяться над генерацією нової законодавчої бази для стрімкого входження України у її успішний процес відбудови. Не відстають і дизайнери, які міркують та адаптують власні розробки у все можливих галузях людської діяльності заради разючого прогресу та розквіту Української нації на геополітичній карті світу. Попри наявність широчезного ряду першочергових гуманітарних, соціальних та економічних питань, існує мистецтво, завдяки якому вдалось зберегти корінь національної ідеї, без стійкості якої, можливо, державність була б на даний момент втрачена, адже саме мистецтво у всі часи виділяло людський рід як особливу

форму існування. Світ без мистецтва стане блідим існуванням на основі сліпого слідування інстинктам, і виховна роль мистецтва, змога самовиразитися через довільні художні засоби завжди були притаманні могутній Українській нації. Мета даної статті розгляд та систематичний аналіз найбільш потужних світових фестивалів світло-мистецтва заради того, щоб синтезувати новий підхід до потенційних світлових шоу, що змогли б осягти Україну в новій епосі після її перемоги, яка неминуче настане.

Аналіз попередніх досліджень. В англomовній літературі також зустрічаємо акронім PJM (*projection mapping* – проєкційний меппінг), також у науковій літературі мистецтвознавчий термін «3D-mapping» часто має альтернативні варіанти транслітерації «мапінг», «маппінг», «мепінг» та «меппінг» і для максимальної повноти огляду літератури, автори статті враховували усі наявні варіанти написання терміну. Проблематика та специфіка проведення фестивалів світла в міському середовищі знаходиться в сфері інтересів урбаністів, які комплексно досліджують вплив світло-мистецтва на образ сучасних міст, експертів в галузі туризму, яких найбільше цікавлять аспект рекреаційної економіки таких подій, та безпосередньо дизайнерів світла, які вибудовують свої дослідження навколо окремих аспектів світло-динаміки в архітектурному середовищі.

Серед українських урбаністів О. Кліщ характеризує техніку проєкціювання світлових зображень на архітектуру якостями економічності, безпечності, комунікативності та творчості [8], а Н. Зенькович зазначає потужності даної технології під час проведення різноманітних культурно-масових заходів [7]; соціологиня Л. Раренко розглядає її можливості у сфері інтерактивної реклами [13], культуролог В. Гріза зазначає присутність майстер-класів по даній технології у культурному житті України [2], туризмознавець А. Зарічняк відводить значну роль меппінгу, як

інструменту музеєфікації історичної спадщини на культурних подіях [6], економіст С. Давимука у своїй монографії називає інвестиції в сферу медіа-мистецтва та меппінгу зразковим прикладом розвитку креативного класу [3]. Серед мистецтвознавців розглядає роль меппінгу як засобу доданої реальності К. Фоміна [14], зазначає інноваційну роль технології С. Кривуц [9], розглядає роль меппінгу у синергетичному підході до аналізу медіа-мистецтва О. Ландяк [10], розмірковує про використання меппінгу у візуальному дизайні В. Овчарек [11], розглядає відеомеппінг як форму комунікації в дизайні міського середовища І. Дроздова [5], зазначає перспективність та престиж даної технології на фестивалях медіа-мистецтва О. Чепелик [15], системно розглядає проєкційний меппінг у своїй дисертації А. Доколова [4], фахово аналізує та класифікує аудіо-візуальний контент для меппінгу та робить вклад у формування коректної української термінології М. Опалев [12], теоретично осмислює історію становлення віджеїнгу і автор даної статті у своїй попередній публікації [1].

Серед закордонних науковців дана тема створила більший резонанс, тому цілісних та завершених досліджень існує на порядок більше. У 2013 р. побачила світ книга-альманах від однієї з найбільш визначних компаній на ринку технологій Christies, в якій вміщено ілюстрований огляд тогочасних знакових фестивалів меппінгу [28], професор з США Енні Делл'Арія [18] у своїй книзі комплексно аналізує феномен світлових проєкцій і розглядає в основному досвід фестивалів світла в США, дослідники з Британії Т. Еденсор та С. Міллінгтон зазначають, що світлові фестивалі часто є великобюджетними подіями, які характеризуються сильним підходом зверху вниз і схвалені міжнародними мережами та угодами та все більше покладаються на присутність міжнародно відомих художників [20], вкотре підтверджуючи цінність авторитетів.

Комплексно розглядає меппінг, його історію, можливості та застосування технології на фестивалях дослідниця із Португалії Е. Маріотті [25], аналізують структуру відео-виступів та їхній наратив на медіа-арт фестивалях група дослідників на чолі з А. Пахрулроджі [27], дослідник із Японії Л. Хенї проводить фаховий порівняльний аналіз тенденцій та особливостей застосування проекційного меппінгу на об'єктах культурної спадщини [23], здійснює аналіз досвіду фестивалів відеопроєкційного мистецтва (ВПМ) дослідниця з Британії Дж. Ловел. [24], польська дослідниця К. Зіленська-Дабковська стверджує, що фестивалі світла можуть не тільки допомогти побудувати відмітний бренд міста, але також забезпечують додаткову вартість для нічної економіки [30]. Група науковців із Франції на чолі з Д. Шмітдом викладачем-дослідником з інформаційних наук і комунікації в Політехнічному університеті Hauts-de-France опублікували в 2020 р. книгу, що має на меті закласти основу для галузі міждисциплінарних досліджень, що охоплює аудіовізуальні, гуманітарні та цифрові твори та технології, розглянуто в книзі і стислий огляд відеопроєкційних фестивалів [29]. Розлоге дослідження ВПМ було презентовано цього року у книзі під редакцією доцента інноваційних цифрових медіа в Університеті Нортумбрії (Великобританія) Стіва Гібсона [21] учасника багатьох провідних світових подій, включаючи Ars Electronica, Banff Centre for the Arts, European Media Arts Festival і Cabaret Voltaire.

Постановка завдання. Мета даної статті проаналізувати досвід світових фестивалів ВПМ, розглянути їх історію та виявити наявні закономірності розгортання та проведення фестивалів ВПМ в урбанізованому середовищі.

Результати дослідження та їх обговорення. Чільне місце в мистецтві технології здобули на різноманітних

фестивалях, які вражають публіку новинками та досягненнями сучасності, адже будь-яке мистецтво втрачає свій сенс без глядача, тим паче в епоху не баченої раніше відкритості та доступу до інформації. Як форма культури, фестивалі є частиною майже кожного суспільства і кожного періоду, вони водночас є відступом від соціальних норм і засобом для святкування та кодифікації культури [17]. Особливу нішу у видовищності зайняли фестивалі ВПМ, завдяки технологіям вони перетворюють різноманітні інсталяції, архітектурні ансамблі, видатні споруди сучасності та історичної спадщини на полотно для представлення творчості цифрових художників та креативних колективів. Часто відеопроєкційні шоу на архітектурні об'єкти є частиною якихось альтернативних фестивальних подій, або можуть бути складовою фестивалів візуальних мистецтв, але завдяки наполегливій та самовідданій праці ентузіастів та апологетів у багатьох містах вже понад десятиліття проводяться суто вузькопрофільні події присвячені проекційним технологіям та використанням світла у мистецтві.

Люди завжди використовували штучне освітлення під час організації важливих релігійних або культурних заходів, і зараз за різними даними у світі відбувається понад 100 фестивалів відеомеппінгу [32; 22], і звісно, що розглянути їх всіх у одній статті просто неможливо, тому автори зупинились на десяти найбільш значущих на його думку подіях, і свідомо обирає досить різнотипні за масштабом та географією події, щоб в такий спосіб показати тісний взаємозв'язок даних факторів із особливостями фестивалю.

Традиційно такі фестивалі містять як суто перформативну частину, яка залучає численних глядачів, так і навчальну складову у вигляді воркшопів та майстеркласів, де фахівці свої справи діляться досвідом та отримують нові навички. Чотири процеси, за допомогою

яких фестивалі світла спонукають до значущих зустрічей: дефаміліризація, створення почуття причетності, товариство інтерактивності та мистецького експерименту через об'єднання різних фахівців в галузі мистецтва, технологій та дизайну [20]. Під час пандемії COVID-19 багато фестивалів припинили свою діяльність, або перейшли на суто віртуальний формат, але зараз в 2022 р. деякі з них відновлюють свою роботу, щоправда реформовані та адаптовані під сучасні реалії. Проекційне відображення, ключова технологія, яка привертає більше уваги до інсталяцій на світлових фестивалів, також оживляє та переосмислює монументальність у міських просторах, утворюючи тактильний інтерфейс між матеріальною архітектурою міста та світловою проекцією. Ці роботи використовують напругу між матеріальністю та нематеріальністю, притаманними рухомому зображенню, створюючи складну форму «поверхневого натягу» на архітектуру міста [16]. Щорічні події збагачують свої наративи ідеологічною прив'язкою до визначеної тематики, адже мають на меті позиціонувати віджеїнг, як самобутній жанр мистецтва, і робите це не в рамках заданої тематики доволі складно. Всі статистичні дані, щодо описаних та розглянутих фестивалів ВПМ показані у порівняльній таблиці (табл. 1).

Найстарішим фестивалем ВПМ є міжнародна подія **Fete des Lumieres (Франція, м. Ліон)**, що бере свій початок з 1852 р., коли було прийнято рішення встановити статую Діви Марії 8 вересня на пагорбі Фурв'єр. Через повінь, урочистості були перенесені на 8 грудня, але коли жителі міста побачили, що погода покращується, вони спонтанно поставили запалені свічки на підвіконнях і балконах, що і дало поштовх до формування традиції. Статуя, яка зараз є центром фестивалю, була створена відомим скульптором Жозефом-Гюгом Фабішем і була спонсорована кількома відомими католиками м. Ліон [35]. У 1960-х роках

конкурси ілюмінації вітрин, особливо серед продуктових магазинів, продовжили цю традицію в новій формі – вони відзначили початок різдвяного сезону та висвітили релігійні святкування 8 грудня. Потім у 1989 р. першим серед європейських міст влада м. Ліон прийняла «Plan Lumière» – комплексну стратегію освітлення об'єктів історичної спадщини. Протягом фестивалю завдяки творінням художників, найкрасивіші будівлі Ліона служать фоном для масштабних інсталяцій, в яких вони видимі або невидимі. Серед сучасної історії фестивалю варто згадати події 19 листопада 2015 р., коли через шість днів після шокуючих терактів у Парижі, фестиваль було скасовано через надзвичайний стан у країні. Тоді фестиваль обмежився традиційними свічками люміньону та інсталяцією, яка вшановувала жертв терактів, імена яких були вивішені над будівлями набережних. Через постійний ризик атак фестиваль у 2016 р. відбувся на меншій території, ніж зазвичай, і тривав три дні замість чотирьох. Щорічно фестиваль збирає від 3 до 4 мільйонів відвідувачів та у нічний час проведення фестивалю багато районів міста зарезервовані лише для пішоходів. Під час фестивалю у 2021 р. французькі дизайнери Жеремі Белло та Жослен Фуше із компанії AV Extended здійснили проекцію на Собор Святого Жана за спонсорства ощадного банку Rhône-Alpes (рис. 1). Цьогорічними темами для творчості митців були шість напрямків: «Ліон має талант / єдність із природою / сім'я / перший раз у Ліоні / види ззовні / повернення до класики».

Live Performance Meeting (Італія, м. Рим) містить повну програму відкритих для публіки подій, що застосовуються у поєднанні з найрізноманітнішими формами художнього вираження, а також ряд ініціатив, особливо для гостей зустрічі. Заснований у 2004 р. з метою відповіді на потребу створення просторово-часового референтного поля, пов'язаного з віджеїнгом, де можна зустрітися,

пізнавати один одного та ділитися досвідом, LPM зараз є міжнародною зустріччю, що об'єднує художників-професіоналам та любителів живих відео-виступів [38]. На фестивалі діють дві базові території: зона «On» дозволяє глядачам переглянути виступи у прямому ефірі артистів та колективів з міжнародної сцени, та зона «Off», де відбуваються майстер-класи та демонстрації продуктів та обладнання, з особливим акцентом на безкоштовних та відкритих проектах.

LPM – це унікальне творче середовище, що характеризується гнучкістю програми, відкритістю події для нових учасників та можливістю для них виступати під час заходу. Експерименти у творчості є наріжним каменем ідеології фестивалю, і тому всі виручені кошти спрямовуються на пошук найбільш затребуваних спільнотою та інноваційних технологій для підтримки події та досліджень у реальному візуальному полі, а сама зустріч сприяє транснаціональному руху та обміну ідеями, творами мистецтва та митцями. Усі кошти, зібрані LPM, інвестуються в інноваційні дослідження та експерименти у сфері живого візуального мистецтва з найновішими технологіями. З 2004 р. LPM прийняв понад 6156 артистів, 3219 виступів, майстер-класів та шоукейсів, зареєстрував 73 країни-учасниці та прийняв понад 1500 000 відвідувачів. LPM є частиною міжнародної спільноти AVnode (<https://avnode.net>), яка спрямована на покращення та просування культури аудіо-візуальних мистецтв у всьому світі. Робота одних зі фіналістів конкурсу Live Performance Meeting – інсталяція «Сакральна геометрія» (рис. 2) від VJ Eletroiman, Chema, Vigas із Darklight Studio (м. Барселона, Іспанія) заснована на концепції «Двері часу», це подорож до стародавніх культур, а наратив проєкції працює з концепціями, символікою та елементами цих культур, працюючи з традиційними знаннями, філософією окультизму та сакральною геометрією [32]. Масштабна подія не має спеціалізованих визначених

щорічних тематик і комплексно охоплює різні аспекти ВПМ.

Подію **Mapping Festival (Швейцарія, м. Женева)** організовує PPING, некомерційна культурна асоціація зі штаб-квартирою в Женеві, яка у 2022 р. налічує 35 членів, серед яких багато митців, які працюють у цій галузі [40]. Мета події – популяризувати аудіовізуальні, технологічні та міждисциплінарні мистецтва у франкомовній частині Швейцарії та зробити їх відомими на міжнародному рівні. Організація PPING влаштовує кілька заходів на рік, співпрацюючи з численними культурними партнерами, асоціаціями та установами. У 2005 р. організація заснувала цей фестиваль, який проходить щороку в травні та представляє виставки, інсталяції, перформанси, а також конференції та майстер-класи. Організатори регулярно запрошують художників з усього світу представити свої роботи в Женеві та провести освітні заходи. Митці з регіону, а також студенти мистецьких шкіл постійно запрошуються для творчої синергії та обміном знаннями. Регулярно організовуються виробництва, копродукції та резиденції, щоб заохотити творчість у сфері технологічного та трансдисциплінарного мистецтва. Глядачі та учасники мають змогу відкривати, експериментувати та відчувати роботи, які пропонують нові модальності сприйняття, і завдяки інтерактивній складовій технологічного мистецтва публіка часто стає учасником. Фестиваль найдовший за тривалістю у Європі, і проходить 9 днів. Подія вважається унікальною платформою виробництва та розповсюдження відео-арту в Швейцарії, а також користується міжнародною репутацією завдяки якості своєї програми, де чергуються аудіовізуальні перформанси, інсталяції, архітектурний меппінг, майстер-класи, конференції. Під час фестивалю в 2022 р. на одній із локацій події KZERN, що є колишньою військової казармою, яку організатори фестивалю перетворили на креативний простір, відбувся виступ

швейцарської команди STRUCTURALS із формації FOLNUI. (рис. 3)

Щороку восени, завдячуючи **Berlin festival of lights (Німеччина, м. Берлін)**, місто стає центром світлового мистецтва, адже постановки на всесвітньо відомих пам'ятках, пам'ятниках, будівлях і площах столиці Німеччини роблять фестиваль однією із найпопулярніших подій світлового мистецтва у світі. Цього року девіз події «бачення нашого майбутнього», що вкотре підкреслює технологічну спрямованість фестивалів ВПМ. Фестиваль, що проходить під патронатом мера Франциски Гіффі, приділяє мистецьку увагу таким темам, як стійкість, уважність, різноманітність або бачення незайманої, різноманітної та барвистої природи, адже світло об'єднує та розмовляє всіма мовами створюючи мости між культурами. Разом із національними та міжнародними художниками, дизайнерами та творчими командами фестиваль розповідає історії, передає повідомлення та зосереджується на особливому та унікальному. Подію організовує Festival of Lights International Productions GmbH і продюсує мешканка Берліна Біргіт Зандер та її агентство Zander & Partner, яке стверджує, що «світло – це життя, світло – це енергія, світло розмовляє всіма мовами й об'єднує народи» [34]. Конкурсна програма на фестивалі була представлена лише в 2015–2018 рр., традиційно журі конкурсу обирає учасників, а безпосередньо за переможця голосують відвідувачі фестивалю. 2018 р. шість міжнародних команд створили унікальні відеомепінги тривалістю 15 хв. на тему «Новий вимір архітектури», які були представлені на вежі Кольхофф на Потсдамській площі, глядачі обрали роботу команди AdHoc (Мехіко, Мексика) (рис. 4).

Одна із найбільш інноваційних у світі подія світлового мистецтва – фестиваль **GLOW (Нідерланди, м. Ейндховен)** із 2006р. відома своєю потужною синергією між цифровими художниками,

технологічною спільнотою, інноваційними компаніями та владою міста [36]. Під час пандемії COVID-19 у 2020 р. GLOW здивував усіх, ставши подією «залишайся вдома»: Connecting the Dots – такий підхід став надзвичайно успішним у безпечному об'єднанні мешканців міста та навіть розширив охоплення GLOW по всьому світу завдяки доречній репрезентації фестивалю в мережі Інтернет. А вже у 2021 р. фестиваль відбувався у чотирьох окремих локаціях міста, що спонукало відвідувачів події шукати та досліджувати центральні райони м. Ейндховена: кожна з обраних територій має особливу ідентичність – архітектуру, історію, людей, характер – що дозволяє робити речі, які неможливо зробити в іншому місці міста. Для події 2021 р. студенти Ейндховенського технологічного університету співпрацювали із місцевими компаніями та іншими школами, щоб створити виставки світлового мистецтва, а експерти курували роботу цих студентських груп в Академії GLOW. 2018 р. під час фестивалю на стінах католицької церкви Святої Катерини представили свою роботу художники Нуно Майя та Керол Пурнелле, засновники португальської студії OCUBO (рис. 5).

Digital Graffiti – подія в маленькому курортному містечку Еліс-Біч в **США** унікальний фестиваль ВПМ, де художники з усього світу із 2007 р. використовують новітні цифрові технології, щоб проектувати свої оригінальні роботи на знакові білі стіни міста. Унікальне архітектурне середовище вдало адаптоване для розгортання фестивалю, адже переважно всі споруди в містечку білого кольору, який виступає ідеальним тлом для відеопроєкцій, саме тому щороку фестиваль приваблює цифрових художників, режисерів, музикантів, інтерактивних дизайнерів, фотографів, віджеїв, продюсерів, знаменитостей, керівників агентств і шанувальників мистецтва, технологій та архітектури [33].



Рис. 1. Меппінг на Собор Святого Жана, автори Жеремі Белло та Жослен Фуше, фестиваль Fete des Lumieres, м. Ліон, Франція, 2021

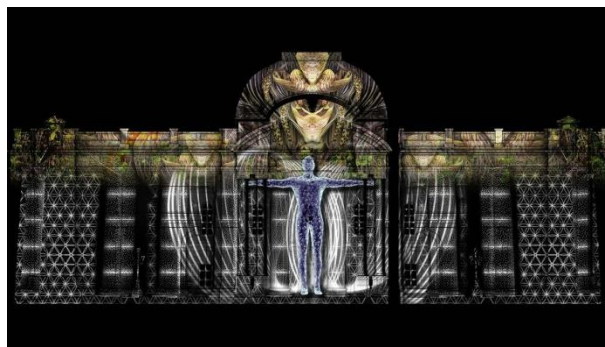


Рис. 2. Меппінг «Сакральна геометрія», автори VJ Eletroiman, Chema, Vigas із Darklight Studio, конкурс Live Performance Meeting, м. Рим, Італія, 2021



Рис. 3. Меппінг, автор – STRUCTURALS, Mapping Festival, м. Женева, Швейцарія, 2022



Рис. 4. Меппінг, автор – команда ADHOC, Berlin Festival of Light, м. Берлін, Німеччина, 2018



Рис. 5. Меппінг на стінах католицької церкви Святої Катерини, автори – Н. Майя та К. Пурнелле, GLOW, м. Ейндховен, Голландія, 2018



Рис. 6. Меппінг, автор – Майкл Бетанкур, Digital Graffiti, м. Еліс-Біч, США, 2022

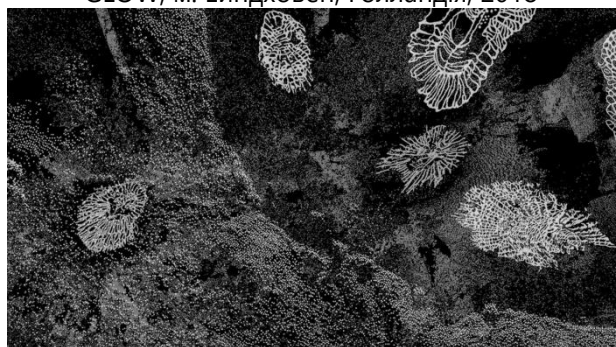


Рис. 7. Відео-арт, автор – Дакша Патель, м. Дарем, Великобританія, 2021



Рис. 8. Меппінг на стінах Сіднейської Опери, автор – агентство Curious, Vivid Sydney, м. Сідней, Австралія, 2022



Рис. 9. Меппінг, автор – Юлія Шамшеєва, 1 Minute project, м. Одавара, Японія, 2019

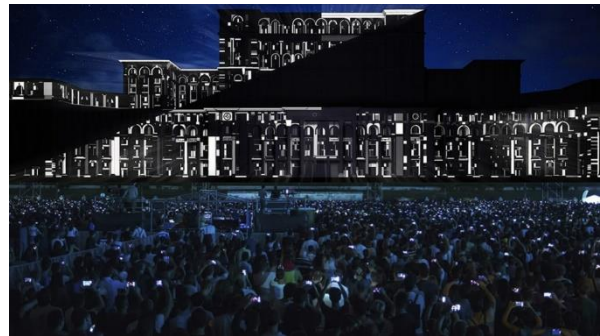


Рис. 10. Меппінг, автор – Джонас Дензел, IMapp Bucharest, м. Бухарест, Румунія, 2021

Розташована вздовж північно-західного узбережжя штату Флорида (США) творча спільнота «Scenic 30A» організовує середовище для проведення події – органічної галереї під відкритим небом для демонстрації оригінальних творів мистецтва, які проектується на білих стінах міста. Митці, які запрошені представляти свої роботи під нічним небом Еліс-Біч, створюють трансформаційну взаємодію між мистецтвом, архітектурою та аудиторією, забезпечуючи унікальний інтерактивний досвід для всіх учасників. Даний фестиваль хороший приклад того, як можна органічно застосовувати унікальне середовище для експонування сучасного актуального мистецтва. У 2022 р. на конкурсній програмі фестивалю переміг проект авторства американського теоретика та практика медійного мистецтва Майкла Бетанкура (рис. 6).

Частково натхненний Fête des lumières у Ліоні, **Lumiere-festival** найбільша подія присвячена ВПМ у **Британії** традиційно запрошує місцевих і міжнародних художників створити роботи, які переосмислюють знайомі будівлі та громадські простори, змінюючи те, як глядачі сприймають міське оточення. Перший фестиваль світла Люм'єр відбувся в м. Дарем 2009 р. і спочатку був запланований як одноразовий, але за підтримки Ради округу, спонсорів та натхненників фестивалю – компанії Artichoke, він відтоді проводиться щороку, і

у 2017 р. рекордні 240 000 відвідувачів побували на тематичній події. Протягом останніх десяти років продюсери та художники працювали з тисячами місцевих жителів і школярів у фестивальних проектах, навіть залучали до проведення фестивалю деяких ув'язнених округу. Lumiere також подорожував іншими містами Великобританії – у січні 2016 та 2018 р. фестиваль відбувся в столиці, трансформуючи великі частини Лондону та щоразу збираючи понад мільйон відвідувачів [39]. Масштабні світлові інсталяції споживають великий об'єм електроенергії, але засновники фестивалю прагнуть мінімізувати вплив фестивалю на навколишнє середовище – із 2013 р. організатори надсилають онлайн-звіт у рамках постійного моніторингу та аналізу впливу на навколишнє середовище своїх заходів та власної офісної діяльності. Усі інсталяції Lumiere енергоефективні, замість того, щоб покладатися виключно на генератори, використовуються джерела живлення від мережі або батареї, коли це можливо, і багато робіт використовують світлодіоди з низьким енергоспоживанням. Вуличне освітлення у ареалі проведення події вимикається або зменшується, що економить витрати електроенергії та зменшує світлове забруднення, щоб фестивальне обладнання могло світити яскравіше. Також компанія-організатор оптимізує логістику, стимулює глядачів фестивалю користуватися громадським транспортом та

заохочує художників відповідально використовувати матеріали у своїх інсталяціях. Переможець конкурсної програми фестивалю Lumiere 2021 р. – робота британської мисткині Дакші Патель (рис. 7).

Щорічна подія **Vivid Sydney (Австралія, м. Сідней)**, яка змінює майже все місто на 23 дні та ночі, деб'ютувала у 2009 р. як фестиваль розумного світла для популяризації енергоефективності та одразу зібрала 200.000 відвідувачів. Куратором події виступила дизайнерка освітлення Мері-Енн Кіріаку, а хедлайнером – Браян Іно [42]. Окрім атрактивної частини, фестиваль містить дискусійну програму, що складається із змістовних доповідей, семінарів та предметних дискусій, які шукають творчі рішення та надихають на нові способи мислення. Vivid Sydney пропонує своїм учасникам можливість творити в одному з найкрасивіших у світі природних і міських середовищ, та за допомогою технологій та інновацій бути частиною масштабної глобальної події. Під час фестивалю Vivid Sydney 2022 р. місцеве агентство Curious анімувало на стінах Сіднейської Опери приголомшливу картину «Ярркальпа – Мисливське угіддя» створену аборигенами із корінного племені Марту (рис. 8).

Фестиваль **One minute project (Японія, м. Токіо)** з 2012 р. офіційно розпочався як найбільший в Азії міжнародний конкурс ВПМ, де мистці з п'яти країн світу представили 19 робіт тривалістю приблизно в одну хвилину, а вже у 2022 р. на конкурс, який відбуватиметься в Токіо було надіслано 246 робіт із 54 країн і регіонів світу. Кілька 1-хвилинних проекційних робіт, відібраних журі конкурсу, буде продемонстровано на екранах Меморіальної картинної галереї Мейдзі з метою визначення роботи, яка отримає нагороди [30]. Натхненники події активні теоретики та практики медіа-арту: креативний директор Мічіюкі Ішіта викладач Токійського університету

мистецтв, дизайнер простору, режисер, автор відео, президент Асоціації проекційного відеомепінгу Японії, яка налагоджує зв'язки з творцями в Японії та за кордоном; а творчий та художний керівник фестивалю Хіройоші Урума генеральний директор компанії, що поєднує традиційні японські феєрверки з передовими технологіями, і зокрема для Паралімпійських ігор 2019 р. в Сінгапурі він створив феєрверк із 500 безпілотних літальних апаратів, який вразив 500.000 глядачів [41]. У 2019 р. переможцем Гранд-прі конкурсу стала українська мисткиня родом зі Одеси Юлія Шамшеева (рис. 9), а зараз вона знаходиться серед членів журі конкурсу.

IMapp Bucharest (Румунія, м. Бухарест) – організоване мерією Бухареста одне з найбільших міжнародних змагань ВПМ у світі, де найкращі мультимедійні художники світу представляють свої твори на фасаді Палацу Парламенту площею 23 000 кв.м. (друга за розміром адміністративна будівля у світі). Роботи учасників аналізує спеціалізоване журі, до складу якого входять видатні експерти та важливі представники у сфері аудіо-візуального мистецтва. Упродовж 6 випусків фестиваль об'єднав понад 360 000 глядачів і став еталоном темою для фахівців індустрії [37]. У 2020 р. iMapp Bucharest запустив міжнародну кампанію солідарності «Один світ. Одне серце» і був оголошений переможцем у категорії «AV IN ACTION» на AV AWARDS Awards у Лондоні – відомому міжнародному конкурсі, який визначає та винагороджує досконалість у всій індустрії, організований AV Magazine з Великобританії (журнал, який домінує в аудіовізуальних виданнях галузі більше 40 років). Кожна проекція триває 3 хвилини і використовує вражаючу роздільну здатність 8K. Тема фестивалю в 2022 р. «THE SHOW MUST GO ON» представила сфери впливу в сучасному суспільстві (мистецтво, музика, спорт, освіта та туризм), які мають здатність переосмислювати себе та

забезпечувати динамізм життя. Наприкінці міжнародного конкурсу відеомепінгу журі визначило переможця iMapp Bucharest: німецький митець, режисер і візуальний художник, творець світлових інсталяцій, відеомепінгу та документального кіно Джонас Дензел представив інтерактивну роботу «Beatlights» (рис. 10).

В столиці України у 2017 р. слідуючи світовим світловим тенденціям започаткували **Kyiv Light Fest**, і цій події та аналізу інших фестивалів світла та відеомепінгу в Україні автори мають на меті присвятити окрему статтю, адже вони переконані, що фестиваль обов'язково повернеться в Україну та буде приносити естетичне задоволення своїм відвідувачам, практичну користь через обміном

досвідом серед учасників, та дохід в бюджет, який може бути забезпечено потоком туристів. Зазначимо, що часто фестивалі та конкурси мепінгу обмежені змагальною системою, яка не завжди виплачує справедливу винагороду за виконану роботу кожному учаснику. Незважаючи на те, що фестивалі замовляють і безпосередньо фінансують митців для створення унікальних робіт, якщо існує потреба вивести практику створення архітектурної проєкції за межі видовищної події, повинні терміново розроблятися реальні платформи для обміну, виробництва, розповсюдження та створення в міжнародному масштабі, щоб підтримувати розвиток галузі [29].

Таблиця 1

Порівняльний аналіз світових фестивалів відеомепінгу та відеопроєкційного мистецтва

Назва фестивалю, країна, місто	Рік заснування	Тривалість, днів	Кількість відвідувачів на першій події	Кількість відвідувачів на останній події	Кількість інсталяцій на останній події	Кількість учасників на останній події	Кількість представлених країн	Наявність конкурсної складової
Fete des Lumieres, Франція, м. Ліон	1999	4	1 млн	3–4 млн	30	>150	7	+
Live Performance Meeting, Італія, м. Рим	2004	4	200	2000	154	258	33	+
Mapping Festival, Швейцарія, м. Женева	2005	9	Н.д.	Н.д.	47	43	10	-
Berlin festival of lights, Німеччина, м. Берлін	2005	10	200 тис.	2 млн	>100	40	Н.д.	+
Glow, Нідерланди, м. Ейндховен	2006	7	45 тис.	770 тис.	>30	35	6	-
Digital Graffiti, США, м. Аліс-Біч	2007	2	Н.д.	Н.д.	26	26	7	+
Lumiere-festival, Британія, м. Дарем	2009	4	75 тис.	140 тис.	37	49	7	+
Vivid Sydney, Австралія, м. Сідней	2009	23	200 тис.	435 тис.	>80	225	21	-
One minute project, Японія, м. Токіо	2012	4	2 тис.	20 тис.	74	74	24	+
iMapp Bucharest, Румунія, м. Бухарест	2014	1	65 тис.	30 тис.	18	18	18	+

Висновки. Передумовами для проведення та існування фестивалів ВПМ є насамперед інтенція організаторів, які мають чітке бачення майбутньої події, а запорукою успіху та зростання є успішна співпраця з місцевою владою, яка

зацікавлена в популяризації сучасного мистецтва, адже переважна більшість фестивалів ВПМ при коректному менеджменті, підборі виконавців та актуальному маркетингу демонструють тенденцію до зростання кількісних та

якісних показників та формуванню впізнаваного бренду. На передових фестивалях, які повністю залежні від, та побудовані завдяки штучному освітленню та енергоносіях теми екологічності, раціонального використання електроенергії, цілісності екосистеми та концепції сталого розвитку традиційно є вельми актуальними – адже кредо багатьох масштабних фестивалів сприяти стабільності екосистеми не в залежності від видовищності та фінансового благополуччя організаторів.

Рекордна кількість відвідувачів на більшості фестивалів ВПМ була в 2017–2019 роках, і серед розглянутих подій можна виділити більш іміджеві та більш комерційні. Зазначимо, що більшість фестивалів балансують між кількісними та якісними показниками, адже з однієї сторони організатори події прагнуть збільшити кількість відвідувачів, які в результаті дають капіталізацію вкладень організаторів, а з іншої сторони художники та митці, які і формують естетичне та смислове наповнення, часто не прагнуть до надмірної масовості та воліли б скоріше до певної камерності подій. Вихід є не в сліпому наслідуванні досвіду існуючих успішних фестивалів ВПМ, а в розробці

власного унікального бренду, який здатний синтезувати локальний колорит, специфіку місця події та особливе бачення залучених медіа-митців та як результат створити не повторний образ фестивалю, який відгукнеться в серцях відвідувачів – місцевого населення та туристів, та в майбутньому зможе масштабуватися, адже створення, формування та розбудова фестивалю світлового мистецтва перспективне заняття лише у випадку, якщо воно враховує синтез багатьох критеріїв. Адже фестивалі ВПМ вдало розгортаються як в історичному середовищі, яке має багату пластично класичну архітектуру, так і в оточенні сучасної архітектури, яке до не впізнаваності змінюється під час світлових проєкцій. Показано, що фестивалі ВПМ здатні ефективно ревіталізовувати занедбані та мало атрактивні простори міст, адже мистецтво традиційно носить проблемний характер та не обмежене єдиною та визначеною естетикою, а його суть і полягає в трансформації та перевтіленні матеріального світу, тому існуючі проєктні обмеження навпаки можуть слугувати хорошим мотивуючим стимулом для розкриття творчого потенціалу медіа-митців та середовища.

Література

1. Габрель Т. М. Історія становлення віджеїнгу як жанру сучасного медіа-мистецтва. *Art and Design*. 2022. № 1 (17). С. 57–66.

2. Гріза В. Carbon art lito 2020: серія літніх подій діджитал арту як платформа тестування нових медіа в онлайн. *Гуманітарний корпус*. 2020. Вип. 35, т. 1. С. 76–81.

3. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», 2017. 528 с. URL: <https://ird.gov.ua/irdp/p20170702.pdf>

4. Доколова А. С. 3D-mapping як сучасна технологія мультимедійного мистецтва в Україні: дис. ... д-ра філософії: 022. Київ, 2022. 152 с.

5. Дроздова І. П. 3D відеомепінг як форма комунікації в дизайні міського середовища.

Традиції і новації у вищій архітектурно-художній освіті. 2017. № 1. С. 39–42.

6. Зарічняк А. П., Чернявська С. С. Фортифікаційні споруди Карпатського регіону Румунії як об'єкт туристичної атракції. *Карпатський край. Наукові студії з історії, культури, туризму*. 2019. № 1-2 (12-13). С. 193–201. URL: http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2426/1/kk_2018_12-13_s193-201.pdf

7. Зенькович Н. Г. Прийоми етнодизайну у видовищному середовищі. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2015. Вип. 38. С. 404–407.

8. Кліщ О. А. Особливості використання світлових проєкцій на об'єктах міського середовища. *Вісник Одеської державної академії будівництва та архітектури*. 2014. Вип. 54. С. 164–169

9. Гончар О. В., Кривуц С. В. Інноваційні засоби створення дизайну 3d відеомепінга. *Культурологічний альманах*. 2018. Вип. 9. С. 41-43.
10. Ландяк О. Синергетичний підхід до аналізу медіамистецтва. *Вісник Львівського університету. Сер. Мистецтво*. 2015. Вип. 16, ч. 1. С. 25-32. URL: https://kultart.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/01/Visnyk_161.pdf
11. Овчарек В., Слітюк О., Олейнікова І., Яценко А., Петрова О. Використання 3d mapping у візуальному дизайні. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції* (22 квітня 2021 р.) : В 2-х т. Т. 1. Київ: КНУТД, 2021. С. 295-297.
12. Опалєв М. Л. Структура й особливості дизайну аудіовізуального контенту архітектурного 3D-мепінгу. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2021. № 1. С. 30-42.
13. Паренко Л. А. Диджитал-складова в сучасній візуальній комунікації: 3D-графіка як засіб візуальної комунікації брендів : дис. ... канд. наук. із соц. комун.: 27.00.01. Дніпро, 2021. 285 с.
14. Фомина К. О. Ключові умови та характеристики формування доповненої реальності. *Art and Design*. 2021. № 3 (15). С. 82-95. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19168/1/artdes_2021_N3_P082-095.pdf
15. Чепелик О. Міжнародні фестивалі медіамистецтв як лабораторії новітніх технологій. *Сучасне мистецтво*. 2005. Вип. 2. С. 201-216.
16. Bruno G. *Surface: Matters of Aesthetics, Materiality, and Media*. Chicago: University of Chicago Press, 2014. 299 p. URL: <https://yalescreenworkshop.files.wordpress.com/2015/03/giuliana-bruno-surface.pdf>
17. Cudny W. The Phenomenon of Festivals: Their Origins, Evolution, and Classifications. *Anthropos*. 2014. № 2. P. 640-656.
18. Dell'Aria A. *The Moving Image as Public Art*. Cham: Palgrave Macmillan. Springer Nature Switzerland AG, 2021. 291 p.
19. Edensor T. *From Light to Dark: Daylight, Illumination, and Gloom*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2017. P. 114-115.
20. Edensor T., Millington S. Освітлення Блекпулу: переоцінка місцевої культурної продукції, розташована творчість і цінності робітничого класу. *Міжнародний журнал культурної політики*. 2013. № 19(2). С. 145-161.
21. Gibson S., Arisona S., Leishman D., Tanaka A. *Live Visuals: History, Theory, Practice*. London : Routledge, 2022. 458 p.
22. Giordano E., Chin-Ee Ong. Light festivals, policy mobilities and urban tourism. *Tourism Geographies*. 2017. № 19(9). P. 699-716.
23. Li H., Ito H. Comparative analysis of information tendency and application features for projection mapping technologies at cultural heritage sites. *Heritage Science*. 2021. №9 (1). P. 1-16.
24. Lovell J., Griffin H. Fairy tale tourism: the architectural projection mapping of magically real and unreal festival lightscapes. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. 2019. № 11 (3). P. 469-483.
25. Mariotti E. *Rendering the reality Development of a video mapping show on a mountain cliff face for a music festival*. PhD thesis. 2021. 147 p.
26. Pahulroji A., Mutiaz I., Grahita B. Study of Immersion on Narrative Video Mapping Case Study: NRMO Lzy Visual in Jogjakarta Video Mapping Festival 2018. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research : proceedings of the 3rd International Conference on Arts and Design Education (ICADE 2020)*. Atlantis Press, 2021. P. 91-96.
27. Ruben D. *The Book of Transformations*. USA : Christie Digital Systems, 2013.
28. Schmitt D., Thébault M., Burczykowski L. *Image Beyond the Screen: Projection Mapping: book*. Wiley, London, Hoboken : ISTE, Ltd, 2020. 270 p.
29. Zielinska-Dabkowska K. M. Night in a big city. Light festivals as a creative medium used at night and their impact on the authority, significance and prestige of a city. *The Role of Cultural Institutions and Events in the Marketing of Cities and Regions*. / ed. Domański T. Łódź, 2016. P. 63-90. DOI: 10.18778/8088-149-5.04
30. Офіційний сайт «1 Minute Project». URL: <https://1minute-pm.com/en/>
31. Офіційний сайт «AGB Events». URL: <https://agb.events/project/vivid/>
32. Офіційний сайт «AVnode». URL: <https://avnode.net/>
33. Офіційний сайт «Digital Graffiti». URL: <https://digitalgraffiti.com/>
34. Офіційний сайт «Festival of Lights». URL: <https://festival-of-lights.de/>

- 35.Офіційний сайт «Fete des Lumieres». URL: <https://www.fetedeslumieres.lyon.fr/>
- 36.Офіційний сайт «Glow Festival». URL: <https://www.gloweindhoven.nl/en>
- 37.Офіційний сайт «IMapp Festival». URL: <https://www.imapp.ro/>
- 38.Офіційний сайт «Live Performance Meeting». URL: <https://liveperformersmeeting.net/>
- 39.Офіційний сайт «Lumiere Festival». URL: <https://www.lumiere-festival.com/>
- 40.Офіційний сайт «Mapping Festival». URL: <https://2022.mappingfestival.com/>
- 41.Офіційний сайт «Tokyo Lights». URL: <https://tokyolights.jp/>
- 42.Офіційний сайт «Vivid Sydney». URL: <https://www.vividsydney.com/>

References

1. Habrel, T. (2022). Istoriia stanovlennia vidzheinhu yak zhanru suchasnoho media-mystetstva [The history of the formation of videography as a genre of modern media art]. *Art and Design*, 1 (17), 57-66 [in Ukrainian].
2. Hriza, V. (2020). Carbon art lito 2020: seriia litnikh podii didzhytal artu yak platforma testuvannia novykh media v onlaini [Carbon art lito 2020: a series of summer digital art events as a platform for testing new media online]. *Humanitarnyi korpus – Humanitarian Corps*, Vol. 1, 35, 76-81 [in Ukrainian].
3. Davymuka, S. A., Fedulova, L. I. (2017). *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy* [Creative sector of the economy: experience and directions of development]. Lviv : DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy» [in Ukrainian].
4. Dokolova, A. S. (2022). 3D-mapping yak suchasna tekhnolohiia multymediinoho mystetstva v Ukraini [3D-mapping as a modern technology of multimedia art in Ukraine]. Candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
5. Drozdova, I. P. (2017). 3D videomeppinh yak forma komunikatsii v dyzaini miskoho seredovyscha [3D video mapping as a form of communication in urban environment design]. *Tradytsii i novatsii u vyshchii arkhitekturno-khudozhnii osviti – Traditions and innovations in higher architectural and art education*, 1, 39-42 [in Ukrainian].
6. Zarichniak, A. P., Cherniavska, S. S. (2019). Fortyfikatsiini sporudy Karpatskoho rehionu Rumunii yak ob'iekt turystychnoi atraktsii [Fortification structures of the Carpathian region of Romania as a tourist attraction]. *Karpatskyi krai. Naukovi studii z istorii, kultury, turyzmu – Carpathian region. Scientific studies on history, culture, tourism*, 1-2 (12-13), 193–201 [in Ukrainian].
7. Zenkovych, N. H. (2015). Pryiomy etnodyzainu u vydovyschnomu seredovyschi [Techniques of ethnodesign in a spectacular environment]. *Suchasni problemy arkhitektury ta mistobuduvannia – Modern problems of architecture and urban planning*, 38, 404-407 [in Ukrainian].
8. Klishch, O. A. (2014). Osoblyvosti vykorystannia svitlovykh proektsii na ob'iektakh miskoho seredovyscha [Peculiarities of the use of light projections on objects in the urban environment]. *Visnyk Odeskoi derzhavnoi akademii budivnytstva ta arkhitektury – Bulletin of the Odessa State Academy of Construction and Architecture*, 54, 164-169 [in Ukrainian].
9. Honchar, O. V., Kryvuts, S. V. (2018). Innovatsiini zasoby stvorennia dyzainu 3d videomeppinha [Innovative means of creating a 3d video mapping design]. *Kulturolohiichniy almanakh – Cultural almanac*, 9, 41-43 [in Ukrainian].
10. Landiak, O. (2015). Synerhetychnyi pidkhid do analizu mediamystetstva [A synergistic approach to the analysis of media art]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Ser. Mystetstvo – Bulletin of Lviv University. Ser. Art*, 16, 1, 25-32 [in Ukrainian].
11. Ovcharek, V., Slitiuk, O., Oleinikova, I., Yatsenko, A., Petrova, O. (2021). Vykorystannia 3d mapping u vizualnomu dyzaini [Use of 3d mapping in visual design]. Proceedings from Actual problems of modern design : III Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (22 kvitnia 2021) – III International Scientific and Practical Conference. (pp. 295-297). Kyiv : KNUTD [in Ukrainian].
12. Opaliev, M. L. (2021). Struktura y osoblyvosti dyzainu audiovizualnoho kontentu arkhitekturnoho 3D-meppinha [Structure and design features of audiovisual content of architectural 3D mapping]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv – Bulletin of the Kharkiv State Academy of Design and Arts*, 1, 30-42 [in Ukrainian].
13. Rarenko, L. A. (2021). Dydzhytal-skladova v suchasni vizualni komunikatsii: 3D-hrafika yak zasib vizualnoi komunikatsii brendiv [Digital component in modern visual communication: 3D graphics as a means of visual communication of brands]. Candidate's thesis. Dnipro [in Ukrainian].
14. Fomina, K. O. (2021). Kliuchovi umovy ta kharakterystyky formuvannia dopovnenoi realnosti [Key conditions and characteristics of the formation

of augmented reality]. *Art and Design*, 3 (15), 82-95 [in Ukrainian].

15. Chepelyk, O. (2005). Mizhnarodni festyvali media-mystetstv yak laboratorii novitnikh tekhnolohii [International festivals of media arts as laboratories of the latest technologies]. *Suchasne mystetstvo – Modern Art*, 2, 201-216 [in Ukrainian].

16. Bruno, G. (2014). *Surface: Matters of Aesthetics, Materiality, and Media*. Chicago: University of Chicago Press.

17. Cudny, W. (2014). The Phenomenon of Festivals: Their Origins, Evolution, and Classifications. *Anthropos*, 2, 640-656.

18. Dell'Aria, A. (2021). *The Moving Image as Public Art*. Cham: Palgrave Macmillan. Springer Nature Switzerland AG.

19. Edensor, T. (2017). From Light to Dark: Daylight, Illumination, and Gloom. Minneapolis : University of Minnesota Press, 114-115.

20. Edensor, T., Millington, S. (2013). Osvitlennia Blekpulu: pereotsinka mistsevoi kulturnoi produktsii, roztashovana tvorchist i tsinnosti robitnychoho klasu [Enlightening Blackpool: reassessing local cultural production, situated creativity and working-class values]. *Mizhnarodnyi zhurnal kulturnoi polityky – International Journal of Cultural Policy*, 19 (2), 145–161.

21. Gibson, S., Arisona, S., Leishman, D., Tanaka, A. (2022). *Live Visuals: History, Theory, Practice*. London: Routledge.

22. Giordano, E., Chin-Ee, Ong. (2017). Light festivals, policy mobilities and urban tourism. *Tourism Geographies*, 19(9), 699-716.

23. Li, H., Ito, H. (2021). Comparative analysis of information tendency and application features for projection mapping technologies at cultural heritage sites. *Heritage Science*, 9, 1-16.

24. Lovell, J., Griffin, H. (2019). Fairy tale tourism: the architectural projection mapping of magically real and unreal festival lightscapes. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11 (3), 469-483.

25. Mariotti, E. (2021). Rendering the reality Development of a video mapping show on a mountain cliff face for a music festival. Candidate's thesis.

26. Pahulroji, A., Mutiaz, I., Grahita, B. (2018). Study of Immersion on Narrative Video Mapping Case Study: NRMO Lzy Visual in Jogjakarta Video Mapping Festival 2018. Proceeding from Advances in Social Science, Education and Humanities

Research : *3rd International Conference on Arts and Design Education* (pp. 91-96). Atlantis Press.

27. Ruben, D. (2013). *The Book of Transformations*. USA : Christie Digital Systems.

28. Schmitt, D., Thébault, M., Burczykowski, L. (2020). *Image Beyond the Screen: Projection Mapping*. Wiley, London, Hoboken : ISTE, Ltd.

29. Zielinska-Dabkowska, K. M., Domański, T. (Ed.) (2016). Night in a big city. Light festivals as a creative medium used at night and their impact on the authority, significance and prestige of a city. *The Role of Cultural Institutions and Events in the Marketing of Cities and Regions*, 63-90. DOI: 10.18778/8088-149-5.04.

30. Ofitsijnyj sayt «1 Minute Project» [Site «1 Minute Project»]. URL: <https://1minute-pm.com/en/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

31. Ofitsijnyj sayt «AGB Events» [Site «AGB Events»]. URL: <https://agb.events/project/vivid/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

32. Ofitsijnyj sayt «AVnode» [Site «AVnode»]. URL: <https://avnode.net/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

33. Ofitsijnyj sayt «Digital Graffiti» [Site «Digital Graffiti»]. URL: <https://digitalgraffiti.com/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

34. Ofitsijnyj sayt «Festival of Lights» [Site «Festival of Lights»]. URL: <https://festival-of-lights.de/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

35. Ofitsijnyj sayt «Fete des Lumieres» [Site «Fete des Lumieres»]. URL: <https://www.fetedeslumieres.lyon.fr/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

36. Ofitsijnyj sayt «Glow Festival» [Site «Glow Festival»]. URL: <https://www.gloweindhoven.nl/en> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

37. Ofitsijnyj sayt «IMapp Festival» [Site «IMapp Festival»]. URL: <https://www.imapp.ro/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

38. Ofitsijnyj sayt «Live Performance Meeting» [Site «Live Performance Meeting»]. URL: <https://liveperformersmeeting.net/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

39. Ofitsijnyj sayt «Lumiere Festival» [Site «Lumiere Festival»]. URL: <https://www.lumiere-festival.com/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

40. Ofitsijnyj sayt «Mapping Festival» [Site «Mapping Festival»]. URL: <https://2022.mappingfestival.com/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

41. Ofitsijnyj sayt «Tokyo Lights» [Site «Tokyo Lights»]. URL: <https://tokyolights.jp/> (Last accessed: 27.08.22) [in Ukrainian].

42. Ofitsijnyj sajт «Vivid Sydney» [Site «Vivid Sydney» accessed: 27.08.22] [in Ukrainian]. URL: <https://www.vividsydney.com/> (Last

COMPARATIVE OVERVIEW OF WORLD FESTIVALS OF VIDEOMAPPING AND VIDEO PROJECTION ARTS

HABREL T. M., KOVALCHUK I. V.

Lviv Polytechnic National University, Ukraine

The goal: to conduct a comparative analysis of world festivals of videomapping and projection art, to establish regularities and trends, to generalize according to the stylistic direction of the events, and to form recommendations for holding similar events in Ukraine.

Methodology. The research used the empirical method of describing festivals from literary sources and the Internet, as well as the method of comparative analysis.

The results. The main data on festivals of videomapping and videoprojection art were analyzed and systematized, which made it possible to track the key statistical information characterizing them. The analysis was performed according to the following characteristics: city and country of the event, year of establishment, duration, presence of a competitive component, number of visitors and the first and final event, number of installations, participants and represented countries at the last festival. It has been established that video mapping festivals are usually supported by sponsorships and often their profitability is debatable. The main purpose of holding such festivals is to reveal the tourist potential of cities, enrich their cultural life, illuminate their history with modern means of artistic creativity, and integrate the local community of artists into the global creative community. Based on the obtained data, it can be argued that the use of immersive technologies against the background of a virtually arbitrary environment can significantly increase the tourist potential of cities and settlements in general.

Scientific novelty. For the first time, a comparative analysis of videomapping festivals in Ukrainian art history literature was conducted with the aim of obtaining quantitative and qualitative data.

Practical significance. Based on the obtained data, it is possible to interpolate the patterns of world videomapping festivals to the realities of post-war Ukraine and to involve young artists and the world community of media artists for the full-scale disclosure of the tourist potential of Ukrainian cities by means of immersive technologies.

Key words: *vjing; videomapping; media art; light art; media art; festival; immersive technologies; audio and video synthesis.*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ:

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

Ковальчук Інна Вікторівна, ст. лаборант кафедри архітектурного проектування, Національний Університет «Львівська Політехніка», ORCID 0000-0003-2546-5018, **e-mail:** inna.v.kovalchuk@lpnu.ua

Цитування за ДСТУ: Габрель Т. М., Ковальчук І. В. Порівняльний огляд світових фестивалів відеомепінгу та відеопроєкційного мистецтва. *Art and design*. 2022. №3. №3(19). С. 39–53.

Citation APA: Габрель, Т. М., Ковальчук І. В. (2022) Порівняльний огляд світових фестивалів відеомепінгу та відеопроєкційного мистецтва. *Art and design*. 3(19). 39–53.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.4>

УДК 7.038.2

DOI:10.30857/2617-0272.2022.3.5.

ГОРБАЧОВА В. В., СОКОЛЮК Л. Д.

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Україна

КАРИКАТУРА ІНДІЇ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХІХ СТ.

Метою дослідження є аналіз карикатури Індії другої половини ХІХ ст., визначення її впливу на свідомість соціуму і з'ясування сюжетно-тематичних особливостей та образотворчих прийомів.

Методологія. Використано загальнонаукові методи аналізу і синтезу, індукції і дедукції, а також історико-культурологічний, мистецтвознавчий і порівняльний методи.

Результати. Досліджено карикатуру Індії другої половини ХІХ ст. в її сатиричних журналах. Розкрито передумови появи таких видань і їхній зв'язок з розвитком подібної періодики в Європі та певними соціально-культурними особливостями колоніальної політики в Індії. Коротко охарактеризовано провідні сатиричні видання («Delhi Sketch Book», «Indian Charivari», «Basantaka», «Hindu Punch» тощо). Висвітлено історію розвитку та функції індійської карикатури заявленого періоду. Виявлено, що тематично-сюжетні особливості індійської карикатури даної доби зумовлені соціальними заворушеннями, пов'язаними з утисками індусів колоніальною владою, їхньою боротьбою за політичні свободи і розвиток національної художньої культури. Проаналізовані окремі карикатури з оглядом на історичний та регіональний контекст, сюжетно-тематичні особливості і використані авторами образотворчі прийоми.

Наукова новизна. Вперше в українському мистецтвознавстві проведено дослідження індійської карикатури другої половини ХІХ ст. з оглядом на актуальну проблематику індійського культурного відродження, що важливо для подальшого розвитку сходознавчого напрямку в Україні.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані у лекційних матеріалах, що дотичні до теми історії карикатури, а також слугуватимуть музейній справі і розвитку індології в Україні.

Ключові слова: індійська карикатура; Бенгальське Відродження; Індійський Шаріварі; Hindu Punch; Басантак; Delhi Sketch Book.

Вступ. Вхідження українського мистецтва у світовий художній простір – багатопрофільний процес, що охоплює і культурний аспект як один з найважливіших. На сьогодні простежується все більш активний розвиток українсько-європейських мистецьких зв'язків на Заході, а на Сході – українсько-японських і українсько-китайських. Утім, ще надто слабкі взаємини зі старо-винною індійською художньою культурою, що на теперішньому етапі досягла досить значних успіхів. Український науково-дослідницький сектор, відзначившись значним прогресом у вивченні українсько-європейських зв'язків і у сходознавстві, з індологією відстає. Дослідження у цій галузі – поки ще досить рідкісне явище.

Серед образотворчих жанрів особливе місце належить карикатурі, яка з її здатністю висміювати все негативне, що хвилює суспільство, у ХХІ ст. набуває все

більшої затребуваності. Тим більше це стосується сучасної України, яка перебуває в умовах війни, розв'язаної РФ проти нашої суверенної держави, і нищення країною-агресором нашої національної культурної спадщини. Отже, настав час звернутися до вивчення успішного використання засобів цього жанру в історії світового мистецтва. Індійська карикатура ще у другій половині ХІХ ст. провила себе як успішний візуальний сектор за часів активних дій національного відродження, що і спонукало до її дослідження.

Аналіз попередніх досліджень. Бенгальське Відродження, як національний рух, який безпосередньо пов'язаний з розвитком мистецтва та культури – це досить широко досліджувана тема, хоч і головним чином у зарубіжному мистецтвознавстві. Однак до поглибленого та деталізованого дослідження друкованих

ілюстрацій XIX століття звертались лише декілька дослідників.

Найбільший внесок у питання висвітлення проблематики розвитку індійської ілюстрації доби національного піднесення зробив мистецтвознавець Партха Міттер. Його книга «Мистецтво і націоналізм у колоніальній Індії 1850–1922 рр.» [8] розкриває проблематику становлення індійського мистецтва на тлі британської колоніальної політики, що категорично змінює дискурс висвітлення здобутків Індії кінця XIX століття. Автор вказує на особливості технічного розвитку ілюстрації, демонструючи її вплив у подальшому на становлення індійських живописців та скульпторів. Дослідник розглядає мистецькі процеси в нерозривному зв'язку з соціальними та політичними подіями, послідовно демонструючи наслідки освітніх, судових чи національних ідей, які в свою чергу впливали на формування думок в індійському суспільстві і згодом відображались в карикатурах.

Дослідження Партхи Міттера є першими, де висвітлено деякі офіційні документи та цитовано архівні нормативні документи, ще не перекладені європейськими мовами. Він пояснює трансформацію окремих лексем та семіотичних моделей. Наприклад, П. Міттер розкриває, як слово «бабу» від розповсюджененого індійського поважливого звернення перетворюється у знецінюючий ярлик, або пояснює усталені індійські фразеологізми, які дослідника з європейським бекграундом не ідентифікують. Це дозволяє неупереджено й раціонально опрацювати інформацію того часу і зробити відповідні висновки.

П. Міттер у своїй роботі використовує для позначення ілюстрації слово «cartoon», що на початку XX століття міцно закріпилось в англійській мові за зображеннями до періодичних видань. Для даного наукового дослідження було обрано узагальнюючий термін «карикатура», що більш влучно

розкриває задачі, які ставили перед собою редактори та художники індійських видань.

Праця Крістофера Пінні «The Printed Image and Political Struggle in India» («Друковані зображення і політична боротьба в Індії») [13] у свою чергу розкриває основні передумови та причини орієнтації окремих видань Індії протягом другої половини XIX і початком XX століть. Це ґрунтовна робота індолога нової формації, виклад матеріалу якого позбавлений ангажованості колоніалізму. Автор вказує на чинники, які вплинули на зростання популярності таких митців, як А. Тагор, Р. Тагор та ін.

Р. Кхандурі в «Caricaturing Culture in India» («Карикатурна культура в Індії») [6] спирається на аналіз газетних карикатур, починаючи з 1870-х років, архівні дослідження та інтерв'ю з видатними індійськими карикатуристами. Це амбітне дослідження поєднує історичний наратив з етнографічними свідченнями, подаючи новаторський звіт про роль, яку карикатура відігравала у політичній комунікації і публічному дискурсі тогочасної Індії. Стверджуючи, що карикатура – це більше, ніж ілюстративне представлення новин, Р. Кхандурі розкриває справжній потенціал ілюстрацій як візуального засобу та розкриває силу друкованих ЗМІ в дебатах про свободу слова та демократичні процеси в усьому світі, показуючи, чому карикатура все ще зберігає своє значення і сьогодні.

У виданні «Asian Punches» («Азійські удари») [2] під редакцією Б. Міттера та Х. Хардера йдеться про журнали «Punch» («Удар») та похідні від нього, видані на межі XIX і XX ст. Дослідження простежує альтернативну історію цього популярного британського періодичного видання та водночас надає широкомасштабний порівняльний погляд на генезис сатиричної журналістики в різних країнах Азії. Демонструючи поширення як текстової, так і візуальної сатири, видання влучно розкриває транскультурну траєкторію

формату, тісно пов'язаного з суспільними сферами і медіа.

У свою чергу дослідження Д. Сангіті «Development of Modern Art Criticism in India after Independence» («Розвиток критики сучасного мистецтва в Індії після здобуття незалежності») [15] надає можливість простежити чинники становлення та напрями розвитку художньої критики в Індії перед здобуттям незалежності. Процеси, описані авторкою, стосуються не тільки літературних творів але й усіх форм індійського візуального мистецтва колоніальної доби, ставши підґрунтям Бенгальського відродження.

Фактологічною основою дослідження також стали оцифровані періодичні видання, опубліковані на сайтах різних наукових архівів, в тому числі Міністерства культури Індії. Таким чином, дослідження спирається на оригінальний матеріал і вводить низку пародій і карикатур індійських періодичних видань колоніальної доби перед здобуттям Індією незалежності до наукового обігу українського мистецтвознавства та індології в Україні.

Постановка завдання. З огляду на відсутність в українському мистецтвознавстві наукових досліджень, присвячених індійській карикатурі другої половини XIX ст., **метою** даної статті є аналіз цього мистецького жанру в сатиричній періодиці Індії даного періоду, виявлення взаємозв'язку з соціально-політичними та культурними чинниками, впливу на свідомість соціуму і висвітлення сюжетно-тематичних особливостей та образотворчих прийомів. Мета обумовлює **наступні завдання:**

1. Дати наукову оцінку стану дослідження теми.

2. Розкрити соціально-політичні чинники, що сприяли розвитку жанру карикатури в Індії за доби руху Бенгальського Відродження та впливу цього виду графіки на свідомість соціуму.

3. Виявити коло майстрів індійської карикатури другої половини XIX ст., проана-

лізувавши їхні окремі твори, які раніше не публікувались і не аналізувались в українських індологічних дослідженнях, а також висвітливши сюжетно-тематичні особливості та образотворчі прийоми карикатур.

Результати дослідження та їх обговорення. Історія розвитку та поширення періодичних друкованих видань в Індії є прямим відображенням культурних та політичних процесів в країні починаючи з другої половини XIX століття. Національні ідеї в контексті концепції руху Бенгальського Відродження знаходять дієвий спосіб суспільної комунікації – ілюстровані видання. Карикатура перетворюється у канал транслявання рефлексій з приводу колоніальної політики, чи то надаючи їй підтримку, або навпаки протидіючи їй на культурному рівні.

Одним із унікальних поєднань літературної та живописної дотепності відрізнявся журнал «Сандеш» (з *хінді* – *солодоці*) [14], орієнтований на дитячу та підліткову аудиторію. Це видання першим утворює міст між кумедними малюнками для дітей та політичними карикатурами, тобто іншим процвітаючим жанром в ілюстрованих журналах Індії. Карикатура, яка несе сентиментальне спостереження за людськими недоліками, була частиною гумору художника Сукумара. Але елемент жорстокості або гротеску, який використовували карикатуристи для ефекту, він обходив, як, наприклад, ілюстрація із зображенням людини-ящура, що візуально супроводжує невеликий дитячий віршик про серйозних осіб, які бояться гумору та сміху (рис. 1). Спочатку гумористичний малюнок поширювався в Індії як розвага, а не як соціальний протест, але згодом ситуація зміниться.

Пародія та спотворення для комічного ефекту є найдавнішими принципами, що втілювались у візуальному мистецтві. Давнім індійським прикладом такого підходу є рельєф «Спокуса Будди Марою» в Санчі. У колоніальний період індійські митці калігха-

ти¹ займались зображенням певних соціальних типів, зокрема куртизанок і шанованих клієнтів, фальшивих вайшнавських жебраків, тобто монахів, що поклонялись богові Вішну, чоловіків залежних від думки жінки. Європейські карикатури в свою чергу спираються на безліч джерел – від братів Карраччі, які винайшли цей жанр, розвиваючи концепцію «ідеальної деформації» у своїх сатиричних замальовках, до картин В. Хогарта, націлених на моральні недоліки суспільства, а не на індивідуальні особливості. Саме друкарні у Британії перетворили мистецтво карикатури на художню журналістику, утворивши поступовий перехід від газетних шпальт до повноцінних графічних робіт.

В Індії до 1850-х р. британські карикатуристи знайшли достатньо матеріалу про соціальні «недоліки» місцевої спільноти. Першим іноземним художником, який досліджував це, був сер Чарльз Д'Ойлі. Його бурлескна поема «Том Роу Гріффі» (1828) відобразила життєві складнощі новачка Ост-Індської компанії та кумедні ситуації, в яких опинився хлопець. Британські карикатуристи в Індії, а також індуси вчилися у Ч. Д'Ойлі та подібних художників [8, с. 137].

Найпершими газетами, які публікували політичні карикатури в Індії у 1850-х роках, були англійська «Бенгальська Хуркару» та «Індійська газета». Протягом наступних десятиліть карикатури з'являлися у газетах, що належали індусам, оскільки колоніальна адміністрація стала головною мішенню журналістів. Бенгальська національна газета «Амріта Базар Патріка» опублікувала свою першу карикатуру в 1872 р. [6, с. 148].

Одна з найперших карикатур, що мала політичний зміст, з'явилася в «Сулаб Самачар» («Sulabh Samachar») – щотижневому журналі в 1870-х рр. Це була ілюстрація, на якій було зображено декількох осіб –

заплакану жінку поряд з тілом мертвого чоловіка, лікаря, що проводить поверхневий огляд, та англійця, що безтурботно палить сигару. Ідея карикатури передвіщала законопроект Ільберта (1882), метою якого було скасування імунітету стосовно європейських правопорушників, справами яких не мали права займатись індійські суди. Карикатура розміщена в «Sulabh Samachar», наголошувала на кричущій несправедливості щодо індійської сторони: часто бідніші індуси зазнавали нападів європейців, що призводило до їхньої смерті. Якщо подібні справи взагалі доходили до суду, то в смерті індусів звинувачували «збільшену селезінку» потерпілого.

Припущення про змову між європейськими суддями та правопорушниками, виражене в ілюстрації, справді мало неочікуваний вплив на суспільство. Карикатура фактично ставала одним із викриваючих доказів, які призвели до цензури народної преси в 1878 р. Проте напади тривали навіть у 1908 р., як свідчить обурена сатира відомого видавця та засновника друкарні «Ray and sons» («Рей та сини») Упендра Кішора Р. Чоудхурі в «Modern Review» («Сучасний огляд»): «Для здорової людини тварини брикатися так само природньо, як і для коня чи корови. Брикання ногами – це чудова розвага, але ми глибоко занепокоєні, що індуси зловмисно розвинули дуже великі селезінки, які розриваються від найменшого дотику чобота людської тварини, так що володарі цих збільшених селезінок помирають. Ця сумна ситуація підштовхнула нас до думки про винахід селезінок-протектора, аби не витратити даремно в майбутньому час суддів» [11, с. 21].

Проте жодне гумористичне видання не справило такого глибокого враження в колоніальній Індії, як англійський журнал «Панч» (Punch – англ. удар). Він з'явиться в 1841 р. в одному з обідніх клубів Англії за ініціативи Г. Мейхью та Е. Ланделсю. Журнал орієнтувався на французьку карикатурну газету «Le Charivari» («Шаріварі», 1832–1947),

¹ Калігхат, калігхатський лубок – зображення-сувеніри, що з'явилися вперше в храмі Калігхат Калі у Калькутті).

сатиричні ілюстрації до якої створював Чарльз Філіппон. Видання також фактично ввело поняття «cartoon» (*англ. мовою у його сучасному розумінні – це жартівлива ілюстрація*), тоді як його химерний джентльменський гумор став зразком для англійських гумористичних журналів від Лондона до Мельбурну. У другій половині XIX ст. відбудеться певний розквіт його «нащадків» – «Delhi Sketch Book» («Делі Скеч Бук»), «Momus» («Момус»), «Indian Charivari» («Індійський Шаріварі»), «Oudh Punch» («Аут Панч»), «Delhi Punch» («Делійський Панч»), «Pundzhab Punch» («Пунджабський Панч»), «Indian Punch» («Індійський Панч»), що являв два окремі видання під однією назвою, «Utsu Punch» («Утсу Панч») і «Basantale» («Бассан-тале») – бенгальська версія. На півночі та сході країни – «Hudzharat Punch» («Гуджаратський Панч») та «Khishu Punch» («Хішу-Панч») – політична радикальна махараштранська² газета, заборонена в 1909 р. за бунт; «Parsi Punch» («Парсі-Панч») і «Hindi Punch» («Хінді-Панч») на заході; версія «Панча» з Мадраса на півдні та «Purnet Punch» («Пурнет Панч») в одному з віддалених міст Бенгалії. Разом з тим ілюстрації, перетворені у певні комікси художником Д.Тенієлем, в Індії були таким же явним показником імперської ментальності, як і «Панч» – емблема вікторіанської самовпевненості.

Причина різних підходів британських та індійських карикатуристів в Індії була історичною. Яскравим виразом британських настроїв була популярна література того періоду, що прославляла «цивілізаторську» місію імперії і різко розмежовувала «іншість» колонізованого народу. Такий підхід визначив британський погляд на «орієнталізм», що також підсилив негативне ставлення до індусів, які ще більше страждали від расової неприязні після повстання 1857 р. Британська громадська думка користалася з тих подій, закріплюючи стереотип східної поведінки –

за індусами слід наглядати та наглядати, що також підживлювало «Панч», як і взагалі англійські журнали з карикатурами в Індії [11].

Британські карикатури в Індії спочатку були націлені на англо-індійський спосіб життя, а з часом переорієнтувались на самих індусів. Загалом, найбільш кумедні карикатури, англійські чи індійські, в центрі уваги тримали індійського персонажа. Проте відмінності в їхніх поглядах були суттєвими. Журнали, які належали англійцям, ставилися до індусів з висоти вікторіанської моральної впевненості. Індійські карикатуристи замість того, щоб повернути нову зброю в бік правлячої раси, досліджували власне суспільство, пропонуючи глядачеві проникливу самопародію на еліту в період набуття політикою національного напрямку. Таким чином, простежуються яскраві проблески колоніальних настроїв.

Перший англо-індійський журнал, натхненний «Punch» – «Delhi Sketch Book» (1850), належав провідній газеті «The Englishman» («Англієць»). У передмові видання застерегувало, що карикатури в ньому носять в першу чергу розважальний характер, не планують «бути грубим, нахабним чи образливим», і не мають наміру наслідувати «Punch» [6, с. 202].

«Delhi Sketch Book» злегка кепкує з британського світського життя. Це дещо подразливі жарти, аудиторія яких – англійський читач. Індійські сюжети, що траплялися зрідка, створювали романтичний образ індусів, а також висловлювали поодинокі розчарування певними подіями. Вірш на тему «Сутті» («добра жінка» з санскриту), опублікований у цьому виданні (1852), розповідав про романтичний епізод – порятунок молодої індістської вдови принцем Моголів Мурадом від натовпу британців.

² Махараштра – штат в центральній частині Індії.



Рис. 1. Сукумар Рей. Ілюстрацію для журналу «Сандеш»

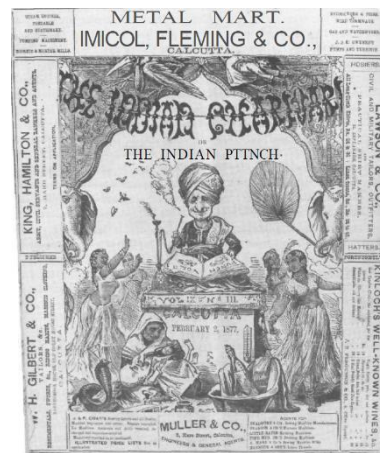


Рис. 2. Обкладинка журналу «Indian Charivari», (1873)



Рис. 3. Раджендралал Мітра в «Charivari Album» (1875)

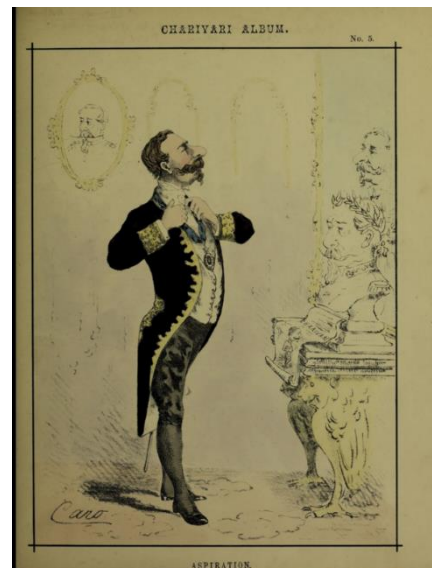


Рис. 4. Лорд Темпл в «Charivari Album» (1875)



Рис. 5. «Скажений бик у магазині порцеляни», ілюстрація до «Indian Charivari» (1875)

Мальовничі сцени змінюються емоційно-піднесеними, що свідчить про симпатію журналу до орієнталізму британських посадовців та недовіру до лібералів, які втручаються в «цивілізацію» індістського суспільства. В іншому зображенні зухвалий британський суд виносить вирок розгубленому селянину, який не може усвідомити його «вигоди». Простежуються також перші ознаки ворожості до західних індусів. Журнал був вимушений припинити свою роботу з початком індійського повстання. Після того, як «порядок був відновлений», його власник запустив «Indian Punch», а головний офіс переїхав з Делі до Мірута. Посилаючись на «сумні події», редактор додав: «ми навчилися не висміювати наших найкращих друзів – королівських» офіційних осіб» [2, с. 49].

Коли «Indian Punch» повернувся до Делі в 1863 р., настрої видання змінилися на підозру до вестернізованого, себто освіченого індуса, та його рупора – національно налаштованих журналістів. Зростання антиіндійських настроїв серед британців відображало їхнє сприйняття першого індійського повстання як зраду індійського населення. Хоча ті події, безумовно, загострили відносини, однак свою роль зіграла зростаюча вікторіанська ідеологія англійців. Слово «ніггер» (африканець) зустрічається в «Delhi Sketch Book» ще в 1853 р. Карикатури «Indian Punch», які ставили індуса поруч із «диким африканцем», підкреслювали низький рейтинг не європейців на еволюційних сходах. Впливова книга карикатур «Каррі і Рис» (1859) Дж. Аткінсона зауважувала особливу звичку індуса, яку він поділяв з мавпою та кенгурою [1]. Він міг стояти прямо лише в деяких випадках; але якщо його залишати на самоті, він негайно опускається на землю навпочіпки. Це різко контрастувало з поблажливим ставленням до поведінки англійців.

З усіх англомовних ілюстрованих журналів того часу найуспішнішим був

«Indian Charivari». Він з'явився в 1872 р. разом з індійською версією знаменитої обкладинки Річарда Дойла «Punch», на якій Містер Панч із Калькутти в тюрбані курить кальян, коли його розважають напівоголені темношкірі дівчата (рис. 2). Полковник Персі Віндем, власник «Indian Charavari», пояснив появу видання наступним чином: «навіть серед приватної спільноти, корінних і європейців, часто трапляються дуже смішні обставини. Це наша мета раз на два тижні надавати ілюстрований документ, оглядаючи поточні теми та питання, що цікавлять, у легкому ігровому настрої» [8, с. 140]. Він стверджував, що працює з художниками, але також вітає здібних аматорів. Оскільки з гравюрою по дереву відчувався дефіцит, журнал вдався до літографії.

«Indian Charivari» ділився легкими жартами про англійське суспільне життя з іноземцями. Також в нього були включені художні виставки та інші актуальні теми, опрацьовані в стилі «Punch». Видання відзначалося консервативним підходом. Помістивши карикатуру на віце-короля, лорда Нортбрука, ліберала і прихильника вільної торгівлі, він переслідував протекціоністську ціль. Лорд Нортбрук зображений як грізний хуліган, який тримає Індію, симпатичну молоду жінку, закованою. Напівоголена жінка, що уособлює Індію, мала свій прецедент у «Панчі» – символічні фігури та персоніфікації були основою політичних карикатур на Заході. Інші жартівливі ілюстрації про хулігана Нортбрука показують, як він тягне неохоче індійця-наваба³, щоб його представити приїжджому принцу Уельському. «Indian Charivari» також перейняв практику «Delhi

³ Наваб або набоб – титул правителів деяких провінцій Східної Індії в імперії Великих Моголів. Після падіння імперії титул набоба зберегли ті правителі, які підкорились британському володарюванню як васали. Згодом титул почали надавати заможним і знатним індусам як почесне звання.

Sketch Book» публікувати дотепні вірші на основі санскритської літератури.

Незважаючи на те, що «Indian Charivari» визначився саме з карикатурами на індусів, у нього не було з цього приводу єдиної думки. З огляду на зростання національних агітацій у спеціальному випуску «Charivari Album» («Альбом Шаріварі», 1875) були представлені профілі видатних лояльних до влади індусів, у тому числі сера Салара Юнга (індійський дворянин, прем'єр-міністр одного зі штатів Індії у 1853–1883 рр.) – прозахідного радника Нізаму⁴. Достатньо лояльно – із охопленим профілем був відображений історик та дослідник Раджендралал Мітра (рис. 3), незважаючи на його національні погляди, ворожнечі стосунки з плантаторами індиго. Це можна пояснити тісним зв'язком Р. Мітри з Асоціацією британських індусів, де домінувала земельна знать. З іншого боку, сера Річарда Темпла, якого газета дуже не любила, зображували як кар'єриста (рис. 4). Скажений бик у магазині порцеляни, він свідомо руйнував расову рівновагу під час Британського миру своїми проектами вестернізації (рис. 5). «Punch» підтримував ці настрої в 1876 р. згадавши також Махараджі з Бурдвана як шанованого друга Раджа.

Неоднозначність сарказму «Indian Charivari» досить влучно розкриває ситуація з соціальною реформою. У запеклій суперечці між політичними групами Аді (Автентичні) і прогресивними «Брахмо Наба Бідхан» журнал став на сторону останніх. Видання підтримувало представлену ними реформу з приводу емансипації жінок. Однак спроби реформ лідера руху Чандри Кешаба та їхніх англійських союзників були розцінені як оманливі і лицемірні.

Соціальна реформаторка Мері Карпентер прихильно ставилася до справи «Брахмо», і під час візиту до Бенгалії в 1860-

х рр. жорстко засуджувала систему пурда⁵, що викликало жорстокий напад публіки і супроводжувалося красномовною карикатурою-відповіддю. Ілюстрація в «Indian Charivari» зображувала чорного павіана, який прагне з нею одружитися. У руці він тримав обручку завбільшки з дверний молоток з написом «з цією каблучкою я тебе одружу». Підпис свідчить: «Оскільки міс Карпентер так цікавилася індійськими жінками, можливо, що вона зацікавиться й індійськими чоловіками. Сподіваємось, карикатуристу вдалось кмітливе зауваження, бо тоді міс Карпентер раз і назавжди буде обмежена зенаною⁶ замість того, щоб втручатися в чужі справи» [8, с. 140]. У той же час расове его «Індійського Шаріварі» було чутливим до критики європейців іншими індусами. Коли інший бенгальський журнал засудив європейських жінок як нескромних у відповідь на роботу Аннет Акройд про жіночу освіту в Індії, «Indian Charivari» рекомендував відшмагати таке видання.

Зрештою, передовою темою карикатур «Indian Charivari» ставала расова злоба. Захоплююча якість журналу полягала саме в дотепних карикатурах на бенгальський характер, побудованих на протиставленні – «ми проти них». Найбільш пам'ятні карикатури скорочують, стискають і об'єднують свій матеріал, щоб зробити яскраві візуальні заяви. Автор карикатур завжди хапається за стереотипи, або «згущені» образи класу, статі чи раси. Багато ілюстрацій «Indian Charivari» були розумними, смішними, а деякі навіть блискучими. Але журнал не винайшов ці стереотипи: вони були настільки поширені серед англійців, що очікувалося, що їх нібито універсальність сподобається навіть їхнім жертвам. Коли деякі індійці не вбачали смішними ті жарти і відмовлялися від

⁴ Нізам – титул правителя індійського князівства Голконда, існував до 1948 року.

⁵ Пурда – морально-етичний кодекс переважно серед сповідуючих іслам, який передбачає усамітнення жінки та покриття тіла для збереження чистоти.

⁶ Зенана – жіноча частина будинку в Індії.

підписки, журнал поскаржився, що «надмірна тонка шкіра може супроводжуватися надмірною товщиною голови» [2, с. 114].

Відверто расистські карикатури, натхненні дарвінізмом, такі як «Англійський лев і бенгальська мавпа», також не були оригінальними. Хоча африканці були головними кандидатами на категорію мавп, цей образ успішно використовувався і проти інших груп, таких як ірландці, які були улюбленою дарвінівською «відсутньою ланкою» англійського карикатуриста. «Британський лев та ірландська мавпа» з'явилися в «Punch» в 1848 р., за десятиліття до появи «Про походження видів» (1859). Дж. Тенніель тоді відображував почуття англійської громадськості, оскільки у 1880-х рр. посилювалася загроза від ірландської політичної організації Шінн Фейн. Це цілком співвідноситься з тим фактом, що бенгальці, галасливі, як й ірландці, розглядалися як загроза для Pax Britannica⁷. «Це майже неможливо, щоб уродженець Бенгалії виглядав задоволеним, тому що він завжди виглядає чорним», – скаржився «Indian Charivari» [8, с. 150]. Раса також є темою карикатури про похмуру дружину, яка пахне топленим маслом і часником. «Indian Charivari» переказував жахи шлюбу з тубільцями на благо своїх читачів: деяким англійкам індійські принци могли здаватися романтичною заманкою, але, одружившись, вони виявляли б свою справжню неотесану та «чоловічу шовіністську» натуру [12, с. 121].

Образ на освічених індусів, особливо на бхадралок⁸, глибоко вкорінилась завдяки

⁷ Pax Britannica – за аналогією з лат. Pax Romana – період відносного миру в Європі в 1815–1914 рр., впродовж якого Британська імперія повністю домінувала на морі та контролювала більшість торгових морських шляхів.

⁸ Bhadrakalok – бенгальська назва для нового класу «джентльфолків», який виник під час британського правління в Індії (приблизно з 1757 по 1947 р.) у регіоні Бенгалії у східній частині Індійського субконтиненту.

таким ілюстраціям. За англійською версією, добробут індійського селянства добре поєднувався з радж-патерналізмом⁹, тоді як бхадралок сформував конкурентоспроможну та незадоволену інтелігенцію. Королева Вікторія у 1858 р. проголосила рівне ставлення до всіх підданих, що спонукало бенгальську еліту змагатися за вищі посади в імперській бюрократії. Сурендранат Банерджі був одним із перших індусів, хто кинув виклик англійській монополії на державну службу Індії. Вхідження Банерджі до Імперської державної служби та його звільнення незабаром було негативно розцінено англо-індійською опозицією, а причина визнана досить сумнівною. Коли він був змушений піти у відставку в 1874 р., «Indian Charivari» приєднався до інсинуацій про його чесність і компетентність. Видання також критикувало національні газети, які атакували британську монополію на ІДС¹⁰ [8, с. 141].

Видання систематично скаржилось на характер бхадралок, їхню нечесність і грубу некомпетентність. Цінності бхадралоку суперечили принципам мужності та спортивної майстерності англійської державної школи. Останнім аргументом стало звернення до фізичної будови. Лорд Маколей виніс свій вердикт: «Фізична будова бенгальців слабка навіть як для жінок. Вони живуть в постійній паровій ванні. Їх заняття малорухливі, кінцівки тонкі, рухи мляві» [8, с. 142]. Віце-король Літтон висловив свою думку з цього приводу: «Бабу¹¹, яких ми навчили писати напівкрамольні статті в «Native Press» («Нейтив Прес») насправді представляють не що інше, як власну соціальну аномалію. Для більшості форм адміністративної зайнятості

⁹ Раджа – індійський титул правлячої особи, монарха.

¹⁰ ІДС – індійська державна служба.

¹¹ Бабу – шанобливе звернення до чоловіків в Індії, еквівалент «містер». Під час індійського національного відродження використовувалося англійцями як глузливе звернення.

вони видаються мені цілком непридатними ...» [8, с. 142].

З 1870-х років бенгальські журналісти почали боротися з британськими насмішками, роблячи зустрічні заяви про культурну перевагу. Саме тоді ж Макс Мюллер, професор санскриту в Оксфорді, написав про арійські корені Індії. «Indian Charivari» відкинув такі заяви з насмішкою: «Звичайно, на нашому боці груба сила, а розум належить пригнобленим. Ми всі знаємо, що бабу перевищує нас за інтелектом», – насміхалось видання разом з редактором, порівнюючи «правдивого бенгальця та брехливого англосакса», і натякаючи на стереотип «про удавання східняка» [7, с. 98].

Ніщо не робило журнал більш привабливим, ніж невпинні суперечки з індійськими газетами «Hindoo Patriot» («Хінду Патріот») та «Amrita Bazar Patrika» («Амріта Базар Патріка»), яких вони охрестили за співзвучністю «індійський плакальщик» і «Бездурний базар Патріка». «Індійський Шаріварі» відчував себе особливо впевненим щодо «Панча», відверто критикуючи своїх конкурентів за те, що ті називають здобуток «Punch» пунчіаною, і за його редакторську політику.

Журнал «Mookerjee's Magazine» («Мукереджі Мегезін») займався саме такими процедурами логічного аналізу різних публікацій з приводу політичних та соціальних реформ і проєктів. «Таймс» та англо-індійська преса були дуже обурені кампанією, що протидіяла законопроекту Літтона «Про драматичні постановки» (1876), спрямованої на приборкання протестів проти колоніального правління, демонстрованих через театральні постановки. Цей журнал також підтримав Раджендралалу Мітру проти Альбрехта Вебера, коли індуос оскаржив твердження сходознавця про те, що «Рамаяна» черпає своє натхнення від Гомера. «Mookerjee's Magazine» був одним із перших індійських журналів, які містили літографські

карикатури, такі як «Індія представляє корону лорду Нортбруку за скасування податку на прибуток» (рис. 6).

«Mookerjee's Magazine» не витримав кампанії протидії. Проглядаючи ці «серіокомічні» газети, все частіше помічаємо, що карикатури не завжди нас смішать; вони, як це відбувалося з «Панчем», просто пропонують політичні коментарі. Актуальні алюзії, які були такими значущими для сучасників, давно вже втратили свою актуальність для людей ХХІ ст., тому важко сказати, наскільки вони були впливовими.

На відміну від більшості інших ілюстрованих видань Індії, «Hindu Punch» (1878–1930), заснований як «Parsi Punch» Н.Д. Апяхтіяром, відзначився довгим життям. Після смерті засновника його управлінцем став Барджорджі Наороджі, який перейменував журнал в «Індійський Панч» і наділив його унікальною манерою. У 1905 р. «Manchester Guardian» («Манчестер Гвардіан») виявила, що він все такий же візуально знайомий, ніби Д. Тенніель, і водночас дивний, його гумор сильний, але помірний. Якщо «ці ілюстрації подобаються пересічним індуїстам», – відзначала газета, – то «слід приписувати почуття гумору та досить середній інтелект. Не виключено, що якби такий щорічник був розподілений між депутатами, бюджет Індії міг би знайти несподівано повну і пристойно зацікавлену палату» [6, с. 45].

Персонажів «Панчоба» та «Хінд», що позначали Індію у «Hindu Punch», часто зображували у поєднанні з громадськими діями Індії, щоб коментувати поточну політичну ситуацію. У 1898 р. Індія була зображена як свята в ілюстрації «Терпіння на монументі» (рис. 7). На додаток до малюнків, натхнених «Punch», журнал також вміло адаптував популярні ілюстрації, наприклад, Раві Варми. Для прикладу лорд Керзон – це Сарасваті (індуїстська богиня навчання) у пародії на його промову на освітній конференції в Сімлі. «Hindu Punch»

обожнював лорда Керзона, вписавши його і в інші ілюстрації Варми, наприклад в образ Ганеші (рис. 8). На Заході використання візуальних метафор для висловлення політичних поглядів було звичаєм карикатуристів [2, с. 17].

Перед Першою світовою війною «Hindu Punch» рідко висвітлював події у світі, за рідкісним винятком поразки Японії проти Росії в 1905 р., коли вона розділила своє захоплення азійською перемогою з іншими індійськими націоналістами. Газета продемонструвала єдність стилю й мети протягом усього свого існування, правдиво висвітлюючи щорічні резолюції Конгресу та його еволюцію у політичну силу. Перші п'ятнадцять років Конгресу (1885–1900) переважали помірні націоналісти, які були лояльні до імперії, і цей настрій поділяв журнал. Їх головні вимоги полягали в тому, щоб розширити консультативні повноваження Раджі і в ІДС. Іншими словами, на цьому етапі перші націоналісти не мали ні засобів, ні бажання повалити імперію, а прагнули зробити її більш чутливою до громадської думки. Перш за все, вони хотіли продемонструвати свою гідність для демократії, підтримуючи інституційну політику. Щоб запевнити уряд у його поміркованих намірах, примірник журналу був надісланий до Індійського офісу¹². Редактор Барджорджи Наороджи отримав насторожене схвалення [2, с. 39].

Право Індії на політичне представництво, народження Конгресу та індійської громадської думки знаходило обережне відображення в перших карикатурах 1887–1889 рр. На Діамантовий ювілей королеви Вікторії, коли Конгрес заявив про лояльність, «Індійський Панч» відзначив цю подію ілюстрацією «Перед її люблячою матір'ю», демонструючи материнський образ англійської королеви щодо усієї імперії. Основним

політичним вектором стали звернення безпосередньо до справедливості британської громадськості та примусові поступки шляхом лобіювання в Лондоні [8, с. 145].

В той же період була опублікована ілюстрація «Wholesome Diet» («Корисна дієта»). На ній зображено жінку, яка доїть корову з написом «Конгрес» в посуд з іншим написом, – «Резолюції». Підпис демонструє короткий діалог жіночого персонажа в античному вбранні з глечиком і тризубом Нептуна, що уособлює володарку морів Британію, яка вказує жінці-доярці в індійському національному вбранні, що потрібно спробувати, щоб молоко (індійський націоналізм) їй не перечило, заспокоївши: так, це буде відповідати її конституції (рис. 9).

Погіршення політичної ситуації не зменшило лояльності поміркованого «Indian Punch» до Раджу. Журнал м'яко поставився до прийому, наданого дамами Бомбею принцу та принцесі Уельським, які прибули з візитом. В іншому етюді «Читання гороскопу» персоніфікована Індія пророкує політичне майбутнє перед приїжджою королівською особою. «Hindu Punch» продовжував вірити в необхідність донести ідеї до сердець «великого англійського народу», на відміну від чиновників Раджу. Карикатура «Той, хто відкриває вуха» зображувала упізнаваного героя Джона Булла¹³, у кріслі сільського перукаря. Йому виймають пробки з вух, щоб він зміг почути індусів навколо. Коли націоналістичний рух вступив у фазу масових заворушень і тероризму, «Hindu Punch» відступив від своєї політики. Журнал продовжив своє існування і після руху сатьяграха Махандаса Ганді¹⁴ в 1920-х роках, але масові потрясіння

¹² Індійський офіс був британським урядовим департаментом, заснованим у Лондоні в 1858 р. для нагляду за управлінням провінціями Індії через віце-короля та інших посадових осіб.

¹³ Джон Бул (John Bull) – персоніфікований образ Великобританії.

¹⁴ Сатьяграха (із санскриту – «стояння в істині», «тримання за істину», «упертість істині». В Індії це тактика ненасильницької боротьби за незалежність, розроблена Махандасом Ганді.

не надихнули на жодні потужні карикатури [2, с. 43].

В північній частині країни першим журналом з коміксами став «Oudh Punch» мовою урду. У 1881 р., коли Арчібальд Констебль опублікував добірку карикатур. Він запевнив себе, що велика кількість коміксів в Індії розвіює міф про те, що східні жителі позбавлені гумору. До 1881 р.

продаж видання досяг позначки 500 екземплярів. Незважаючи на те, що карикатури переважно були запозичені з англійських видань, саме їх модифікація та нове прочитання цікавили публіку. Постійним ілюстратором журналу був Ганга Сахай, який підписувався просто «Шаук» (художник) [8, с. 148].

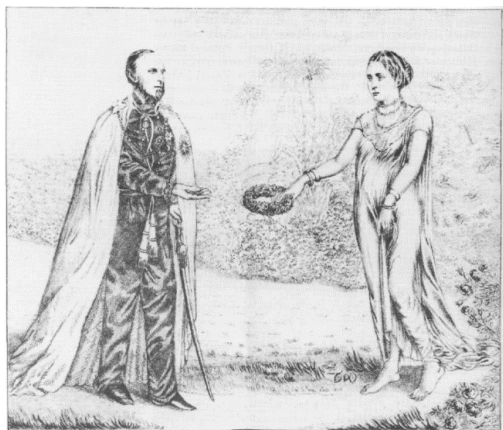


Рис. 6. «Індія представляє корону лорду Нортбруку за скасування «податку на прибутки», ілюстрація до «Mookerjee's Magazine» (1873)



Рис. 7. «Терпіння на монументі». Ілюстрація до «Hindu Punch» (1900).



Рис. 8. Лорд Керзон в образі Ганеші. Ілюстрація в «Hindu Punch» (1899)

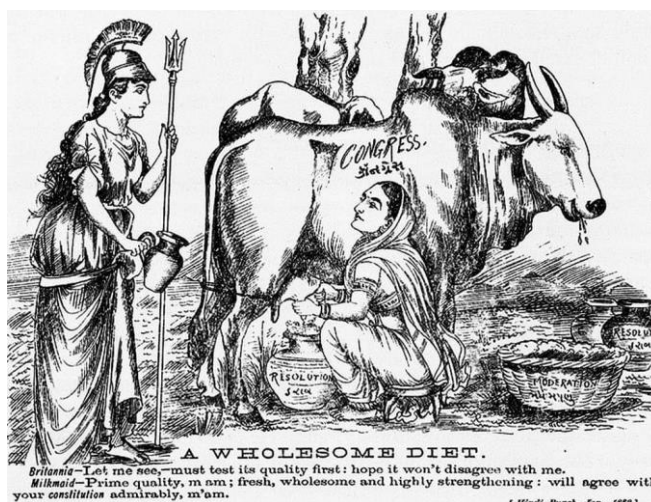


Рис. 9. «Корисна дієта», ілюстрація до «Hindu Punch» (1889)

Серед карикатур, які перетворюють людську дурість на об'єкт розваги, все одно найбільш вражаючими залишались бенгальські, найперші з яких з'явилися в епоху Бенгальського Відродження. Бенгальські

карикатуристи почали жорстоку і водночас жартівливу гру в насмішку над собою. Дотепність і інсинуації, що використовуються в карикатурі для того, щоб викрити удавання, є симптомами

підвищеного індивідуалізму. Карикатура, як основний засіб для пародіювання сучасних манер, дала цьому жвавому, самозаглибленому середовищу нову зброю, спрямованих проти себе.

Ілюстрації успадкували попередню традицію літературних пародій; вони були живописними еквівалентами «Hootum Ruanchar Naksha» (буквально «Замальовки спостережень сови») Каліпрасана Сінгха, твори Бхабані Чаран Бандйопадхя та інші подібні сатиричні твори. Цей самокритичний підхід існував протягом усього Бенгальського Відродження: «альтер-его» («інше я») західного бхадралока. Важливо, що критика сучасних ідей виходила не з боку традиційних груп, а зсередини самої міської еліти. Соціальна сатира викривала неоднозначність відносин бхадралок – виняткову і водночас розділену групу. Однак коли бенгальський художник-карикатурист заносив на стовпи своїх співвітчизників, він фактично довіряв їм. Його жертви завжди були його найбільш вдячною аудиторією [8, с. 152].

«Harbola Bhana» («Харбола Бхана») (1874) – один з перших коміксів, що викривав потаємне пияцтво серед вестернізованих. Їхня честь, натякав шарж, було врятовано вдаванням, що бренд з аптеки має лікувальну цінність [8, с. 149]. Подібні нецензурні, іноді нешанобливі публікації регулярно з'являлись в журналі «Basantaka», натхненного «Punch». Його редактором був Праннатха Датти, який походив з провідної сім'ї Калькутти. Праннатх вважав за краще працювати під керівництвом історика та дослідника Раджендралала Мітри, ніж приєднатися до колоніальної бюрократії. «Басантак» на санскриті означає клоун. Бенгальське слово «басанта» також має подвійне значення – сезону весни та страшною інфекції, віспи. Праннатх також заявив, що власником журналу був його прибиральник. Подібний хід був не задля уникання критики, а щоб розіграти ще один жарт з читачами.

Видання на своїх сторінках мало достатньо підказок на справжнього автора.

Журнал «Basantaka» націлювався на колоніальних чиновників та їхніх індійських союзників, представляючи відомих громадських персонажів у вигляді міфологічних фігур. Гумор спирався на алюзії на божественних закоханих. Так, наприклад, закоханість Радху і Крішну нагадувала любов високопоставлених британських чиновників до своїх бенгальських союзників, як припускав «Basantaka», виявляючи таку ж інтенсивність. Жорстокій сатирі піддавались розгромлення індійського ручного ткацького верстата манчестерським текстилем, корумпованість державної адміністрації Калькутти та неправильне управління офіційними програмами допомоги голодуючим. На карикатурі «23 спеціальна депеша з районів голоду» показано, як англійські чиновники примусово годують перегодованих кандидатів, а решта населення голодує. Підпис зазначає: «Жебрак: Ваша честь, я справді більше не можу впоратися». Їхня честь: Ми боїмося, що це не підійде, хтось повинен доїсти стільки рису» (рис. 10).

Своїм основним завданням журнал «Basantaka» вважав захист інтересів простого громадянина Калькутти, виступи проти чиновників, поміщицьких магнатів та їх рупора – «Індуського патріота» під редакцією Крісто Дас Пала. Журнал вів невпинну боротьбу проти модернізаційних проектів, оскільки вдосконалення, такі як криті водостоки, трамваї, сучасний ринок та інші зручності мали вийти з кишені платника податків. На одній з ілюстрацій, а саме «Аватара Вішну»¹⁵, сер Стюарт Хогг – голова Калькуттської міської корпорації, відтворений в образі Вішну з головою кабана (рис. 11).

¹⁵ Санскритське слово «аватара» у буквальному перекладі означає «сходити» і має на увазі сходження Бога у більш низькі сфери буття з певною метою.

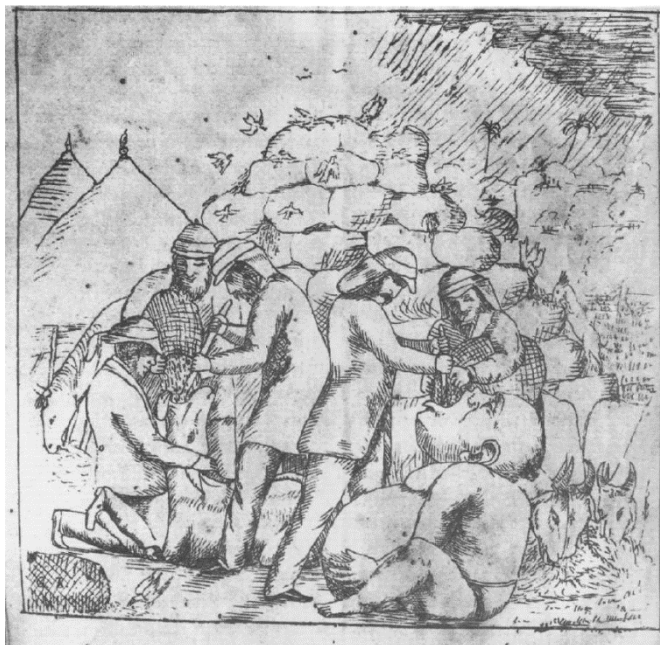


Рис. 10. «23 спеціальна депеша з районів голоду». Ілюстрація до журналу «Basantaka» (1875)



Рис. 11. «Аватара Вішну». Ілюстрація до журналу «Basantaka»

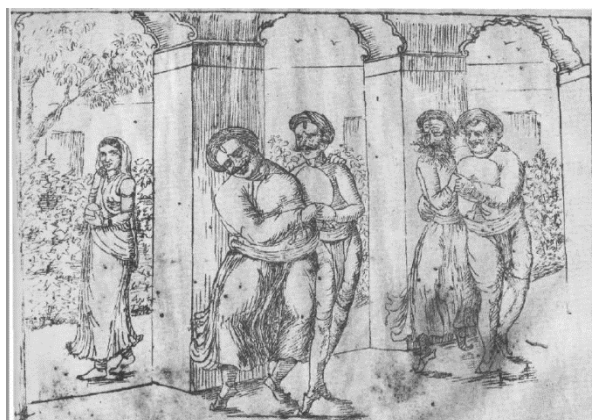


Рис. 12. «Підготовка рідних до балу Джаймангала Сінгха». Ілюстрація до журналу «Basantaka»



Рис. 13. Джатін Сен, ілюстрація до «Gaddalik» (1924)

У цій сатиричній версії індійського пантеону бивні божества зберігають різні дари – трамваї, дренаж, сучасний громадський ринок; в той час як одна з його рук володіє одним з символів влади – жезлом поліції. Вішну з головою кабана топче ногами громадян Калькутті, отримуючи схвалення від підступного бенгальського мирового судді. Ототожнення сера Хогга (Hogg) з кабаном не пройшли повз увагу читачів [8, с. 148].

«Basantaka» зарезервував свої найсмертоносніші шипи для

вестернізованих індусів у сатирах, що нагадують калігхатські мініатюри¹⁶.

Так, на карикатурі «Підготовка рідних до балу Джаймангала Сінгха» (рис. 12) ілюстратора Гіріндракумара Датти бачимо дві кумедні пари чоловіків-баніа (торговців), які вправляють вальс, а жінка в фаті якось незручно себе сприймає. Ціллю ілюстратора було відзначити зміни у повсякденні індусів, які переймали звички європейців і фактично втрачали власну культуру^{Г. Датта}

¹⁶ Калігхат – район в Калькутті у Західній Бенгалії. Для стилю калігхатських мініатюр характерні сатиричні зображення умовно поданих чоловічих і жіночих фігур.

продовжує цю лінію ілюстрацією «Товариство запобігання непристойності», переосмислюючи традиційну іконографію Калі¹⁷. За міфологією розлучену богиню міг заспокоїти тільки її чоловік Шива, простягнувшись у неї під ногами. Художник же зображує Калі, яка носить блузку, плісировану спідницю і сумочку на знак пошани до європейської моди. Її лежача жертва носить твідові штани з підтяжками. Карикатурист висміює як кампанію скромного жіночого вбрання, так і панівну моду на вікторіанський одяг. «Basantaka» також не пробачив бхадралоку відданості західній їжі та напоям. Журнал пародіював різдвяне святкування, яке було виправданням для переїдання забороненою їжею, вживання алкоголю, а також для розпусти.

Найпопулярнішими бенгальськими ілюстраціями, подібними до карикатур, були зображення на соціальні тематику. Вони регулярно публікувались у виданнях «Manasi-o-Marmabani» («Манасі о Мармабані»), «Bharat Barsha» («Бхарат Барша») та «Masik Basumati» («Масік Басуматі»). Стандартні бенгальські персонажі – лицемірний заміндар¹⁸, підкаблучник, пихатий професор, улесливий клерк, неписьменний брахман – ставали фаворитами карикатуристів. Характерна поведінка та типові ситуації, як-от пухкий староста, який повертався з базару зі своєю улюбленою рибою, чи худий учитель із палицеподібними руками й ногами, що свариться на учнів, ставали добре впізнаваними персонажами [12, с. 137].

З 1917 р. Джатін Сен регулярно з'являвся в «Manasi-o-Marmabani» та «Bharat Barsha». Спостереження Дж. Сена за бенгальськими фізіономічними типами, що

поєднують індивідуальні особливості з національними, не мали рівних. Випадкова зустріч із хіміком Раджсекхаром Басу¹⁹ призвела до створення графічної роботи та плакатів для хімічної фірми останнього. Сен приєднався до літературного гуртка Басу, створюючи ілюстрації до його сатиричних творів «Gaddalik» (1924) (рис. 13), «Kajjali» (1927) та «Hanumaner Svarna Ityadi Galpa» (1937). Вони залишаються найвинахідливішими пародіями на бенгальське життя, з їх гострим поглядом на смішне в соціальній поведінці. Те, що Сукумар Рей зробив для дітей, Басу і Сен зробили для дорослих.

Висновки. Аналіз літературних джерел та ілюстративного матеріалу в контексті проблематики індійської карикатури другої половини XIX ст., незважаючи на досить значні досягнення цього жанру в процесі формування індійської національної мистецької школи, не стали предметом уваги науковців в українському мистецтвознавстві. Надбання зарубіжних дослідників (праці П. Міттера, К. Пінні, Р. Кхандурі, Д. Сангіти), опубліковані англійською мовою, є дотичними до теми нашого дослідження, але не подають цілісної картини. Виявлені, систематизовані і проаналізовані авторкою разом з ілюстративним матеріалом вони склали надійну фактологічну базу і допомогли розробити теоретичне обґрунтування даного дослідження.

Розкрито, що причиною розвитку та домінування карикатурного жанру стали соціальні заворушення, пов'язані з утисками індусів колоніальною владою, їхньою боротьбою за полічні свободи і право розвивати власну національну культуру. Це в свою чергу підштовхнуло до заснування власних сатиричних журналів (провідні

¹⁷ Калі – індуїстська богиня вічної сили, часу і змін, смерті й знищення, зазвичай зображується темною та лютою. Калі вважається дружиною Шиви та асоціюється з низкою інших богинь, таких як Дурґа, Парваті.

¹⁸ Заміндар – землевласник в Індії, який сплачував земельний податок на користь верховного землевласника – британської колоніальної влади.

¹⁹ Раджшекхар Басу, більш відомий під псевдонімом Парашурам, був бенгальським хіміком, письменником і лексикографом. Він в основному відомий своїми комічними та сатиричними новелами. Історії «Parash Pathar» («Параш Патхар») та «Mahapurush» («Махатуруш») були екранізовані Сат'яджитом Реем.

«Delhi Sketch Book», «Indian Charivari», «Basantaka», «Hindu Punch» тощо), які, широко використовуючи жанр карикатури і спрямовуючи його на викриття негативних явищ і критику представників влади, ставали надійним інструментом впливу на свідомість соціуму, знаряддям підвищення його активності у протистоянні колонізаторам. Як і в європейській карикатурі, в індійському мистецтві цей жанр перетворювався на масове явище ще й завдяки змінам в техніці друку – застосуванню літографії.

Виявлено коло майстрів, які займали лідерські позиції в карикатурі Індії другої половини XIX ст. (це насамперед С. Рей, Б. Наороджі, Г. Сахай, П. Датта, Дж. Сен), і визначено, що основними тематичними пріоритетами їхніх карикатур були антиколоніальні за своїм спрямуванням теми. Серед сюжетів слід виділити образи

услесливих кар'єристів, жінок у гонитві за європейською модою, пияк у владних структурах, англійських колонізаторів, що відчували себе індійськими богами. Аналіз творів провідних індійських карикатуристів досліджуваної доби показав, що основними образотворчими засобами, до яких вони звертались і завдяки яким вдавалось моделювати реакцію суспільства, стали прийоми гротеску, символіки, алегорії, фантастики, метафори (зокрема, персоніфікації).

Творчий доробок індійських карикатуристів другої половини XIX ст. є визначним мистецьким надбанням, що підтверджує його безумовну практичну цінність та відкриває подальші перспективи впровадження даного матеріалу в сучасне українське мистецтвознавство.

Література

1. Atkinson G. F. *Curry and Rice on Forty Plates: Or the Ingredients of Social Life at Our Station in India*. URL: https://www.indianculture.gov.in/rarebooks/_curry-and-rice-forty-plates-or-ingredients-social-life-our-station-india (дата доступу: 19.08.2022).
2. *Asian Punches: A Transcultural Affair*. Edited by Hans Harder, Barbara Mittler. Germany: Springer, 2013. 454 p.
3. *Basantaka*. Vol. 1 (№1). URL: <https://fid4sa-repository.ub.uni-heidelberg.de/1217/> (дата доступу: 19.08.2022).
4. *Cartoons from the «Hindi Punch»: 1904*. URL: <https://archive.org/details/CartoonsFromThehindiPunch1904> (дата доступу: 19.08.2022).
5. Hasan M. *Wit and Wisdom: Pickings from the Parsee Punch*. New Delhi: Niyogi Books, 2012. 164 p.
6. Khanduri R. G. *Caricaturing Culture in India: Cartoons and History in the Modern World*. England: Cambridge University Press, 2016. 368 p.
7. Kopf D. *The Brahmo Samaj and the Shaping of the Modern Indian Mind*. USA: Princeton University Press, 2006. 426 p.
8. Mitter P. *Art and Nationalism in Colonial India 1850-1922: Occidental Orientations*. London: Cambridge University Press, 1994. 451 p.
9. Mitter P. *Much Maligned Monsters: A History of European Reactions to Indian Art*. University of Chicago Press, 1992. 375 p.
10. Mitter P. *The Triumph of Modernism. India's Artists and the Avant-garde, 1922-47*. London: Reaction Books Ltd, 2007. 272 p.
11. *Modern Review, 1907-1995*. URL: <https://www.ideasofindia.org/project/modern-review-2/> (дата доступу: 05.07.2022).
12. Nijhawan S. *Hindi Publishing in Colonial Lucknow: Gender, Genre, and Visuality in the Creation of a Literary 'Canon'*. England: Oxford University Press, 2019. 288p.
13. Pinney C. *The Printed Image and Political Struggle in India*. London: Reaction Book Ltd, 2004. 242 p.
14. Sandesh. Vol. 1 (№1). URL: <https://fid4sa-repository.ub.uni-heidelberg.de/1115> (дата доступу: 05.07.2022).
15. Sangeeta D. *Development of Modern Art Criticism in India after Independence*. London: Notion Press, 2017. 154 p.
16. Sarma I. V. *The Laghukatha: A Historical and Literary Analysis of a Modern Hindi Prose Genre*. Germany: De Gruyter, 2013. 356 p.
17. *The Visual Turn South Asia Across the Disciplines*. Edited by Sandria Freitag. London: Routledge, 2017. 289 p.

References:

1. Atkinson, G. F. (1911). *Curry and Rice on Forty Plates: Or the Ingredients of Social Life at Our Station in India*. URL: <https://www.indianculture.gov.in/rarebooks/curry-and-rice-forty-plates-or-ingredients-social-life-our-station-india> (Last accessed: 19.08.2022) [in English]
2. *Asian Punches: A Transcultural Affair* (2013). Edited by Hans Harder, Barbara Mittler. Germany: Springer [in English].
3. *Basantaka*. Vol. 1 (№1). (1874) URL: <https://fid4sa-repository.ub.uni-heidelberg.de/1217/> (Last accessed: 19.08.2022) [in Bengali].
4. *Cartoons from the «Hindi Punch»* (1904). URL: <https://archive.org/details/CartoonsFromThehindiPunch1904> (Last accessed: 19.08.2022) [in English].
5. Hasan, M. (2012). *Wit and Wisdom: Pickings from the Parsee Punch*. New Delhi: Niyogi Books [in English].
6. Khanduri, R. G. (2016). *Caricaturing Culture in India: Cartoons and History in the Modern World*. England: Cambridge University Press [in English].
7. Kopf, D. (2006). *The Brahmo Samaj and the Shaping of the Modern Indian Mind*. USA: Princeton University Press [in English].
8. Mitter, P. (1994). *Art and Nationalism in Colonial India 1850-1922: Occidental Orientations*. London: Cambridge University Press [in English].
9. Mitter, P. (1992) *Much Maligned Monsters: A History of European Reactions to Indian Art*. University of Chicago Press [in English].
10. Mitter, P. (2007) *The Triumph of Modernism. India's Artists and the Avant-garde, 1922-47*. London: Reaction Books Ltd [in English].
11. *Modern Review*. (1907). URL: <https://www.ideasofindia.org/project/modern-review-2/> (Last accessed: 05.07.2022) [in English].
12. Nijhawan, S. (2019) *Hindi Publishing in Colonial Lucknow: Gender, Genre, and Visuality in the Creation of a Literary 'Canon'*. England: Oxford University Press [in English].
13. Pinney, C. (2004). *The Printed Image and Political Struggle in India*. London: Reaction Book Ltd. [in English].
14. *Sandesh*. Vol. 1 (№1). (1913) URL: <https://fid4sa-repository.ub.uni-heidelberg.de/1115/> (Last accessed: 05.07.2022) [in Bengali].
15. Sangeeta, D. (2017) *Development of Modern Art Criticism in India after Independence*. London: Notion Press [in English].
16. Sarma, I. V. (2013) *The Laghukatha: A Historical and Literary Analysis of a Modern Hindi Prose Genre*. Germany: De Gruyter [in English].
17. *The Visual Turn South Asia Across the Disciplines* (2017). Edited by Sandria Freitag. London: Routledge [in English].

CARICATURE OF INDIA OTHER HALF OF THE XIX CENTURY

HORBACHOVA V. V., SOKOLYUK L. D.

Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts, Ukraine

Purpose: analyze the caricature of India in the second half of the 19th century, to determine its influence on the consciousness of society and to clarify the thematic and plot features and pictorial techniques.

Methodology. General scientific methods of analysis and synthesis, induction, and deduction, as well as historical and cultural, art history and comparative methods are used.

The results. The caricature of India of the second half of the 19th century was studied in its satirical magazines. The prerequisites for the appearance of such publications and their connection with the development of similar periodicals in Europe and certain socio-cultural features of colonial policy in India are revealed. The leading satirical publications («Delhi Sketch Book», «Indian Charivari», «Basantaka», «Hindu Punch», etc.) are briefly characterized. The history of the development and functions of the Indian caricature of the stated period is highlighted. It has been revealed that the thematic and plot features of the Indian caricature of this era are caused by social unrest associated with the oppression of Hindus by the colonial authorities, their struggle for political freedoms and the development of national artistic

culture. Individual caricatures are analyzed with an overview of the historical and regional context and the pictorial techniques used by the authors.

Scientific novelty. For the first time in Ukrainian art history, a review of Indian illustrated publications that produced caricatures of the current issues of Indian cultural revival is presented, which is important for the further development of the Oriental studies direction in Ukraine

Practical significance. The results of the research can be used in lecture materials related to the topic of the history of caricature and will also serve the museum study and the development of Indology in Ukraine.

Key words: *Indian caricature; Bengal Renaissance; Indian Charivari; Hindu Punch; Basantaka; Delhi Sketch Book.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Горбачова Валерія Вадимівна, аспірантка, кафедра теорії і історії мистецтва, Харківська державна академія дизайну та мистецтв, ORCID ID 0000-0002-1338-9639, **e-mail:** kotoyamasan@gmail.com

Соколюк Людмила Данилівна, д-р мист., професорка, членкиня-кореспондентка НАМУ, професорка кафедри теорії і історії мистецтва, Харківська державна академія дизайну і мистецтв, ORCID 0000-0002-9564-8672, **e-mail:** sokolyuk_l@ukr.net

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2022.3.4](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.4)

Цитування за ДСТУ: Горбачова В. В., Соколюк Л. Д. Карикатура Індії другої половини XIX ст. *Art and design*. 2022. №3(19). С. 54–71.

Citation APA: Горбачова, В. В., Соколюк, Л. Д. (2022) Карикатура Індії другої половини XIX ст. *Art and design*. 3(19). 54–71.

УДК 687.1+616-08

КОЛОСНІЧЕНКО О. В., ПАШКЕВИЧ К. Л., ОСТАПЕНКО Н. В.,
ЛЮКЛЯН Н. Р., КОЛОСНІЧЕНКО М. В.*Київський національний університет технологій та дизайну,
Україна*DOI:10.30857/2617-
0272.2022.3.6.**ПРОЄКТУВАННЯ АДАПТИВНОГО ОДЯГУ ДЛЯ ПАЦІЄНТІВ
ЛІКАРЕНЬ ІЗ ВРАХУВАННЯМ УМОВ ЙОГО ЕКСПЛУАТАЦІЇ**

Мета: дослідити стан та особливості функціонування організму людини в умовах лікування, визначити вплив проведення медичних процедур та маніпуляцій на розміщення функціонально-конструктивних елементів у виробах для пацієнтів.

Методологія. Методологічною основою дослідження є системний підхід, методи літературно-аналітичного, системно-структурного аналізу, а також методи класифікацій та порівняння.

Результати. Надано характеристики руховим режимам пацієнтів лікарень: загальному, палатному, напівпостільному, постільному, суворому постільному. Проаналізовано характерні рухи пацієнтів з урахуванням режиму активності. На основі Протоколів медичної сестри (фельдшера, акушерки) з догляду за пацієнтом та виконання основних медичних процедур та маніпуляцій проаналізовано основні медичні процедури, при яких виникає необхідність проведення маніпуляцій з одягом, сформовано топографії зон проведення медичних процедур і топографії зон впливу фізичних, психофізичних, хімічних та біологічних чинників на одяг. Надано рекомендації щодо конструктивно-технологічних рішень при проєктуванні одягу для пацієнтів залежно від рухового режиму.

Наукова новизна. Конкретизовано групи пацієнтів відповідно до режимів активності. Удосконалено напрям функціонально-конструктивного проєктування одягу, що заснований на систематизації характерних рухів, положень пацієнтів та топографій зон проведення медичних процедур.

Практична значущість. На основі вивчення та аналізу характерних рухів, положень пацієнтів та проведення медичних процедур сформовано рекомендації щодо конструктивно-технологічних рішень при проєктуванні плечових та поясних виробів для пацієнтів залежно від рухового режиму.

Ключові слова: адаптивний одяг; одяг для пацієнтів; рухові режими; медичні процедури; топографії; конструктивно-технологічні рішення.

Вступ. Актуальним завданням медичної реабілітації та догляду пацієнтів є максимальне відновлення порушених функцій з урахуванням індивідуальних властивостей організму хворого. Не менше 50% успіху лікування належить правильному ефективному догляду, бо самопочуття хворого і його психічний стан мають важливе значення для успішного проведення лікувально-діагностичних і профілактичних заходів. Організація роботи медичної сестри на етапах реабілітації хворого включає ранню активізацію, адаптацію до навколишнього середовища, навчання прийомів самообслуговування, набуття

знань про своє захворювання, раціональне медикаментозне забезпечення, психологічну підтримку хворому та родичам. Надання ефективної медичної допомоги медичним персоналом у певній мірі залежить від одягу пацієнта. Тому потреба в одязі, що має особливі функції, пов'язана з мінливими умовами зовнішнього середовища, діяльністю людини або її фізичним станом, набуває істотну значущість для хворих людей, що знаходяться в найбільш вразливому становищі.

Адаптивний одяг впливає на якість надаваних медичних послуг, психологічний

комфорт і самопочуття хворого. Конструкція одягу має забезпечувати зручність зняття та надягання виробу, легкість та безболісність проведення лікування. Задля вирішення зазначених проблем необхідно дослідити характерні рухи та положення пацієнтів, умови експлуатації виробів при проведенні медичних процедур і маніпуляцій.

Аналіз попередніх досліджень. У статті О.І. Литвинова, М.А. Мархай, Н.П. Супрун проведено аналіз утилітарних функцій шпитального одягу та встановлено основні вимоги до властивостей матеріалів для його виготовлення, визначено топографію зношування [1].

У дисертаційній роботі І.О. Іванова виявлено вплив проведення характерних діагностичних та лікувальних медичних маніпуляцій на розміщення функціональних елементів в інноваційних текстильних виробках шпитального призначення; розроблено топографію розташування спеціальних функціональних вставок із заданими властивостями в місцях, які для створення комфортної експлуатації потребують підвищеного вологопоглинання, виведення зайвої пароподібної вологи і тепла, вентиляції та швидкого висихання, підвищеної гладкості або навпаки, шорсткості поверхні матеріалу, відповідних амортизаційних характеристик та ін. [2].

У статті О.М. Харлової описана методика функціонально-конструктивного проектування спеціального одягу на основі аналізу впливу комплексу небезпечних, шкідливих виробничих факторів; визначення топографії цього впливу; розробці варіабельних функціонально-конструктивних рішень одягу, що відповідають заданим вимогам та рівню якості [3].

Стаття Л.Р. Гірфанової присвячена розробці класифікації топографічних схем для проектування одягу з градієнтним розподілом властивостей по зонах. Наведено приклади суміщення схем для оптимального вирішення завдань відповідності

проектованого одягу функціонального призначення [4].

У роботі Т.В. Климчук, О.М. Герасименко, В.А. Дробишев досліджено організацію сестринського догляду із застосуванням спеціалізованого медичного одягу для післяінсультних хворих; розроблено топографію зон проведення процедур і маніпуляцій у хворих з порушенням мозкового кровообігу; запропоновано комплект, що складається з куртки і штанів з функціональними елементами, що трансформуються [5].

У роботі Юхуй Вей, Чжаовей Су, Чанлун Лі, Хуйфень Юань досліджено ступінь складності розстібання та застібання одягу, було розроблено три стилі одягу з різними способами розстібання/застібання, а ергономічні характеристики запропонованих моделей детально досліджувались за допомогою об'єктивних експериментальних даних та оцінки комфорту носіння одягу людьми з обмеженими можливостями [6].

У статті Нг Сау-Фун, Патрік Чі-Люнг Хуей, Вонг Лай-Фан розглядається лікарняний одяг відповідно до трьох основних функцій: захисної, лікувальної та доглядової. Розроблені зразки одягу базуються не тільки на різних концепціях дизайну, моди та комфорту, але й розглядаються з точки зору вирішення конкретних медичних проблем. У роботі також досліджуються інші засоби індивідуального захисту (ЗІЗ) інвалідів та людей похилого віку, а саме: захисні засоби для стегон, компресійні панчохи, пов'язки, засоби для перев'язки ран, засоби при нетриманні сечі, гігієнічні серветки, одноразові і розумні підгузки, одяг, що враховує особливості руху людини та контролює життя важливі показники організму, носимі датчики тощо [7].

Проведений аналіз літературних джерел показав, що питання розробки адаптивного одягу є актуальним у сучасних наукових дослідженнях, однак результати опрацювань наукових робіт показали, що існує проблема

недостатнього вивчення стану та особливостей функціонування організму людини в умовах лікування, а дослідження впливу медичних процедур та маніпуляцій на розміщення функціонально-конструктивних елементів під час проєктування адаптивного одягу потребує більш детального опрацювання.

Постановка завдання. Методологія проєктування адаптивного одягу для пацієнтів лікарень має базуватися на систематизації характерних рухів та положень хворих, визначенні умов експлуатації, формуванню топографій зон проведення медичних процедур і топографій зон впливу фізичних, психофізичних, хімічних та біологічних чинників, на розробці рекомендацій щодо конструктивно-технологічних рішень універсальних для широкого спектру захворювань, що дозволить забезпечити необхідний захист та комфорт хворому під час лікування, а також допомогти пришвидшити його реабілітацію.

Результати дослідження. Через велику кількість процедур і малорухомість пацієнтів лікарень з'являється потреба в одязі, який має особливі функції та враховує особливості лікування, що може допомогти не тільки хворому, але і медичному персоналу без труднощів надавати якісні лікувальні послуги. Такий одяг має відповідати анатомо-фізіологічним і психологічним характеристикам людини в процесі використання [8]. Тому під час проєктування одягу для пацієнтів необхідно враховувати умови експлуатації, характерні рухи та положення хворого, а також особливості проведення медичних процедур.

Відомо, що існують такі режими активності (рухові режими) пацієнта [9]:

- загальний (вільний) – пацієнт перебуває у відділенні без обмеження рухової активності в межах стаціонару і території лікарні, дозволяється вільна ходьба по коридору, підйом по сходах, прогулянка по території лікарні;

- палатний – пацієнт багато часу проводить в ліжку, дозволяється вільна ходьба по палаті, усі заходи щодо особистої гігієни здійснюються в межах палати;

- напівпостільний – пацієнт весь час проводить у ліжку, може сідати на край ліжка або стілець для прийому їжі, може ходити в туалет у супроводі медичної сестри;

- постільний – пацієнт не покидає ліжка, може сидіти, повертатися, усі заходи щодо особистої гігієни здійснюються в ліжку медичним персоналом;

- суворий постільний – пацієнтові категорично забороняються активні рухи в ліжку, навіть повертатися з боку на бік.

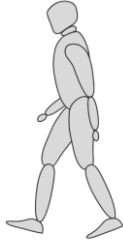
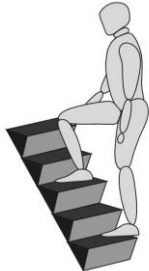
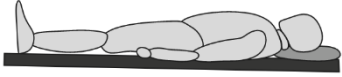
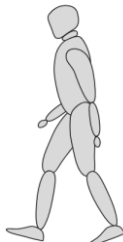
Залежно від загального стану хворий приймає те чи інше положення в ліжку. Розрізняють активне, пасивне і вимушене положення [10].

Активне – це положення, яке хворий довільно може змінити (ходить, сидить, лежить, стоїть), але при цьому можуть з'являтися неприємні відчуття або біль. Особливо важливою є здатність активно рухатися, що свідчить про збереження свідомості лежачого хворого. Однак активне положення не завжди може бути критерієм важкості захворювання (наприклад, початок важких і невиліковних захворювань).

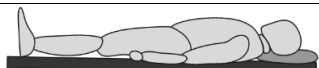
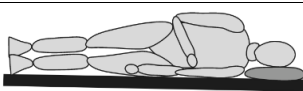
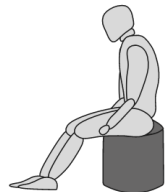
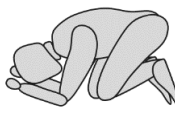
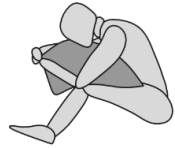
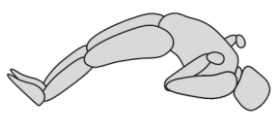
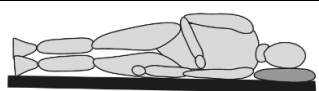
Пасивне – це положення, коли хворий через різку слабкість, раптову гостру анемізацію або втрату свідомості, зберігає надане йому горизонтальне (лежаче) положення, нерідко вкрай незручне. У більшості випадків пасивне положення свідчить про важкий, часто несвідомий стан хворого, хоча можуть бути виключення (непритомні стани – короткочасна втрата свідомості). Пасивне положення можуть займати хворі при важких інфекціях, інтоксикаціях з ураженням центральної нервової системи (спинний, черевний і поворотний тифи, міліарний туберкульоз, коматозні стани, хворі під час агонії).

Таблиця 1

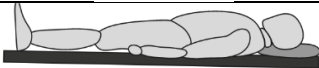
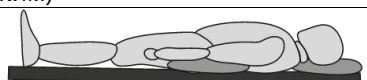
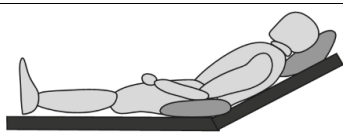
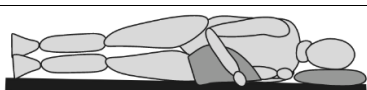
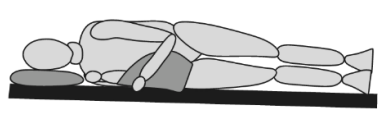
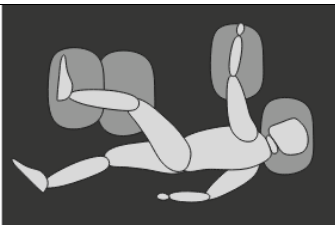
Характерні рухи та положення пацієнтів з урахуванням режиму активності (фрагмент)

Руховий режим пацієнта	Положення тіла пацієнта в ліжку	Назва руху, положення	Схема руху, положення
1	2	3	4
Загальний (вільний)	Активне	Ходіння	
		Підйом по сходах	
		Положення стоячи	
		Положення сидячи	
		Положення лежачи (на спині)	
		Положення лежачи на боку	
Палатний Напівпостільний	Активне	Ходіння	

Продовження табл. 1

1	2	3	4
		Положення стоячи	
		Положення сидячи	
		Положення лежачи (на спині)	
		Положення лежачи на боку	
	Вимушене	Ортопне положення (при серцевій недостатності)	
		Ортопне положення з фіксованим поясом верхніх кінцівок (при бронхіальній астмі)	
		Колінно-ліктьове положення (виразкова хвороба)	
		Положення «бедуїна, що молиться» (перикардит)	
		Положення «лягавого собаки» (менінгіт)	
		Положення опістотунус (правець)	
		На хворому (сухий плеврит) або здоровому боці (перелом ребер)	

Продовження табл. 1

1	2	3	4
Постільний	Активне, вимушене	Положення сидячи	
		Подоження лежачи (на спині)	
		Положення лежачи на боку	
	Вимушене	(див. палатний і напівпостільний ружим)	(див. палатний і напівпостільний ружим)
Суворо постільний	Пасивне	Положення лежачи (на спині)	
		Положення Фаулера	
		Положення на лівому боці	
		Положення на правому боці	
		Положення Сімса	

Вимушене положення пацієнта:

а) вимушене активне – це коли хворий займає самостійно, свідомо таке положення, щоб полегшити свої страждання;

б) вимушене пасивне положення в ліжку – коли хвороба змушує пацієнта зайняти його, навіть у випадках, коли пацієнт може повертатись самостійно.

На основі наведеної інформації сформовано табл. 1 з характерними рухами та положеннями пацієнтів з урахуванням режиму активності.

Догляд за хворими – це комплекс заходів, що спрямовані на полегшення стану хворого і забезпечення успіху лікування, та є

невід’ємною і важливою частиною в системі надання хворому медичної допомоги [11].

Догляд за хворими поділяють на загальний та спеціальний. Загальний догляд передбачає заходи догляду, які можна застосувати відносно будь-якого хворого, незалежно від виду й характеру його захворювання. Спеціальний догляд включає заходи, які застосовують тільки до хворих із певними захворюваннями (хірургічні, інфекційні, урологічні, гінекологічні, психічні та інші).

Загальний догляд за хворими передбачає такі заходи [11]:

1. Створення гігієнічного середовища навколо хворого та його обслуговування:

а) дотримання санітарно-гігієнічного та лікувально-охоронного режиму;

б) дотримання особистої гігієни важкохворих;

в) надання допомоги під час їжі, різних фізіологічних відправлень;

г) полегшення страждань хворого, заспокоювання, підбадьорювання, надання віри в одужання.

2. Спостереження за хворими і проведення профілактичних заходів:

а) спостереження за функціями усіх органів та систем організму;

б) надання першої медичної (долікарської) допомоги (допомога при блюванні, запамороченні; штучне дихання, непрямий масаж серця);

в) профілактика ускладнень, що можуть виникнути при незадовільному догляді за важкохворими (пролежнів, гіпостатичної пневмонії).

3. Виконання лікарських призначень:

а) проведення різноманітних лікувальних процедур та маніпуляцій (застосування банок, накладання гірчичників, ін'єкції та інші);

б) проведення діагностичних маніпуляцій (збирання сечі, калу, дуоденального та шлункового вмісту).

На основі Протоколів медичної сестри (фельдшера, акушерки) з догляду за

пацієнтом та виконання основних медичних процедур [1212] та маніпуляцій сформовано табл. 2, в якій наведено основні медичні процедури, при яких відбувається контакт з одягом. На основі аналізу та схожості певних характерних рухів, положень пацієнтів та особливостей проведення медичних процедур виділено 2 основні групи пацієнтів:

1 група – пацієнти із загальним, палатним, напівпостільним руховими режимами.

2 група – пацієнти з постільним та суворо постільним руховими режимами.

Для проектування раціональних зразків одягу для пацієнтів сформовано топографії зон проведення таких медичних процедур:

– дослідження пульсу на променевій артерії;

– визначення частоти, глибини, ритму дихання

– вимірювання температури тіла під пахвою;

– вимірювання артеріального тиску;

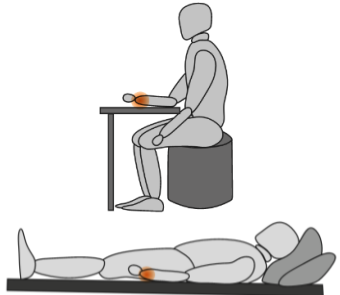
– взяття крові з вени для бактеріологічного та біохімічного дослідження;

– годування пацієнта;

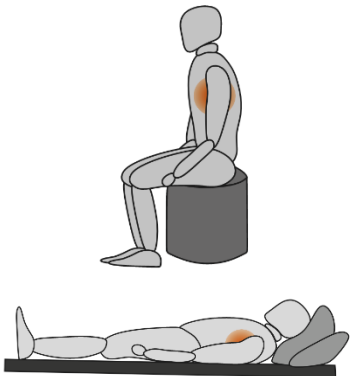
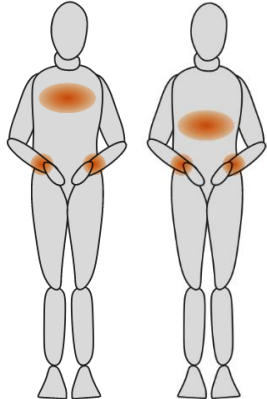
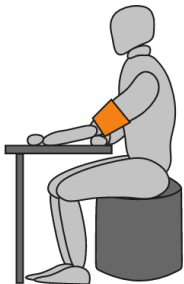
– проведення внутрішньошкірної ін'єкції (проба на індивідуальну чутливість до антибіотика);

Таблиця 2

Основні медичні процедури, при яких відбувається контакт з одягом (фрагмент)

Назва процедури	Опис процедури	Місце проведення процедури та положення пацієнта
1	2	3
ОЦІНКА ФУНКЦІОНАЛЬНОГО СТАНУ ПАЦІЄНТА		
<i>Всі рухові режими</i>		
Дослідження пульсу на променевій артерії	1. Під час процедури пацієнт може сидіти (розслабити руку, при цьому кисть та передпліччя не повинні висіти) або лежати (рука також розслаблена). 2. Медичний працівник притискає II, III, IV пальцями променеві артерії на обох руках пацієнта (I палець повинен розміщуватися з тильного боку кисті), щоб відчувати пульсування артерії.	

Закінчення табл. 2

1	2	3
Вимірювання температури тіла під пахвою	1. Поміщається резервуар термометра в пахову ділянку так, щоб він доторкався до шкіри (пацієнт повинен притиснути плече до грудної клітки).	
Визначення частоти, глибини, ритму дихання	1. Медичний працівник бере пацієнта за руку так, як для дослідження пульсу, спостерігає за екскурсією грудної клітки пацієнта і рахує дихальні рухи за 30 с, результат множиться на 2. 2. Якщо не вдається спостерігати екскурсію грудної клітки, необхідно продовжити тримати руку пацієнта за зап'ясток, покласти руки (свою і пацієнта) на грудну клітку (у жінок) чи надчеревну ділянку (у чоловіків).	
Вимірювання артеріального тиску	1. Накладається манжетку на оголене плече пацієнта на 2–3 см вище від ліктьового згину (одяг не повинен стискати плече вище манжетки); закріплюється манжетку так, щоб між нею і плечем проходив лише один палець. 2. Пацієнт приймає правильне положення руки: в розігнутому стані долонею догори (якщо пацієнт сидить, підкласти під лікоть стиснутий кулак кисті вільної руки).	

- проведення внутрішньошкірної ін'єкції (проба Манту);
- проведення підшкірної ін'єкції (введення олійного розчину);
- введення внутрішньом'язової ін'єкції;
- внутрішньовенне струминне або краплинне введення лікарських засобів;
- внутрішньовенне введення лікарських засобів за допомогою периферичного катетера;
- катетеризація сечового міхура;

- застосування газовивідної трубки та постановка клізм;
 - оксигенотерапія;
 - фізіотерапевтичні процедури.
- Під час проведення медичних процедур та маніпуляцій, на одязі можуть з'явитися негативні наслідки від фізичних, психофізичних, хімічних та біологічних чинників таких, як забруднення від лікарських препаратів і крові, забруднення під час годування чи самостійного приймання їжі пацієнтом, від протікання органічних виділень, потовиділення.

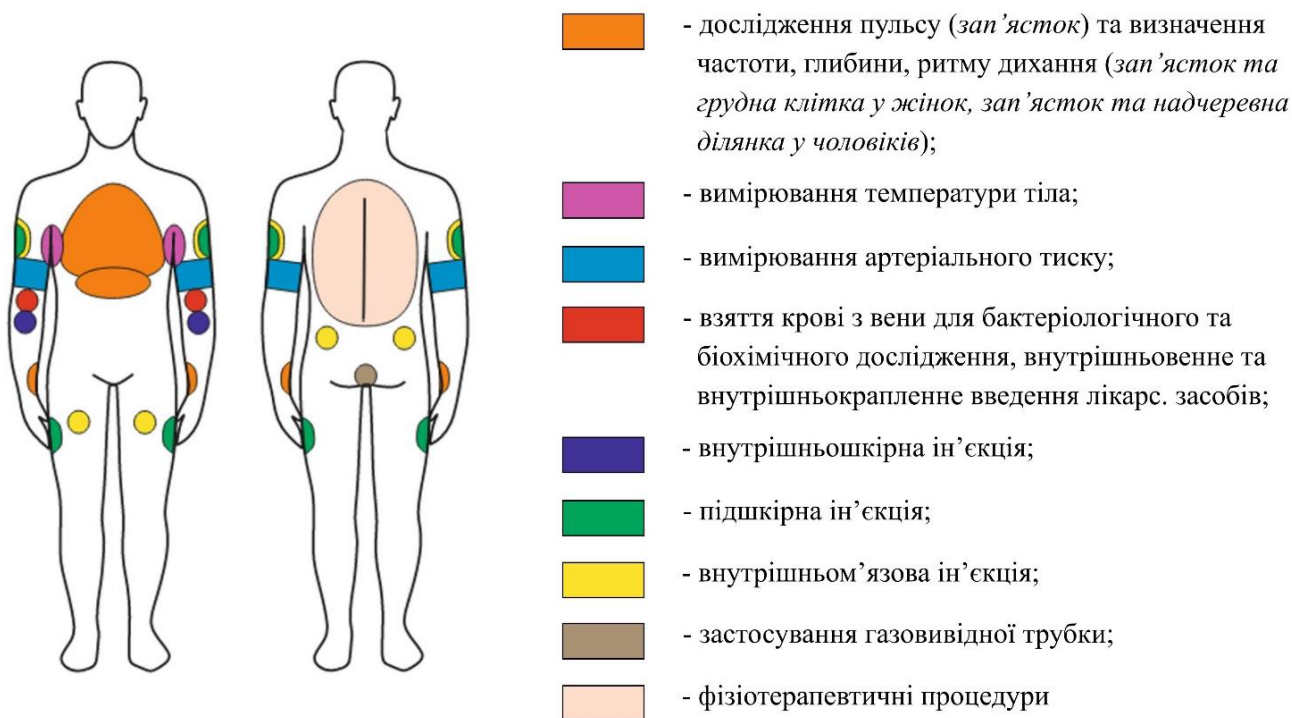


Рис. 1. Топографія проведення медичних процедур при загальному, палатному та напівпостільному режимах активності пацієнта

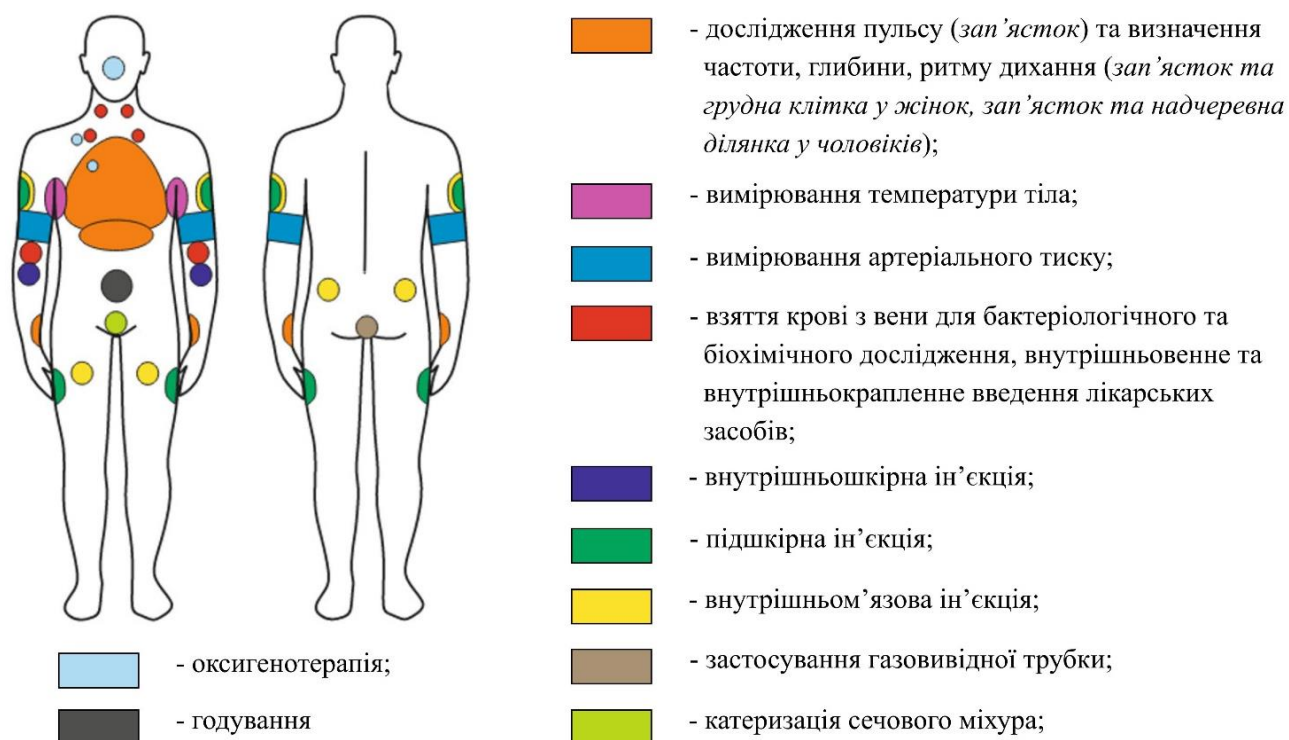


Рис. 2. Топографія проведення медичних процедур при постільному та суворо постільному режимах активності пацієнта

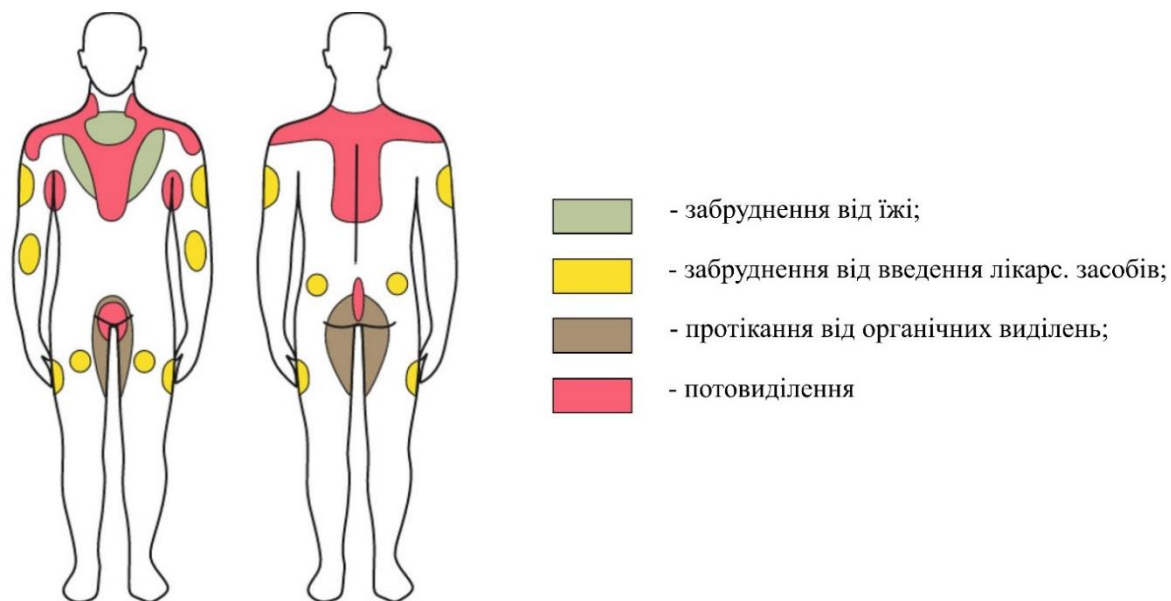


Рис. 3. Топографія впливу фізичних, психофізичних, хімічних та біологічних чинників при загальному, палатному та напівпостільному режимах активності пацієнта

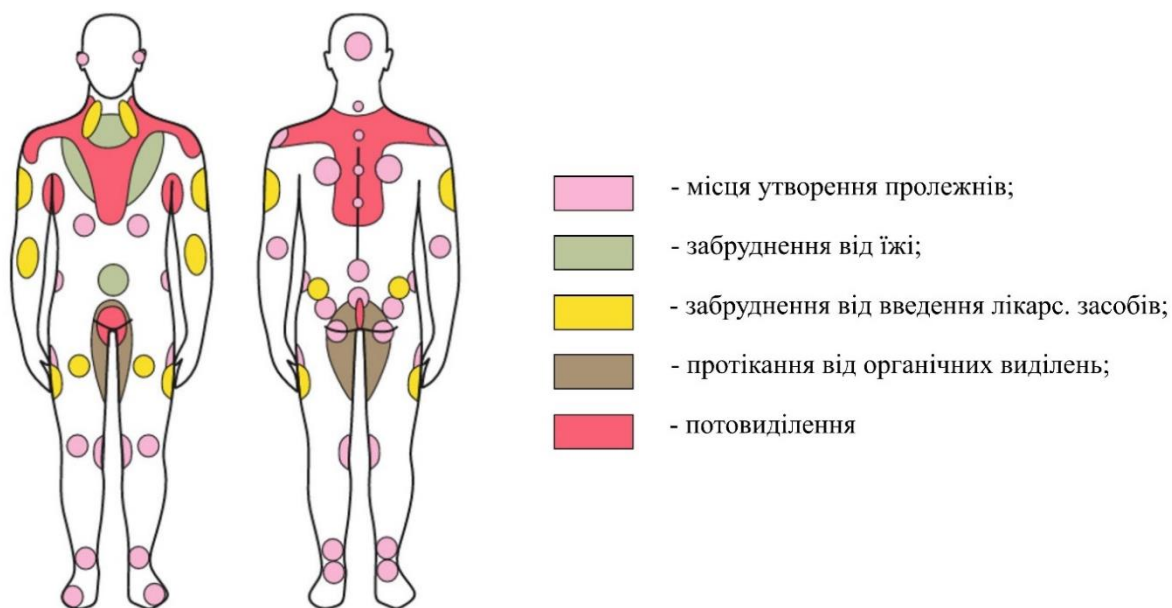


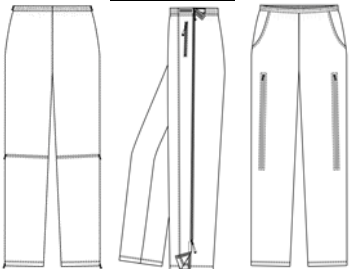
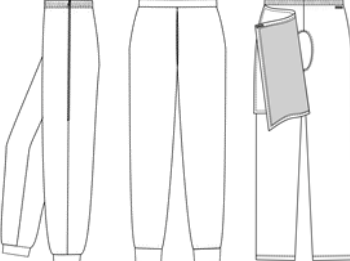
Рис. 4. Топографія впливу фізичних, психофізичних, хімічних та біологічних чинників при постільному та суворо постільному режимах активності пацієнта

Таблиця 3

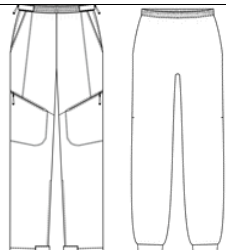
Рекомендації щодо конструктивно-технологічних елементів для 1 групи пацієнтів з загальним, палатним, напівпостільним руховими режимами

№	Необхідна дія	ФКЕ, що забезпечують виконання дії	Приклад
1	2	3	4
Плечові вироби			
1	Забезпечити доступ до грудної клітки пацієнта	центральна або зміщена застібка переду, застібка на запах, відкидний пластрон спереду	

Продовження табл. 3

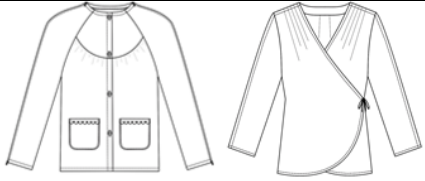
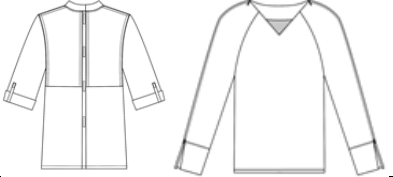
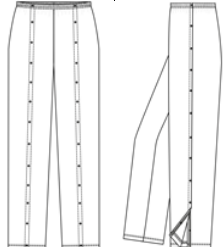
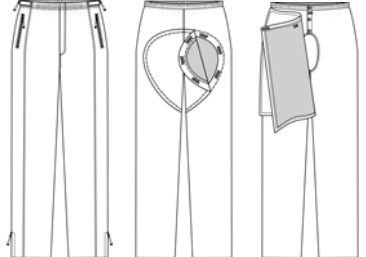
1	2	3	4
2	Забезпечити доступ до спини	центральна або зміщена застібка спинки, застібка на запах	
3	Забезпечити доступ у зоні передпліччя, плеча та кисті	роз'ємні верхні або нижні шви рукавів, горизонтальні членування рукавів, рукави з куліскою, патою або манжетою	
4	Забезпечити вентиляцію у ділянці пахв	вентиляційна ластовиця рукава	
5	Запобігти підтягуванню низу рукав та низу виробу вгору	пати, манжети	
Поясні вироби (штани):			
1	Забезпечити доступ до верхньої частини стегна спереду та збоку	горизонтальні членування, роз'ємні бічні шви або прорізи передньої половинки штанів	
2	Забезпечити доступ до верхнього квадранту сідниці та прямої кишки	роз'ємні бічні шви або на задній половинці штанів роз'ємний шов сидіння, відрізна кокетка, відкидні деталі	
3	Забезпечити вентиляцію на ділянці між ногами	вентиляційна ластовиця у кроковому шві	

Закінчення табл. 3

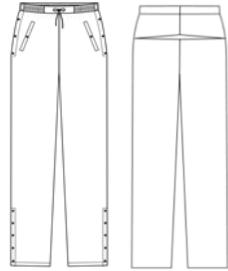
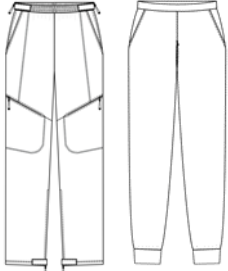
1	2	3	4
4	Запобігти підтягуванню штанин вгору	пати, манжети	

Таблиця 4

Рекомендації щодо конструктивно-технологічних елементів для 2 групи пацієнтів з постільним та суворо постільним руховими режимами

№	Необхідна дія	ФКЕ, що забезпечують виконання дії	Приклад
1	2	3	4
Плечові вироби			
1	Забезпечити доступ до грудної клітки та черевної ділянки	центральна застібка переду, застібка на запах, відкидний пластрон спереду	
2	Забезпечити доступ до зони шиї та підключичної ділянки	Рукави-реглан із роз'ємними швами вшивання в пройму спереду, відкидні кокетки переду, роз'ємні плечові шви	
3	Забезпечити доступ в зоні передпліччя, плеча та кисті	роз'ємні верхні або нижні шви рукава, роз'ємні горизонтальні членування із застібками у швах, рукави з куліскою, патою або манжетою	
4	Запобігти підтягуванню низу рукав та низу виробу вгору	пати, манжети	
Поясні вироби			
1	Забезпечити доступ до верхньої частини стегна спереду та збоку	горизонтальні або вертикальні членування, роз'ємні бічні шви, прорізи на передній половинці штанів	
2	Забезпечити доступ до сечового міхура	Передня застібка штанів, роз'ємний шов сидіння, відкидні деталі	

Закінчення табл. 4

1	2	3	4
3	Забезпечити доступ до верхнього квадранту сідниці та прямої кишки	роз'ємні бічні шви або у задній половинці штанів роз'ємний шов сидіння, відрізна кокетка	
4	Запобігти підтягуванню штанин вгору	пати, манжети	

Також знерухомленість людини при постільному та суворо постільному режимах активності пацієнта провокує появи пролежнів, які формуються у тих місцях тіла, де кістки проходять близько до поверхні шкіри, у цьому випадку кровоносні судини тривалий час залишаються стиснутими, що і спричиняє нестачу кровопостачання.

На основі табл. 1 та табл. 2 сформовано топографії проведення медичних процедур та зон впливу різних чинників на одяг з урахуванням рухових режимів пацієнтів і надано на рис. 1 – рис. 4.

Відповідно до проведеного аналізу та сформованих топографій розроблено рекомендації щодо розробки одягу для пацієнтів 2-х груп та представлено у табл. 3 та табл. 4.

Висновки. Визначено і надано характеристики руховим режимам пацієнта: загальному, палатному, напівпостільному, постільному, суворо постільному. Проаналізовано характерні рухи пацієнтів з урахуванням режиму активності. Встановлено, що залежно від загального стану хворого

розрізняють активне, пасивне і вимушене положення. На основі Протоколів медичної сестри (фельдшера, акушерки) з догляду за пацієнтом та виконання основних медичних процедур та маніпуляцій проаналізовано основні медичні процедури, при яких відбувається контакт з одягом. Визначено, що догляд за хворими і лікувальний процес доповнюють одне одного і спрямовані до загальної мети – полегшення стану хворого і забезпечення успіху його лікування. Сформовано топографії зон проведення медичних процедур, які допоможуть спроєктувати такі моделі одягу, які будуть покращувати якість та швидкість надання медичної допомоги та сприятимуть одужанню пацієнтів, а врахування впливу фізичних, психофізичних, хімічних та біологічних чинників продовжить термін експлуатації виробів. Надано рекомендації щодо конструктивно-технологічних рішень при проєктуванні плечових та поясних виробів для пацієнтів залежно від рухового режиму, де основною вимогою є наявність функціональних елементів.

Література

1. Литвинова О. І., Мархай М. А., Супрун Н. П. Розробка нового асортименту шпитального

одягу. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Сер. Технічні науки.* 2015. № 6 (92). С. 206-211.

2. Иванов I. O. Удосконалення конфекціювання текстильних матеріалів для виробів шпитального призначення: дис. ... д-ра філософії: 132 / Київс. націон. ун-т техн. та диз. Київ, 2020. 155 с.

3. Харлова О. Н. Функционально-конструктивный подход к проектированию специальной одежды. *Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета*. 2010. № 63 (09). С. 45-55.

4. Гирфанова Л. Р. Топографические схемы в одежде для градиентного распределения свойств по зонам. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2014. № 6-1. С. 128-133.

5. Климчук Т. В., Герасименко О. Н., Дробышев В. А. Организация сестринского ухода с применением специализированной медицинской одежды для постинсультных больных. *Journal of Siberian Medical Sciences*. 2013. № 3. 9 с.

6. Бережная А., Скрипченко А. Системный анализ мужской одежды для больных и технологическое проектирование данных изделий. *Conferința Tehnico-Științifică a Colaboratorilor, Doctoranzilor și Studenților: Universitatea Tehnică a Moldovei*. 15-17 noiembrie 2012. Chișinău, 2013. Vol. 3. P. 371-372.

7. Yuhui Wei, Zhaowei Su, Zongqian Wang, Changlong Li, Huifen Yuan. Design and ergonomic evaluation of nursing clothing for disabled people with one side of body. *Journal of Physics Conference Series*, 2021. Vol. 1790, №1. P. 1-4.

8. Ng Sau-Fun, Hui Chi-Leung, Wong Lai-Fan. Development of medical garments and apparel for the elderly and the disabled. *Textile Progress*, 2011. №43(4). P. 235-285.

9. Пропедевтика внутрішніх хвороб з доглядом за терапевтичними хворими. За заг. ред. А. В. Єпішина. Тернопіль: Укрмедкнига, 2001. 768 с.

10. Нетяженко В. З., Сьоміна А. Г., Присяжнюк М. С. Загальний та спеціальний догляд за хворими: підручник. Київ: Здоров'я, 1993. 304 с.

11. Ковальова О. М. та ін. Догляд за хворими: підручник. Київ: ВСВ Медицина, 2010. 488 с.

12. Про затвердження протоколів медичної сестри (фельдшера, акушерки) з догляду за пацієнтом та виконання основних медичних процедур та маніпуляцій: затв. наказом М-ва охорони здоров'я України від 16.09.2011 р. № 597.

URL:

https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v241528_2-21#Text (дата звернення: 21.09.2021).

References

1. Lytvynova, O. I., Markhaj, M. A., Suprun, N. P. (2015). Rozrobka novoho asortymentu shpytal'noho odiahu [Development of a new assortment of hospital clothes]. *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu tekhnolohij ta dyzajnu. Ser. Tekhnichni nauky – Bulletin of the Kyiv National University of Technology and Design. Ser. Technical sciences*, 6 (92), 206-211 [in Ukrainian].

2. Ivanov, I. O. (2020). Udokonalennia konfeksiiuvannia tekstyl'nykh materialiv dlia vyrobiv shpytal'noho pryznachennia [Improving the confection of textile materials for hospital products]. Doctor's thesis. Kyiv [in Ukrainian].

3. Kharlova, O. N. (2010). Funktsional'no-konstruktivnyy podkhod k proektirovaniyu spetsial'noy odezhdy [Functional-constructive approach to the design of special clothing]. *Politematicheskii setevoy elektronnyy nauchnyy zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta – Polythematic network electronic scientific journal of the Kuban State Agrarian University*, 63 (09), 45-55 [in Russian].

4. Girfanova, L. R. (2014). Topograficheskie skhemy v odezhde dlya gradientnogo raspredeleniya svoystv po zonam [Topographic schemes in clothing for a gradient distribution of properties by zones]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk – Actual problems of the humanities and natural sciences*, 6-1, 128-133 [in Russian].

5. Klimchuk, T. V., Gerasimenko, O. N., Drobyshev, V. A. (2013). Organizatsiya sestrinskogo ukhoda s primeneniem spetsializirovannoy meditsinskoy odezhdy dlya postinsul'tnykh bol'nykh [Organization of nursing care with the use of specialized medical clothing for post-stroke patients]. *Journal of Siberian Medical Sciences*, 3, 9 [in Russian].

6. Berezhnaya, A., Skripchenko, A. (2013). Sistemnyy analiz muzhskoy odezhdy dlya bol'nykh i tekhnologicheskoe proektirovanie dannykh izdeliy [System analysis of men's clothing for patients and technological design of these products]. *Conferința Tehnico-Științifică a Colaboratorilor, Doctoranzilor și Studenților: Universitatea Tehnică a Moldovei (15-17 noiembrie 2012) – Technical-Scientific Conference of Collaborators, PhD Students and Students* (pp. 371-372). Chișinău [in Russian].

7. Yuhui Wei, Zhaowei Su, Zongqian Wang, Changlong Li, Huifen Yuan (2021). Design and ergonomic evaluation of nursing clothing for disabled people with one side of body. *Journal of Physics Conference Series*, 1, Vol. 1790, 1-4.
8. Sau-Fun, N., Chi-Leung, H., ong Lai-Fan, W. (2011). Development of medical garments and apparel for the elderly and the disabled. *Textile Progress*, 43(4), 235-285.
9. Yepishyna, A. V. (eds.) (2001). *Propedevtyka vnutrishnikh khvorob z dohliadom za terapevtychnymy khvorymy* [Propaedeutics of internal diseases with care for therapeutic patients]. Ternopil': Ukrmedknyha [in Ukrainian].
10. Netiazhenko, V. Z., Somina, A. H., Prysiashniuk, M. S. (1993). *Zahalnyi ta spetsialnyi dohliad za khvorymy* [General and special patient care]. Kyiv: Zdorovia [in Ukrainian].
11. Koval'ova, O. M. et al. (2010). *Dohliad za khvorymy* [Care for patients]. Kyiv: VSV Medytsyna [in Ukrainian].
12. *Zatv. nakazom M-va okhorony zdorov'ia Ukrainy vid 16 ver. 2011 r. № 597. «Pro zatverdzhennia protokoliv medychnoi sestry (fel'dshera, akusherky) z dohliadu za patsientom ta vykonannia osnovnykh medychnykh protsedur ta manipuliatsij»* [Approved. by order of the Ministry of Health of Ukraine of 16.09.2011 No. 597 «On the approval of protocols of a nurse (paramedic, midwife) for patient care and the performance of basic medical procedures and manipulations»] (2011, 16 September). [zakon.rada.gov.ua URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v2415282-21#Text](https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v2415282-21#Text) (Last accessed: 21.09.2021) [in Ukrainian].

DESIGN OF FUNCTIONAL CLOTHING FOR PATIENTS OF HOSPITAL TAKING INTO ACCOUNT THE CONDITIONS OF ITS OPERATION

KOLOSNIHENKO O. V., PASHKEVYCH K. L., OSTAPENKO N. V.,
LIUKLIAN N. R., KOLOSNIHENKO M. V.

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

Purpose: to establish the basic principles of the development of modern functional clothing for patients, taking into account the peculiarities of its operation.

Methodology. The theoretical method, including analysis, synthesis and analogy, is applied; method of system analysis.

Results. The characteristics of the patient's movement modes are given: general, ward, semi-bed, bed rest, strictly bed rest. The characteristic movements of the patients were analyzed taking into account the mode of activity. Based on the Protocols of a nurse (paramedic, midwife) for patient care and the performance of basic medical procedures and manipulations, the main medical procedures in which there is contact with clothing were analyzed, the topography of the areas of medical procedures and the topography of the areas of physical, psychophysical, chemical, and biological influence were formed. factors. Recommendations are provided for constructive and technological solutions when designing clothes for patients depending on the movement mode.

Scientific novelty. Groups of patients are specified according to their activity regimes. The direction of functional and constructive design of clothing, which is based on the systematization of characteristic movements, positions of patients and topographies of medical procedures, has been improved.

The practical significance. Based on the study and analysis of characteristic movements, positions of patients and the conduct of medical procedures, recommendations were formed regarding constructive and technological solutions for the design of shoulder and lumbar products for patients depending on the movement mode.

Keywords: *functional clothes; clothes for patients; movement modes; medical procedures; topographies; constructive and technological solutions.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Колосніченко Олена Володимирівна, д-р мист., професор, професор кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-5665-0131, Scopus 55791007500, **e-mail:** kolosnichenko.ov@knutd.edu.ua

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

Остапенко Наталія Валентинівна, д-р техн. наук, професор, завідувач кафедри ергономіки і дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-3836-7073, Scopus 57191843580, **e-mail:** cesel@ukr.net

Люклян Надія Романівна, магістр, кафедра ергономіки і дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-9598-8119, **e-mail:** n.r.lyuklyan@gmail.com

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@knutd.edu.ua

Цитування за ДСТУ: Колосніченко О. В., Пашкевич К. Л., Остапенко Н. В., Люклян Н. Р., Колосніченко М. В. Проєктування функціонального одягу для пацієнтів лікарень із врахуванням умов його експлуатації. *Art and design*. 2022. №3(19). С. 72–87.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2022.3.6](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.6)

Citation APA: Колосніченко, О.В., Пашкевич, К. Л., Остапенко, Н. В., Люклян, Н. Р., Колосніченко М. В., (2022) Проєктування функціонального одягу для пацієнтів лікарень із врахуванням умов його експлуатації. *Art and design*. 3(19). 72–87.

УДК 7.038.541

DOI:10.30857/2617-0272.2022.3.7.

КОХАН Н. М., БРИЖАЧЕНКО Н. С.

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, Україна

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ДЕМОНСТРАЦІЇ ТВОРІВ ЛЕНД-АРТУ У ЗАКРИТОМУ ПРОСТОРИ

Мета роботи: виявити та сформулювати принципи формування демонстрації творів ленд-арту у закритому просторі.

Методологія. Використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема, типологічний аналіз при групуванні творів ленд-арту за певними ознаками; історико-порівняльний аналіз при виявленні принципів формування демонстрації творів ленд-арту у закритому просторі; синтез – при їх формулюванні.

Результати. В роботі виявлено та сформульовано принципи формування демонстрації творів ленд-арту у закритому просторі. Відповідно до типології творів ленд-арту, представлених у закритому просторі, сформовано три групи: 1. Митець створює свій твір ленд-арту у довкіллі, фіксує його різними способами (фото, відео тощо) та демонструє у закритому просторі; 2. Твір ленд-арту в закритому просторі є смисловим та візуальним продовженням твору ленд-арту, який вже зроблений у довкіллі, або твір існує у процесі виготовлення, чи є проектом (пропозицією); 3. Твір ленд-арту формується у закритому просторі й тільки там може існувати та демонструватись. Визначено, що фото, відеодокументи, представлені у закритому просторі (згідно першому принципу) не є твором ленд-арту. До творів ленд-арту у закритому просторі відносяться ті, що сформовані відповідно до другого та третього принципів.

Наукова новизна. Вперше виділено принципи формування демонстрації творів ленд-арту у закритому просторі.

Практична значущість полягає у тому, що вказані принципи формування демонстрації творів ленд-арту у закритому просторі сприяють створенню більш продуманого твору ленд-арту та формуванню грамотної сучасної експозиції виставкового простору.

Ключові слова: ленд-арт; закритий простір; експозиційний простір; демонстрація; фотодокументи; відеодокументи.

Вступ. Після великої кількості трагедій, що відбулися у Другій світовій війні, було переосмислення її наслідків: пошук справжності та щирості у мистецтві став закономірною потребою багатьох митців. Погляд у бік автентичності, націлив деяких художників звернутись до матеріалу, який був здавна та завжди доступний людині – землі. Цьому сприяла велика кількість вільних просторів, зокрема, пустелі США, де створювались деякі твори й там же демонструвались. Ці художні експерименти із землею в 60-х роках XX століття отримали назву «Earthworks» («Земляні роботи») та «Earth Art» («Земляне Мистецтво»). З розширенням варіантів взаємодії з довкіллям, включенням інших матеріалів, утворилася більш містка назва цього

художнього явища – «Land art» («Ленд-арт»), що також сприяло зміні території існування та демонстрації творів ленд-арту. Твори ленд-арту почали створювати та демонструвати як у відкритому просторі (довкіллі), так і у закритому (галереї, музеї тощо). Оскільки перший варіант існування творів ленд-арту закладено в джерелах виникнення цього явища, то другий потребує осмислення закономірностей їх формування в цьому (закритому) просторі.

Аналіз попередніх досліджень. Питаннями систематизації творів британського ленд-арту займалися М. Гудінг й У. Ферлонг [5]. Автори запропонували розподіл творів за категоріями, але систематизація не є повною: вона не показує всього різноманіття творів та їх

дослідження охоплює розвиток цього художнього явища тільки від середини 1960-х по 1995-ті роки.

Великий об'єм творів американського та європейського ленд-арту за аналогічний період: від кінця 1960-х до першої половини 1990-х років, представлено як ще один варіант групування творів ленд-арту, що запропонували Д. Кастнер й Б. Уолліс [6].

Н. Кохан аналізує обидві пропозиції вищевказаних авторів, знаходить аналогічні за змістом позиції й приклади та ті, що відрізняються. Важливо, що у своєму осмисленні практики ленд-арту вона розглядає твори, що створені до 2019 року та пропонує свою типологію за ознаками часу, за ознакою простору, за масштабом і композиційною структурою, але взаємозв'язок між відкритим і закритим просторами в ленд-арті не розкриває [1].

Дослідження інших авторів, в основному, розглядають історичний аспект розвитку ленд-арту: американського та європейського (С. Беттгер [4], Б. Тафнелл [9], М. Лайлах [7]), японського (Н. Хорісаки-Крестенс [10]) та українського (П. Бевза, Г. Гідора [2]).

Постановка завдання. Ленд-арт у сучасному світі показує різноманіття форм, функціонує як твір мистецтва та твір ландшафтного дизайну; він поширився на відкриті (довкілля) та закриті (галереї, музеї тощо) простори. Часто один і той же твір може об'єднувати обидва типи просторів. Аналіз цієї ситуації допоможе дослідити різницю між творами, що у закритому просторі є тільки документацією (фото, відео тощо), та творами ленд-арту, створеними у закритому просторі.

Мета роботи – виявити та сформулювати принципи формування демонстрації творів ленд-арту у закритому просторі.

Результати дослідження та їх обговорення. Твори ленд-арту – це численна й різноманітна художня практика, що відрізняється не тільки розмірами,

матеріалами, але й місцем створення й демонстрації твору. Пошук автентичності спонукав художників вийти із закритого простору галерей, музеїв, виставкових залів у інший простір – природний (у довкілля). Але згодом виникла парадоксальна ситуація: перша виставка ленд-арту (1968 р., Нью Йорк, США), що офіційно заявила про це художнє явище, відбувалася у галереї. Проте цей компроміс дозволив відбутися інституалізації ленд-арту, як галузі художньої діяльності.

Перша виставка ленд-арту показала, що твори можуть бути створені як у відкритому просторі (тобто у довкіллі), так і у закритому просторі (у галереї, музеї тощо). Закритий простір для творів ленд-арту не є звичайним, ленд-арту притаманний простір природного середовища. Але розширення території діалогу між художником та суспільством вказало на необхідність формування нової взаємодії між традиційним місцем сприйняття мистецтва (у галереї, музеї тощо) та твором у довкіллі. Аналіз тієї частини практики ленд-арту, де є взаємодія між відкритим та закритим просторами, як місцем творення, існування та демонстрації твору ленд-арту, сприяв групуванню останніх за певними критеріями, які були виділені у *принципи формування демонстрації твору ленд-арту у закритому просторі*.

Принципи формування демонстрації твору ленд-арту у закритому просторі можна окреслити наступним чином:

1. мистець створює свій твір ленд-арту у довкіллі, фіксує його різними способами (фото, відео тощо) та демонструє у закритому просторі;

2. твір ленд-арту в закритому просторі є смисловим та візуальним продовженням твору ленд-арту, який вже зроблений у довкіллі, або твір існує у процесі виготовлення, чи є проектом (пропозицією);

3. твір ленд-арту формується у закритому просторі й тільки там може існувати та демонструватись.

Ці принципи намітилися ще на першій виставці ленд-арту, тому проілюструвати їх необхідно як творами, представленими тоді, так і творами, що були створені значно пізніше.

Першим принципом *формування демонстрації твору ленд-арту у закритому просторі* є наступне: митець створює свій твір ленд-арту у довкіллі, фіксує його різними способами (фото, відео тощо) та демонструє у закритому просторі. Все це є документацією, що показує зображення творів ленд-арту, які вже створені у довкіллі.

Група творів ленд-арту, представлених документами на виставці, є найбільш багаточисленною і є найбільш традиційним варіантом *формування демонстрації твору ленд-арту у закритому просторі*. На першій виставці ленд-арту «Earth works», що відкрилась у м. Нью-Йорку (США) 5 жовтня 1968 р., фото та відеодокументами були представлені твори К. Андре, Г. Байера, С. ЛеВітта, К. Ольденбурга, М. Хейзера (рис. 1, рис. 2). К. Андре показав фотодокументи об'єктів «Rock Pile» – кулю з кам'яних брил загальною висотою 40,64 см і «Log Piece» – об'ємну стежину, викладену з дерев'яних брусків загальною довжиною 30,48 м, що виконані в сільській місцевості, в м. Аспен, штат Колорадо (США), влітку 1968 р. Г. Байер представив фотодокументи ландшафтного об'єкта «Земляний Курган» (1954 р.) – велику споруду з насипу у формі незамкнутого кільця, пагорбу, у центрі якого є поглиблення та великого мегаліту, розташованого між ними. С. ЛеВітт презентував вісім етапів поховання куба зі сталі, що він здійснив влітку 1968 р. в Голландії (фотодокументи) (рис. 3). К. Ольденбург – риття «Спокійного громадського пам'ятника» («Могили»), що було реалізовано автором за рік до виставки в Нью-Йоркському парку (США) (автором було показано відеофільм) (рис. 4). М. Хейзер продемонстрував зображення однієї з «дев'яти невадських депресій»

(1968 р.), виконаних ним раніше в пустелі Невада (США) (фотодокументи).

Із сучасних виставок ленд-арту, що, наприклад, відбуваються в Україні, такий принцип *формування демонстрації твору ленд-арту у закритому просторі* найбільш характерний у показах результатів щорічного міжнародного симпозіуму ленд-арту «Простір покордоння» у с. Могриця Сумської області (Україна), що проходить влітку протягом 24 років. Так у серпні 2021 р. в «Агенції промоції «Суми»» відбулись дві виставки, присвячені ленд-арту. В одному залі з 10 по 22 серпня проходила виставка «Бездоганний матеріал» за результатами симпозіуму 2021 р., в іншому залі з 17 по 22 серпня – персональна виставка творів ленд-арту художниці Ярослави Майстренко. На стінах обох залів висіли холсти, натягнуті на підрамники, з надрукованими фотозображеннями її творів ленд-арту за минули роки. На афіші виставки «Бездоганний матеріал» було написано: «дайджест документації». Під «дайджестом» мались на увазі обрані твори 2021 р., створені на симпозіумі. Тобто окреслено, що на виставці були представлені фото- та відео документи, на яких було задокументовано об'єкти ленд-арту (рис. 6).

На великому екрані наприкінці зали демонструвався фільм про мистецтво ленд-арту у Могриці. Більшість творів було представлено у вигляді фото документів, а саме: «Сонячний календар» Г. Гідори – найбільш масштабна робота, де величезні дерев'яні стовпи, що вкопані на рівному майданчику біля крейдового кар'єру, вказують сторони світла, дні сонцестояння та дні рівнодення (рис. 8); «Масштаб: тінь часу» Ю. Галети – малий за розмірами твір, де автор крихітні тріщини крейдового кар'єру, що утворилися після дощу, уявляє тектонічними розломами земної кори (рис. 9); «Кут» А. Гармідера – протиставлення реального об'єкта (чорної трикутної піраміди) та аналогічного за розмірами поглиблення у крейдовому кар'єрі (негативного об'єму) (рис. 10);

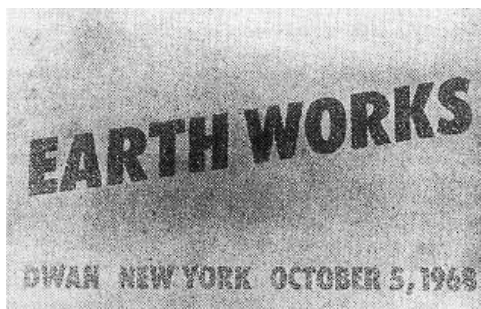


Рис. 1. Афіша першої виставки ленд-арту, США, 1968 р.



Рис. 2. Експозиція першої виставки ленд-арту, (5.10.1968 р., галерея В. Дван, м. Нью-Йорк, США)



Рис. 3. Ленд-арт об'єкт та дія у довкіллі «Похований куб», автор – С. ЛеВитт, Голландія, 1968 р.



Рис. 4. Ленд-арт об'єкт та дія у довкіллі «Спокійний Громадський пам'ятник», автор – К. Ольденбург, Нью-Йорк, США, 1967 р.



Рис. 5. Ленд-арт об'єкт «Земляна кімната», автор – У. Де Марія, галерея Хайнер Фрідріх, м. Мюнхен, Німеччина, 1968р.



Рис. 6. Афіша виставки творів XXIV ленд-арт симпозиуму «Простір покордоння», м. Суми, Україна, 2021 р.



Рис. 7. Експозиція виставки творів XXIV ленд-арт симпозиуму «Простір покордоння», м. Суми, Україна, 2021 р.



Рис. 8. Ленд-арт об'єкт «Сонячний календар», автор – Г. Гідора, Україна, 2021 р.



Рис. 9. Ленд-арт об'єкт «Масштаб: тінь часу», автор – Ю. Галета, Україна, 2021 р.

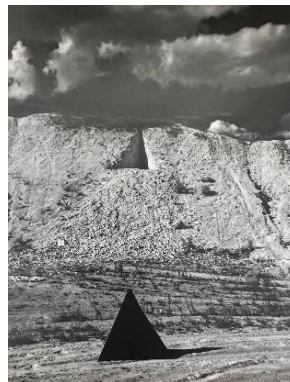


Рис. 10. Ленд-арт об'єкт «Кут», автор – А. Гармідер, Україна, 2021 р.



Рис. 11. Ленд-арт об'єкт «Minecraft wiki/блок», автор – О. Коношенко, Україна, 2021 р.



Рис. 12. Ленд-арт об'єкт «Відбиток часу», автор – А. Кохан, Україна, 2021 р.



Рис. 13. Гепенінг «Шлях: взаємодія», автор – Н. Лісова, Україна, 2021 р.



Рис. 14. Ленд-арт об'єкт «Ефемерність», автор – О. Никитюк, Україна, 2021 р.

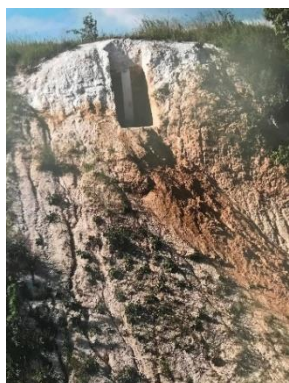


Рис. 15. Ленд-арт об'єкт «Одкровення», автор – В. Ходак, Україна, 2021 р.



Рис. 16. Ленд-арт об'єкт та дія у довкіллі «Щоденник», автор – С. Якунін, Україна, 2021 р.

«Minecraft wiki/блок» О. Коношенко, де чорний куб зі стороною 1м виступає, як символ цифрового та реального середовища (рис. 11); «Відбиток часу» А. Кохан – гігантські білі зображення, схожі на відбитки пальців, які залишив час, наче жива істота, на товстих темно-сірих сухих стовбурах дерев (рис. 12); гепенінг Н. Лісової «Шлях: взаємодія» – масова хода з червоною тканиною, яка сприймалася артерією (рис. 13); «Ефемерність» О. Никитюка – чотири сині трикутні перевернені піраміди, заповнені крейдою, демонстрували поступове занурення у крейдову поверхню кар'єру чи навпаки – поступальне звільнення від неї (дивлячись з якого боку їх розглядати) (рис. 14); «Одкровення» В. Ходака – реальне занурення у ґрунт крейдового кар'єру у формі паралелепіпеда (симуляція археологічного дослідження), що створювало роздуми про те, що нічого не зникає без сліду (все десь залишається) (рис. 15); дія у доквіллі «Щоденник» С. Якуніна, що поєднувала процес створення символічного квадрата-щоденника (вбивання круглих дерев'яних брусків різного діаметру і висоти в поверхню крейдового кар'єру) і метаморфози, що відбувалися з ним (спалювання і спостереження за результатом) [3] (рис. 16).

Також фотодокументами на виставці були представлені: «Sphere» – М. Журунової та Б. Локатира й «Мігруюча структура» Н. Кохан та О. Кохана. Поруч з фотозображеннями були об'єкти, що створені у доквіллі митцями. Це той рідкісний випадок, коли об'єкти, створені та показані у природному середовищі, можуть бути перенесені до галерейного простору, як демонстраційні твори. «Sphere» – це велика крейдяна куля розміром приблизно 1 м, що у галерейному просторі звисала зі стелі наприкінці зали. Реальні експерименти зі сферою (переміщення з місця на місце, зміна

оточення) та віртуальні (цифрові) маніпуляції (створення ілюзії подолання сили тяжіння – зависання в повітрі, збільшення кількості куль тощо) – все це відображено у каталозі [3, с. 150] (рис. 17 а, рис. 17 б). Але всі ідеї переміщень крейдяної кулі обмежувалися тільки крейдяним простором, тому формували ефект – біле на білому. Цей об'єкт ленд-арту створений у доквіллі та для доквілля. У закритий простір він привносить атмосферу природності та є одним з акцентів в експозиції виставки.

Другий об'єкт ленд-арту на виставці: «Мігруюча структура» Н. Кохан та О. Кохана – це ажурна конструкція з тонких дерев'яних паличок. Конструкція складалася з 2-х частин: однієї великої та іншої – меншої, але алгоритм їх формування однаковий. Кожна з частин утворювала трикутну піраміду: одну більш високу, іншу меншу за розмірами, що можуть існувати, як окремо, так і разом, створюючи велику об'ємну конструкцію. Особливістю цього твору є можливість трансформація форми: вона може змінювати свою конфігурацію та розміри. Суть твору відобразилася у його назві «Мігруюча структура»: конструкція має змінювати своє місце положення. У доквіллі вона виглядає більш природньо, як твір ленд-арту, але згідно ідеї твору, у закритому просторі вона теж може існувати (рис. 18 а.), (рис. 18 б.). Кожна зміна місця для цього твору є закономірною, тому цей об'єкт ленд-арту ілюструє *другий принцип формування демонстрації твору ленд-арту у закритому просторі*: твір ленд-арту в закритому просторі є смисловим та візуальним продовженням твору ленд-арту, який вже зроблений у доквіллі, або твір існує у процесі виготовлення, чи є проектом (пропозицією). Твір ленд-арту «Мігруюча структура» реалізує *смысловое та візуальне продовження ідеї твору, зробленого у доквіллі*.



Рис. 17 а. Ленд-арт об'єкт «Sphere», автори – М. Журунова, Б. Локатир, Україна, 2021 р.



Рис. 17 б. Об'єкт ленд-арту «Sphere» у віртуальному просторі, автори – М. Журунова, Б. Локатир, Україна, 2021 р.



Рис. 18 а. Ленд-арт об'єкт «Мігруюча структура» у природному середовищі, автори – Н. Кохан, О. Кохан, Україна, 2021 р.



Рис. 18 б. Ленд-арт об'єкт «Мігруюча структура» у галереї, автори – Н. Кохан, О. Кохан, Україна, 2021 р.



Рис. 19. Проект ленд-арт об'єкта «Кратер Роден», автор – Д. Тарелл, США, 1987 р.



Рис. 20 а. Ленд-арт об'єкт «Виявлення» та інтерактивний процес садіння насіння пшениці, автор – Я. Майстренко, Україна, 2021 р.



Рис. 20 б. Ленд-арт об'єкт «Виявлення» у галерейному просторі після садіння пшениці, автор – Я. Майстренко, Україна, 2021 р.



Рис. 20 в. Ленд-арт об'єкт «Виявлення» у галерейному просторі: зійшли паростки пшениці, автор – Я. Майстренко, Україна, 2021 р.

Розглядаючи *другий принцип формування демонстрації твору ленд-арту у закритому просторі*, необхідно згадати твори, представлені на першій виставці ленд-арту (1968 р., Нью Йорк, США). Д. Оппенгейм на цю виставку представив проект реконструкції вулкана Котопахі в

Еквадорі у вигляді макету та текстового матеріалу, тобто *проект твору*, що пропонується здійснити. Р. Смітсон показав «Не-Місце» (згодом він зробив десять різних творів з такою назвою, але сформованими за однаковим алгоритмом). Цей твір складався з таких частин: купа

мінералів, упакованих зазвичай у металеві контейнери визначеної форми; топографічна карта зі вказівкою місця, звідки були взяті мінерали; світлини місця, процесу копання у довкіллі й інші документи. Згідно із запропонованою концепцією «Місце» – це минуле місце мінералів у природному просторі й умовне зображення їх на карті, а «Не-Місце» – нове місце в галереї та, по суті, не є їхнім реальним місцем, але мінерали там знаходяться [9]. Основою цього твору є гра понять, смислів, 3D-об'єктів та їх двомірних зображень, де простір у довкіллі не може існувати без частини твору (зображень та об'єктів), що представлені у галереї, так й навпаки; тобто *твір ленд-арту у закритому просторі є іншою частиною того твору ленд-арту, який є у довкіллі*.

В українському ленд-арті приклад твору, що *складається з двох частин* (дії у довкіллі та об'єкту сучасного мистецтва у закритому просторі), – це «Консервація туману» М. Журавля (2002 р.). У цьому творі дія у довкіллі – це процес здійснення консервації туману та об'єкт сучасного мистецтва – художній витвір з результатів консервування: банок з туманом, прикріплених до дерев'яного щита: одна частина твору була здійснена та демонструвалась у відкритому просторі, друга – у закритому.

Другий принцип формування демонстрації твору ленд-арту у закритому просторі містить ще одну позицію, яку необхідно проілюструвати: *твір існує у процесі виготовлення*. Під цим твердженням маються на увазі масштабні твори ленд-арту, які потребують багато матеріальних і фізичних зусиль для їхньої реалізації у довкіллі. У цьому випадку глядача інформують про майбутній твір ленд-арту, створюючи серію рисунків, креслень, макетів, доповнюючи їх поясненнями та іншою документацією, тобто створюють проект, що ілюструє увесь процес виготовлення масштабного задуму митця. Проект створюється виключно для

демонстрації у закритому просторі та розповідає про те, що буде створено, чи вже створюється, у відкритому. У процесі виготовлення твору проект збільшується: до нього додаються ще деталі, зразки, рисунки тощо. Так, наприклад, Дж. Тарелл задумав твір ленд-арту «Кратер Роден» у 1972 р. Ідеєю цього твору було перетворення природного геологічного утворення – згаслого вулкана, що знаходиться у віддаленій пустелі, в місце спостереження за світлом та космосом. Щоб це можна було здійснити, митець рахував, креслив, досліджував рельєф місцевості, робив макети майбутніх інженерних споруд, які він задумав створити у кратері. Все це він показував на виставках. Згодом почалися будівельні роботи. Сьогодні, у 2022 році, цей унікальний твір сучасного мистецтва у пустелі майже завершено, але відкрито тільки для невеликих груп глядачів. За п'ятдесят років виготовлення твору у довкіллі проект значно збільшився (відеофіксацією процесів будівництва, інтерв'ю тощо) та існує як невід'ємна унікальна частина твору ленд-арту «Кратер Роден». Проект розкриває історію створення твору та наочні технічні пояснення світлових ефектів, що виникають у процесі спостереження за світилами. Проект є частиною твору, що є у довкіллі, але створений виключно для закритого простору (рис. 19).

Третій принцип формування демонстрації твору ленд-арту у закритому просторі: *твір ленд-арту створюється у закритому просторі й тільки там може існувати та демонструватись*. Група творів, що ілюструє цей принцип є найменшою.

У 1968 р. на першій виставці ленд-арту (1968 р., Нью Йорк, США) були представлені твори, що формувались виключно у галереї для виставці. К. Ольденбург створив куб із плексигласу, наповнивши його родючою землею з хробаками. Р. Морріс насипав «Бруд» – величезну купу землі зі шматками

металу, вовни, уламків цегли тощо. Усе це перебувало на аркуші пластику, що лежав на підлозі.

На цій виставці був ще заявлений твір «Земляна кімната» У. Де Марії, який він створив на кілька днів раніше (28 вересня 1968 р.) у мюнхенській галереї Хайнер Фрідріх у Німеччині. Цей твір представляв наступне: у трьох суміжних кімнатах галереї загальною площею 72 кв. м художник розподілив рівним шаром 45 кубометрів чорнозему. Глибина шару склала 60 см. Скляний простінок, установлений у дверному прорізі, дозволяв глядачеві бачити всю масу чорної землі, не входячи до приміщення. В прес-релізі до виставки було написано: «Бог дав нам землю, і ми знехтували цим» [1, с. 70] (рис. 5). «Земляна кімната» У. Де Марії – це твір ленд-арту, створений у закритому просторі та для закритого простору. У 1974 р. він був повторений в м. Дармштадт (Німеччина) і в 1977 р. в м. Нью-Йорк (США), де зберігається, як постійно встановлений.

У контексті розгляду сучасних творів ленд-арту, що зроблені та існують у закритому просторі, слід звернути увагу на вищезгадану персональну виставку ленд-арту художниці Я. Майстренко. Її виставка складалася з фотодокументів творів, які були створені нею за минули роки та інтерактивної інсталяції «Виявлення», сформованої спеціально для цієї виставки. Матеріалом цього твору була земля. Художниця розглядає її як основу-символ, яка приймає посаджене насіння та повертає його світу багаторазово збільшивши те, що посіяно (рис. 20 а.). Глядачеві пропонується взяти участь в інтерактивному процесі розкидання та загортання насіння пшениці, а у наступні дні простежити за його проростанням та зростанням сходів (рис. 20 б.), (рис. 20 в.). Символічний зв'язок між посадкою та врожаєм з часом визріває в розмислах про життя. Візуально твір сформований, як широка смуга землі від входу в зал до його кінця. Завершує її вертикальне фото фрагмента чорнозему.

Минув рік після виставки та сьогодні, коли воїни ЗСУ звільняють українську землю, призма часу накладає ще один контекст на цей твір – наскільки є дорогий кожний метр української землі.

Порівнюючи твори таких різних періодів у розвитку ленд-арту, слід зазначити, що перша виставка цього явища позначила початковий етап формування ідеї використання землі як місця та матеріалу мистецтва. Приголомшливим на виставці був сам факт існування та матеріалізації нової концепції, композиційне рішення окремого твору та експозиції у цілому тоді було не важливим. Звернення до максимально виразної реалізації твору ленд-арту з'явилося пізніше: з більшим поширенням ленд-арту у світі. Це спостерігається в інтерактивній інсталяції «Виявлення», що була центральним об'єктом експозиції. Чітка геометрія інсталяції з часом пом'якшилась зеленими сходами: наочна демонстрація поєднання художнього та природного – важлива складова та ознака ленд-арту.

Висновки. Практика ленд-арту показала, що твори ленд-арту демонструються у відкритому (довкіллі) та закритому (у галереї, музеї тощо) просторах. Встановлено, що взаємозв'язок між ними, як місцем створення, існування та демонстрації твору ленд-арту здійснюється згідно принципам формування демонстрації твору ленд-арту у закритому просторі. Їх виділено три: митець створює свій твір ленд-арту у довкіллі, фіксує його різними способами (фото, відео тощо) та демонструє у закритому просторі; твір ленд-арту в закритому просторі є смисловим та візуальним продовженням твору ленд-арту, який вже зроблений у довкіллі, або твір існує у процесі виготовлення, чи є проектом (пропозицією); твір ленд-арту формується у закритому просторі й тільки там може існувати та демонструватись.

Пошук справжності та щирості в мистецтві у другий половині ХХ ст. привів

мистців к ідеї виходу з закритого простору (музеїв та галерей тощо) у відкритий простір (природного середовища). Але вже першу виставку ленд-арту мистці проводять у галереї (1968 р., Нью-Йорк, США). Це дозволило відбутися інституалізації ленд-арту, як галузі художньої діяльності, але й висвітлює парадоксальну ситуацію між ідеєю виникнення цього мистецтва та місцем його демонстрації. Сучасна практика ленд-арту теж охоплює відкритий та закритий простори. Співставлення перших творів ленд-арта на виставці (1968 р., Нью-Йорк, США) та творів сучасних українських мистців на прикладі виставці, що проходила за результатами XXIV міжнародного симпозіуму ленд-арту «Простір покордоння» (2021 р.) у с. Могриця Сумської області (Україна) дозволила проаналізувати принципи формування демонстрації творів ленд-арту у закритому просторі, що були закладені у 1968 році та їх зміни у сучасному світі.

Визначено, що фото, відеодокументи, представлені у закритому просторі (згідно

першому принципу) не є твором ленд-арту. До творів ленд-арту у закритому просторі відносяться ті, що сформовані відповідно до другого та третього принципів. Встановлено, що загалом принципи намітилися ще на першій виставці ленд-арту у 1968 році, але доповнення «твір існує у процесі виготовлення» сформовано на основі тривалої практики ленд-арту. Зіставлення творів ленд-арту з першої виставки (1968 р., Нью-Йорк, США) із сучасними творами українського ленд-арту (2021 р., м. Суми, Україна) показує різницю в проблемах, що порушуються митцями з різних країн та у різні періоди розвитку цього явища. На першій виставці ленд-арту «Earthworks», що проходила у Нью-Йорку, важливим був факт представлення землі, як матеріалу мистецтва – в основі творів були концептуальні проблеми. Сучасні українські художники звертаються до історичних образів минулого, цифровізації сьогодення, експериментів з масштабом, візуальних ілюзій тощо.

Література

1. Кохан Н. М. Ленд-арт у контексті сучасного ландшафтного дизайну: дис. канд. мистецтвознавства: спец. 17.00.07. Дизайн. Харківська держ. акад. дизайну і мистецтв. Харків, 2019. 328 с.
2. Мистецтво довкілля. Україна 1989–2010 (Environmental Art Ukraine 1989–2010: альбом). Київ: Софія-А. 2010. 200 с.
3. XXIV міжнародний land-art симпозіум «Простір покордоння» 021: каталог. Київ: Shudra Art Collection, 2021. 174 с.
4. Boettger S. Earthworks: Art and the Landscape of the Sixties. California: University of California Press, 2003. 316 p.
5. Gooding M., Furlong W. Song of the Earth: European Artists and the Landscape. London: Thames & Hudson, 2002. 168 p.
6. Kastner J., Wallis B. Land and Environmental Art. London: Phaidon Press, 1998. 304 p.
7. Lailach M. Land Art. Cologne: Taschen, 2007. 94 p.

8. Smithson R. A Provisional Theory of Non-Sites. *The Collected Writing*. Edited by Jack Flam. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press, 1996. Pp. 364–365.

9. Tufnell B. Land Art. New York: Harry N Abrams Inc, 2007. 158 p.

10. Horisaki-Christens N. On the Blurring of Art and Life, or Toward a More Human Experience. «Rights of Passage». Jun, 2012. URL: <http://magazine.art21.org/2012/06/11/on-the-blurring-of-art-and-life-or-toward-a-more-human-experience/#.WwQDju6FOHv>.

References

1. Kokhan, N. M. (2019). Land-art u konteksti suchasnoho landshaftnoho dizajnu [Land Art in the Context of Modern Landscape Design]. Candidate's thesis. Specialty 17.00.07 – Design. Kharkiv, 328 p. [in Ukrainian].

2. Mystetstvo dovkillia. Ukraina 1989–2010. (2010) [Environmental Art Ukraine 1989–2010: album]. Kyiv: Sofiia-A. 200 p. [in Ukrainian].
3. XXIV international land-art symposium «Border space» 021: kataloh (2021). Kyiv: Shudra Art Collection. 174 p. [in Ukrainian].
4. Boettger, S. (2003). *Earthworks: Art and the Landscape of the Sixties*. USA, California: University of California Press. 316 p. [in English].
5. Gooding, M., Furlong, W. (2002). *Song of the Earth: European Artists and the Landscape*. London: Thames & Hudson. 168 p. [in English].
6. Kastner, J., Wallis, B. (1998). *Land and Environmental Art*. London: Phaidon Press. 304 p. [in English].
7. Lailach, M. (2007). *Land Art*. Cologne: Taschen. 94 p. [in English].
8. Smithson, R. A. (1996). Provisional Theory of Non-Sites. *The Collected Writing*. Edited by Jack Flam. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press. Pp. 364–365 [in English].
9. Tufnell, B. (2007). *Land Art*. New York: Harry N Abrams Inc. 158 p. [in English].
10. Horisaki-Christens, N. (2012). On the Blurring of Art and Life, or Toward a More Human Experience. «Rights of Passage». Jun. URL: <http://magazine.art21.org/2012/06/11/on-the-blurring-of-art-and-life-or-toward-a-more-human-experience/#.WwQDju6FOHv> [in English].

PRINCIPLES OF FORMING A DEMONSTRATION OF LAND-ART WORKS IN A CLOSED SPACE

KOKHAN N. M., BRYZHACHENKO N. S.

Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko, Ukraine

The purpose of the work – to identify and formulate the principles for the formation of a demonstration of works of land art in a closed space.

Methodology. General scientific and special research methods were used, in particular, typological analysis when grouping works of land art according to certain characteristics; historical and comparative analysis: used to identify the principles of the formation of the demonstration of land art works in a closed space; synthesis – during their formulation.

Results. The search for sincerity in art in the second half of the 20th century led artists to the idea from exiting the closed space (museums and galleries, etc.) into the open space (natural environment). But the artists held the first exhibition of land art in the gallery (1968, New York, USA). This enabled the institutionalization of land art as a field of artistic activity, but also highlighted the paradoxical situation between the idea of the origin of this art and the place of its demonstration. The modern practice of land art also covers open and closed spaces. A comparison of the first works of land art at the exhibition (1968, New York, USA) and the works of modern Ukrainian artists on the example of the exhibition that was held as a result of the XXIV international land art symposium "Border Space" (2021) in the village of Mogrytsia of the Sumy region (Ukraine) made it possible to analyze the principles of the formation of the demonstration of land art works in a closed space, which were established in 1968 and their changes in the modern world. According to the typology of land art works presented in a closed space, three groups were formed: the artist creates his work of land art in the natural environment, fixes it in different ways (photo, video, etc.) and demonstrates it in a closed space; 2. A work of land art in a closed space is a semantic and visual continuation of a work of land art that has already been created in the natural environment, or the work exists in the process of its creation, or is a project (proposal); 3. A work of land art is formed in a closed space and can only exist and be displayed there. It was determined that photos and video documents presented in a closed space (according to the first principle) are not works of land art. Works of land art in a closed space include works formed in accordance with the second and third principles.

Scientific novelty. For the first time, the principles of formation of the demonstration of works of land art in a closed space are singled out.

The practical significance lies in the fact that these principles of forming the demonstration of works of land art in a closed space contribute to the creation of a more thoughtful work of land art and the formation of a modern competent exposition of the exhibition space.

Keywords: *land art; closed space; exposition space; demonstration; photo documentation; video documentation.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Кохан Наталя Михайлівна, канд. мист., старший викладач кафедри образотворчого мистецтва, музикознавства та культурології, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, ORCID 0000-0003-2283-0761, **e-mail:** kokhannata@gmail.com

Брижаченко Наталя Сергіївна, канд. мист., старший викладач кафедри образотворчого мистецтва, музикознавства та культурології, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, ORCID 0000-0001-7322-1291, **e-mail:** bryzhachenko@gmail.com

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2022.3.7](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.7)

Цитування за ДСТУ: Кохан Н. М., Брижаченко Н. С. Принципи формування демонстрації творів ленд-арту у закритому просторі. *Art and design*. 2022. №3(19). С. 88–99.

Citation APA: Кохан, Н. М., Брижаченко, Н. С. (2022) Принципи формування демонстрації творів ленд-арту у закритому просторі. *Art and design*. 3(19). 88–99.

УДК 667.633(51)

КУЗЬМІНИХ М. В.

Національна академія образотворчого мистецтва та архітектури, Київ, Україна

DOI:10.30857/2617-0272.2022.3.8.

СПЕЦИФІКА ПОХОДЖЕННЯ ТА АТРИБУЦІЇ ЛАКОВИХ ТВОРІВ У ТЕХНІЦІ НАДЖОН ЧИЛГІ

Мета: виявлення та встановлення різниці між корейськими, китайськими та японськими техніками лакового мистецтва з інкрустацією та узагальнення даних техніко-технологічних особливостей, які пов'язані з історичними та географічними рамками задля покращення процесу атрибуції українських творів;

Методологія. Застосовано метод систематизації інформації стосовно кількості об'єктів та їх візуальних характеристик. Методи синтезу та узагальнення використано при вивченні інформації та зображень стосовно походження технік, етапів створення об'єктів та їх географічних рамок для подальшого порівняння за візуальними характеристиками з творами в українських колекціях.

Результати. Висвітлено особливості корейських технік лаку уруші з інкрустацією перламутром та надано інформацію стосовно існуючих творів (японських, китайських, намбань, шинуазрі, японері) в українських музейних та приватних колекціях. Проведено дослідження з походження корейських лакових технік та історії їх виникнення. Знайдені аналоги за візуальними характеристиками до лакових творів з інкрустацією в українських колекціях.

Наукова новизна. Вперше у науковий обіг з мистецтвознавства в Україні введено аналіз творів у традиційній корейській техніці Наджон Чилгі, з'ясовано кількість творів у музейних колекціях, створених технікою інкрустації лаку уруші перламутром, визначено їх походження на основі даних, наданих музеями та завдяки пошукам аналогів автором, проведено порівняння за візуальними характеристиками творів з українських колекцій з аналогічними творами з зарубіжних музеїв та колекцій.

Практична значущість. Представлений матеріал був опрацьований у процесі дослідження українських колекцій східних лакових творів уруші, він доповнює інформацію стосовно об'єктів, створених у корейській техніці Наджон Чилгі, та надає інформацію стосовно технік інкрустації лаку уруші у Кореї, їх історії та виникнення.

Ключові слова: Далекий Схід; уруші; далекосхідні лакові твори; атрибуція; експертиза; музейна колекція; консервація; реставрація; техніка; Корея.

Вступ. Твори далекосхідного декоративно-ужиткового мистецтва у техніці лаку є унікальним явищем, що привертало увагу представників західної культури на різних етапах вивчення мистецтва Далекого Сходу. Окрім незвичного й привабливого зовнішнього вигляду, ці твори є унікальними з точки зору техніки виконання. Водночас вони є досить чутливими до умов зберігання, і в разі їх псування питання реставраційних заходів є досить проблематичним. Реставрація та атрибуція далекосхідних лакових творів у західних країнах почала розвиватися ще на початку XX сторіччя, і нині щороку під наглядом спеціалістів з Японії проводяться

тренувальні симпозиуми з вивчення технік відтворення та консервації подібних виробів. Але досліджень та публікацій у цьому напрямку в Україні майже не з'являється.

У давніх архівах зазначається, що деякі лакові твори коштували більше ніж золото й були доступні лише найбагатшим людям східного світу. Щоб створити один об'єкт, потрібно було працювати над ним більше року, і ця важка праця ускладнювалась тим, що лак є найсильнішим алергеном, а щоб зробити гарний твір, треба було наносити від 30 до 100 шарів лаку і постійно підтримувати вологе середовище для прискорення його висихання, а також не

дозволяти промінням сонця потрапляти на цей твір. Українські музейні колекції лаку є ще мало дослідженими, деякі об'єкти навіть сприймаються як пластик, за незнанням вартості подібних творів. Старовинна техніка інкрустації лакових творів перламутром, також відома як Наджон Чилгі, представлена поодинокими творами у колекціях музеїв України, а також у приватних зібраннях. Ця техніка була визнана вершиною майстерності, і подібні твори є перлинами східних колекцій.

Аналіз попередніх досліджень.

Спеціального дослідження лакових творів з інкрустацією, що знаходяться у музейних чи приватних колекціях України, не проводилось. Є публікація з дослідження ширми в іншій лаковій техніці, що знаходиться у зібранні Одеського муніципального музею особистих колекцій ім. О.В. Блещунова і відома як «Ширма з коромандельського лаку» [2]. Директорка музею С.І. Остапова є автором публікації, у якій викладено історичні відомості про коромандельський лак та подано детальний опис експонату.

Також відомим українським спеціалістом, що займається мистецтвом Далекого Сходу, є мистецтвознавець С.Б. Рибалко, яка спеціалізується на творах нецке [4], що

також можуть бути виконаними у техніках лаку.

Значну роль у процесі вивчення та систематизації лакових виробів з українських музейних зібрань відіграли усні консультації з фахівцями. Погодились поділитись своїм досвідом: завідувач відділу мистецтва Сходу НММБВХ Г.І. Біленко [1] та провідний науковий співробітник відділу М.Ю. Логвин; старший науковий співробітник відділу фізико-хімічних досліджень ННДРЦУ Н.О. Шевченко [5]; завідувачка сектором «Музей східного мистецтва» Національної галереї мистецтв Т.М. Олейнікова; старший викладач кафедри техніки та реставрації творів мистецтва НАОМА Н.М. Ревенок [3]; а також іноземні фахівці – реставратор Йоанна Корицяж-Кітамікадо (Joanna Koryciarz-Kitamikado), завідувачка відділу станкової реставрації Музею Палацу Короля Яна III у Вілянуві (Варшава, Польща) Анна Гузовська та фахівець з консервації лаку уруші Шігейру Кітамура (Японія) [15], які допомогли у процесі ознайомлення автору з техніками консервації та особливостями атрибуції подібних творів під час реставраційної практики у 2018 році (рис. 1).



Рис. 1. Процес проходження автором практики з реставрації столу з інкрустацією перламутром у Музею Палацу Короля Яна III у Вілянуві, Варшава, Польща, 2018 р. під керівництвом реставраторів Йоанни Корицяж-Кітамікадо та Шігеру Кітамура. Фото з приватного архіву автора

Серед закордонних публікацій виділяються праці Натсу Ойобе (Natsu Oyobe) [17], яка є куратором колекцій лакових творів Музею при Університеті Мічіган (США); публікації японського фахівця з реставрації та створення лакових творів – Шосая Кітамура (Shosai Kitamura) [15] та його сина й послідовника – Шігеру Кітамура (Shigeru Kitamura); праці визнаного авторитета у сфері реставрації лакового мистецтва – Маріан Вебб (Marianne Webb) [18] та дослідниці корейського мистецтва – Шарлотти Хорлік (Charlotte Horlyck) [12], а також підручник, розроблений Хіроші Като (Hiroshi Kato) [14] для навчання технікам реставрації лаку уруші з щорічного симпозіуму з реставрації лаку уруші.

Автором статті було опановано методику створення лакових творів у приватній майстерні під керівництвом Гуо Сімей (у м. Тайюань, провінція Шансі, Китай, квітень-липень 2017 р.); методику реставрації за допомогою лаку уруші японського твору XVII ст. з інкрустацією під керівництвом Шігейру Кітамура (Японія) та музейного фахівця з реставрації творів з уруші Йоанни Корицяж-Кітамікада (серпень 2018 р., Музей Палацу Короля Яна III у Вілянуві, Варшава, Польща). Було проведено консультування з багатьох питань термінології, технології, реставрації з провідними іноземними та українськими фахівцями у цих галузях. Також ця практика дала можливість кращого розуміння технік виконання лакових творів, зокрема, з інкрустацією.

Постановка завдання. Українські колекції лакових творів уруші являють собою палітру історично-географічного розмаїття, але, на жаль, вони є дуже мало дослідженими. Реставрація та атрибуція лакових творів за кордоном почала розвиватися ще на початку XX ст., і нині щороку проводяться тренувальні симпозіуми з вивченням технік відтворення та консервації подібних творів під наглядом спеціалістів з Японії. Але досліджень у цьому напрямку, на жаль, не проводилося, і

тому більшість об'єктів потребує детальної атрибуції.

Завданнями даного дослідження є:

- узагальнення даних про техніко-технологічні особливості корейських лакових виробів створених з застосуванням лаку уруші з інкрустацією;

- виявлення походження східних лакових виробів з інкрустацією з музейних та приватних зібрань України;

- пошук творів за візуальними характеристиками з колекцій з аналогічними творами з зарубіжних музеїв та колекцій.

Результати дослідження та їх обговорення. Основним матеріалом далекосхідних лакових об'єктів є лак уруші (з яп. кандзі 漆англ. Urushi – застосовується як збірний термін для класифікації азійських лаків) – сік лакового дерева *Rhus vernicifera* (сумах лаковмісний) [14, с. 24]. Основний плівкоутворювач соку – суміш сполук пірокатехінового ряду «урусіол» – при висиханні утворює полімер з високим ступенем полімеризації та унікальними фізико-хімічними властивостями. У англійській термінології існує поняття твори з уруші (англ. *urushiware*), яке поширюється на усі вироби, виконані із застосуванням лаку уруші.

Цей лак отримав свою назву від назви дерева та його смоли. Навколо цього лаку існує стільки ж легенд, скільки й невірних трактувань. Зокрема, через помилку в перекладі у XVI ст., довгий час з Індії до Венеції поставляли шелак й продавали його як лак уруші. Це вплинуло на те, що у Європі довгий час намагались використовувати шелак, бджолиний віск, олійно-смоляні лаки та суміші смол для відтворення блиску лаку уруші, однак ці спроби не мали позитивного результату [14, с. 19]. Захоплення далекосхідними лаковими виробами спричинило пошуки замінників лаку уруші й появу імітацій та орієнталізуючих стилізацій лакових виробів Далекого Сходу, які характеризують як *шинуазрі* та *японері*, що

зовні нагадують далекосхідні, але створені у Західній Європі із застосуванням технік, які імітують оригінальні.

Лак уруші відрізняється своєю стійкістю до аміачних сполук та до високих температур – таким чином, дуже легко виявити його підробку; але, з іншого боку, дія на нього ультрафіолетового випромінювання призводить до швидкого і неминучого руйнування. Смола цього дерева схожа за складом на смоли, що виробляються отруйними плющем, дубом і сумахом, і входить до групи їдких алкалоїдних токсинів, при застиганні вона має властивості, схожі на властивості високоякісних полімерів.

Застосовуючи рентгенофазовий та хімічний аналізи, науковці виявили, що, залежно від місця походження лаку, його склад змінюється. Було виділено три групи: урусіольна група лаків (з основним компонентом *Toxicodendron vernicifluum*), до якої належать японські, корейські, північно-центральнокитайські лакові об'єкти; тсиольна група (*Gluta usitata*) з виробами м'янмарських (бірманських), тайландських та кантонських майстерень; лакольна група (*Toxicodendron succedaneum*), характерна для мистецьких творів В'єтнаму й Тайваню [8, с. 10].

Лаекео (래커, Laegeo) – лак, вироблений з соку дерева уруші, це англійський аналог слова, який був привласнений корейською мовою, а чілгі (칠기, chilgi) – це саме твори з лаку уруші. **Наджон чилгі** (나전 칠기, Najeon chilgi) – лак з інкрустацією перламутром. Ця техніка також має китайську назву – **луодьян** – вона так і не стала всесвітньовідомою, у той час як японська назва **макі-е** є основною і найбільш відомою у світі [21, с. 18].

Історія. Вивчення історії лакового мистецтва Кореї ускладнюється тим, що до періоду Корьо (918–1392 рр. н.е.) для сусідніх держав, таких як Китай, – Корея була лише окраїною могутньої імперії, тому корейських літературних джерел збереглося

набагато менше, ніж китайських та японських, а більшість давніх термінів мають лише китайську ієрогліфіку.

Значною проблемою є з'ясування часу появи власне корейських лакових майстерень. Наприклад, лаковий кошик з Ло-Ланг, датований часом Комендатури Леланг (108–113 рр.), був знайдений під час розкопок поховання династії Східна Хань (25–220 рр. н.е.) на території сучасної Північної Кореї. Це один з найдавніших предметів з Кореї, хоча він не вважається корейським за походженням (у зв'язку з територією екскавації), але підтверджені, що це типовий твір того часу, немає. Найдавніші лакові твори у Китаї датуються періодом неоліту, а лакові твори Кореї з міста Тахо-рі (다호리, Taho-ri) – приблизно початком нашої ери. Але, на жаль, підтвердження цієї інформації у корейських чи китайських джерелах не було знайдено [10, с. 37].

Лакове виробництво у Кореї розвинулось з XI ст., про що свідчать достовірні джерела. У епоху Корьо державне підприємство під назвою «Юнгансео» (Jungsangseo) відповідало за систематичне та організоване виробництво лаку через розподіл праці. Також існувала «Спілка контролю за виробництвом лаків» (Jeonham Joseong Dogam), яка слідувала за якістю виготовлення інкрустованих лакових скринь за контрактом з китайською династією Юань. У епоху Чосон лакову промисловість контролювала держава, і предмети з лаку виробляли виключно для королівського двору та уряду» [13, с. 92].

Для традиційного лаку періоду Корьо характерними є заокруглені кути і фаски, вони надають лаконізму та простоти формі. Однією з особливостей того часу є декоративна інкрустація, відома як **даемо бокшае-беон** (玳瑁伏彩法, daemo bokchaebeon), яка використовує тонкі та шорсткі шматочки черепахового панциру, забарвлені жовтим, помаранчевим, червоним або темно-червоним пігментом, у поєднанні з перламутром. Як правило, декор поширюється по всій поверхні, іноді безперервно повторюючись,

об'єднуючи складні квіткові (зазвичай хризантеми і півонії з діаметром менше одного сантиметру) і геометричні орнаменти. Зображення виконувалось з сотень крихтих шматків перламутру та панциру морської черепахи виду бісса (справжня каретта або черепаха Хоксбіла (*Eretmochelys imbricata*), тому на створення подібних трудомістких творів витрачалось більше року. Але єдиний метод, що застосовувався лише в Кореї період Корьо, називається **пагнебео** чи **паку** (박패법, bagraebeob) – лак, інкрустований шматками мушлі абалону (морського їстівного молюску) [9, с. 21].

Відповідно до традиційної лакової методики часів Трьох Королівств (57 р. до н.е. – 935 р. н. е.) мокшім дзеопі (木心芋被漆器, mokshim jeopi chilgi), на дерев'яну основу (木心, mokshim) прилаштовували конопляне сукно, а потім виріб вкривали лаком. Далі створювався шар з інкрустацією перламутром, шматками панциру черепахи та металевому дроту. Ребра кришки та тіло твору підкреслювали металевим дротом, яким викладали мотиви зв'язаного кола еонджумун (連珠文, yeonjumun) [16, с. 32].

Техніки. Як відомо, більшість технік перейшла до Кореї з Китаю, причому у Кореї вони іноді отримували іншу назву та в більшості випадків адаптувались під матеріали, що були більш доступні у цьому регіоні. Традиційну техніку з лакування уруші в Кореї називають **от-чіл** (옷칠, ott-chil), головна особливість цієї техніки та, що лак відфільтровують та очищують.

Зі слів мистецтвознавця Натсу Ойобе [17, с. 20], дотримання найвищої якості кожного основного етапу – один із найважливіших факторів у процесі створення лаку. Вона поділяє процес корейської лакової інкрустації перламутром **наджон-чилгі** на два етапи.

Перший етап – ретельний відбір перламутру, який називають **наджеон** (나전, najeon), коли застосовують переважно мушлю абалону чи молюсків та

перенесення малюнку на шматочок перламутру.

Другий, який називають **джуреумджіл** (jureumjil, 줄음질), – це процес вирізання лобзиком фрагменту відповідної до задуму митця форми, а також процес закріплення цього фрагменту на основі.

Також існує інша техніка – **ккеунеумджіл** (kkeuneumjil), вона відрізняється, головним чином, тим, що перламутр нарізають тонкими та плоскими шматочками, які після цього прикріплюють до поверхні. Вона здебільшого застосовується у зображенні геометричних орнаментів. У зв'язку з типом обробки перламутру, ці техніки іноді дослівно перекладають таким чином: **джуреумджіл** – «заповнення» та **ккеунеумджіл** – «вирізкавання». Оскільки вони мають різні типи блиску (джуреумджіл – більш глибокий та світлий, ккеунеумджіл – більш тьмяний), то ці дві техніки застосовують в одному виробі одночасно.

Після нанесення останнього шару лаку по всій поверхні, лак, що перекриває малюнок, обережно знімають за допомогою леза, а далі полірують тунговою олією і залишають до повної стабілізації.

Твори з інкрустацією, які дуже часто зустрічаються у Європі, – це твори **намбань**, тобто, східні лакові вироби, створені під впливом культури Заходу (за часів португальських експедицій на Схід), які своєю формою чи змістом нагадують західноєвропейські. Іноді їх також називають «Лузо-азійським мистецтвом» (Luso-Asian art) – назва, також відома як збірний термін для позначення індо-португальського, сенегало-португальського (зі Шрі-Ланки), лузо-сіамського (з Таїланду), португало-малайського (з Індонезії, Малайзії та Сінгапуру), сіно-португальського (з Китаю) чи ніпо-португальського мистецтва (з Японії). Тому термін **намбань**, незважаючи на його китайське походження, може характеризувати твір будь-якої країни Далекого Сходу чи Мікронезії. Фактично, це твори, які за своїм змістом виглядають

європейськими, але техніка їх виготовлення має східне походження.

Кожна майстерня у країнах Далекого Сходу має свої специфічні засоби для прискорення процесу створення лакового твору: наприклад, у корейських майстернях прийнято після покриття лаком інкрустованої частини прокладати її зверху аркушем щільного рисового паперу. Лак під цим папером прогрівається маленькими металевими прасками, розігрітими на електричній плиті, після чого поверхня охолоджується водою та папір знімається, тим самим етап висихання закладеної у основу кількості шарів скорочується (це, ймовірно, впливає на якість і довговічність предметів, але спеціаліст з лаку, на жаль, не надає коментарів з цього питання).

Твори з інкрустацією у колекціях України. За останні декілька років проблематика дослідження східних колекцій України дещо змінилась. Якщо до цього була складність, обґрунтована небажанням поширення інформації стосовно колекції, то за останні роки додатковими факторами ускладнення стали пандемія COVID-19 та війна. Дрібні приватні колекції загалом важко описувати, інформація про існування творів надходить з аукціонів, виставок та завдяки їх реставрації. Одним з найцікавіших творів, який нам довелося побачити, була східноазійська ваза з інкрустацією перламутром, яка потрапила до реставраційної майстерні декоративно-ужиткового мистецтва кафедри техніки та реставрації творів мистецтва НАОМА.

Реставратор Н.М. Ревенок атрибутувала вазу (рис. 2) як тип керамічних виробів з селадонною глазур'ю, що був винайдений у стародавньому Китаї, зокрема, у провінції Чжецзян [3, с. 233]. Але під час нашого дослідження були знайдені вази, які за візуальними характеристиками схожі на реставровану, що були віднесені до першої половини XX ст. як селадонові вази з інкрустацією з лаку уруші та перламутру корейського походження.

У Кореї кераміка з селадону виготовлялася ще за часів Королівства Корьо (918–1392 рр. н. е.), але до кінця XIV ст. вони практично зникли з ужитку, і лише у 1880 р., під впливом розкопок гробниць та зацікавленості іноземців, їх знову почали виробляти. Як зазначає Ш. Хорлик [12, с. 98], кераміка з селадону навіть у наш час вважається одним з найважливіших досягнень корейців, поруч зі скульптурою, живописом та архітектурою; корейська селадонна кераміка взяла свій початок у Китаї і через Корею потрапила до Японії.

Подібні за стилем об'єкти наведені як приклад у книзі Патрісії Фрік «Корейське лакове мистецтво: Естетика перфекціонізму» [11]. Також у процесі пошуку аналогів нами застосовано поєднання слів – 나전 칠기 꽃병 청자 (англ. najeon chilgikkochbyeong cheongja) – інкрустований лак уруші селадонна ваза, подібні об'єкти, продемонстровані як частина колекції Музею Бусану та Музею міста Тонгеонг (Південна Корея).

Перша ваза (рис. 3) датована періодом 1922–1936 років і має печатку (조선 경상남도 동래 온천장 대석칠공부 제조'라, Manufacture of Daeseok Lacquer), Dongnae Oncheonjang, Gyeongsangnam-do, яка підтверджує, що ця ваза була вироблена у Бусані [19]. А друга (рис. 4), атрибутована як твір майстра Kim Бонг-Рйонг (김봉룡, Kim Bong-Ryong), створена у 1975 році [20]. Обидва цих приклади підтверджують можливість корейського походження вази з приватної колекції, що реставрувалась Н.М. Ревенок.

У колекції Музею мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків є таця з перламутровою інкрустацією (рис. 5), датована XVII–XVIII століттям [1]. Вона за візуальними ознаками схожа на тацю з сайту онлайн аукціону Christie's (Christie's Online Auction) (рис. 6) [6]. Таця має квадратну форму із заокругленими краями.



Рис. 2. Ваза з селаденовою глазур'ю у процесі реставрації Н.М. Ревенка. Фото з приватного архіву автора



Рис. 3. Ваза з колекції Музею Бусану, Busan Museum (кор. 부산광역시립박물관), Південна Корея [19]



Рис. 4. Ваза з Музею міста Тонгеонг, Tongyeong city museum, (кор. 통영시립박물관), Південна Корея [20]



Рис. 5. Таця з перламутровою інкрустацією. Музей В. та Б. Ханенків, м. Київ. Фото з приватного архіву автора



Рис. 6. Таця з перламутровою інкрустацією. Онлайн-аукціон Christie's, Великобританія [18]



Рис. 7. Шапка східна з висувними шухлядами. Невідомий майстер. Китай, Музей-заповідник «Золочівський замок». Фото з приватного архіву автора

Подібні таці доволі часто зустрічаються і датовані як XVII, так і XVIII століттями; в більшості випадків вважають, що вони мають китайське походження. Пошук за візуальними характеристиками підтвердив цю інформацію. Про тацю з сайту аукціону Christie's відомо, що вона входить до комплексу з п'яти таць і була придбана Доктором І. Фраком у 1938–1939 рр.

У експозиції сектору «Великий палац», відділу «Музей-заповідник «Золочівський замок» знаходиться «Шапка східна з висувними шухлядами» (рис. 7), атрибутована як Китай (не підтверджено), XIX ст., дерево, чорний лак, перламутр, інтарсія, бронзові ручки. Судячи з форми ніжок шапки, скоріше за все, вона була зроблена для експорту (*намбань*) [7, с.15], або ж це підробка в стилі шинуазрі. Декоративні меблі з інкрустацією перламутром доволі часто зустрічаються у музейних колекціях, але саме ця шапка поєднує у собі техніки маркетрі та інкрустацію перламутром, що дуже відрізняє її від усіх подібних. Червоні шухлядки зроблені технікою японського маркетрі [10, с. 357], що характеризує шапку як твір *намбань*, але пропорції шафи доволі відрізняються від загальноприйнятих. Ми висуваємо припущення, що ця шафа була відреставрована і вкрита чорним лаком (скоріше за все, не уруші), тому вона має такий унікальний вигляд. Цей об'єкт потребує подальшого дослідження, подібні твори є дуже рідкісні, оскільки поєднують багато технік і, скоріше за все, мають цікаву історію походження.

Висновки. У результаті дослідження було здійснено узагальнення даних про техніко-технологічні особливості виготовлення творів корейських далекосхідних лакових виробів з інкрустацією. Досліджено процес

виникнення та запозичення корейських технік лаку уруші. Виявлено ймовірне походження лакових виробів з інкрустацією з музейних та приватних зібрань України. Серед них тільки селадонова ваза за своїми візуальними характеристиками схожа на твір Наджон Чилгі. У процесі візуального порівняння було виявлено аналогії між селадоновою вазою та іншими селадоновими об'єктами корейського походження. Подібні твори, які поєднують лакову техніку уруші та селадонову глазур, вважаються регіонально корейськими, але велика кількість інформації стосовно аналогічних творів та історії їх походження існує лише корейською. Більш точний аналіз твору можливо провести завдяки хімічному аналізу та шляхом порівняння результатів з підтвердженими творами корейського та китайського походження. Знайдено подібні за візуальними характеристиками таці з сайту онлайн аукціону Christie's (Christie's Online Auction) до таці з інкрустацією перламутром з музею Ханенків. Тому ми можемо припускати, що цей твір має китайське походження. Стосовно «Шапки східної з висувними шухлядами» з експозиції сектору «Великий палац», відділу «Музей-заповідник «Золочівський замок», то вона дуже відрізняється від відомих аналогів. Поєднання японського маркетрі та лаку уруші з інкрустацією перламутром є унікальним і подібних аналогів нами не було знайдено. Твори лакового мистецтва як частина музейного фонду України є ще дуже мало дослідженими, а особливо твори, інкрустовані перламутром. Перспективи подальших досліджень зумовлені проведенням хіміко-фізичних досліджень творів та пошуком архівних даних стосовно надходження цих творів до України.

Література

1. Біленко Г. І., Логвин М. Ю. Найбільша колекція китайського мистецтва в Україні. Україна-Китай. 2017. № 7. С. 172–174. URL: <https://sinologist.com.ua/category/publication/journal/ukrayina-kitaj-n17-2017> (дата звернення: 21.10.2022).
2. Остапова С. І., Капустіна М. В., Хайбуліна Е. А. Комплексне експериментальне дослідження та спроба атрибуції коромандельської ширми із колекції Муніципального музею приватних колекцій ім. А. В. Блещунова. Експертиза та атрибуція творів образотворчого мистецтва. 2001. № 7.
3. Ревенок Н. М. Східноазійська ваза з інкрустацією перламутром (дослідження та реставрація). Музеї і реставрація у контексті збереження культурної спадщини: актуальні виклики сучасності: матеріали міжнар. науково-практичної конференції, м. Київ, 6 черв. 2022 р. Київ, 2022. С. 229–233.
4. Рибалко С. Б. Зі Сходу на Захід: японська мініатюрна пластика з колекції О. Фельдмана. Харків: Фоліо, 209. 192 с.
5. Шевченко Н. О. Наукові дослідження пам'яток, виконаних в техніці східноазійських лаків, з колекції Музею Мистецтв ім. Богдана та Варвари Ханенків (аспект техніки та технології виготовлення). 2009. ННДРЦУ.
6. Ballot M. J., Vanoest G. Les laques d'Extrême-Orient: Chine et Japon. Paris : Les, 1927. 37 p.
7. Brommelle N. S. Urushi: Proceedings of the Urushi Study Group. Tokyo : The Getty Conservation Institute Publication. 1988. 264 p. URL: http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/urushi.html.
8. Cho H.Y. Materials for the History of Korean Mounting: Yongjong-mosa-togam-ugwe. Korea Journal. 1989. №29. P. 19–31.
9. Fahr-Becker G. Ostasiatische Kunst. Köln : Könnemann Verlagsgesellschaft, 2011. 740 p.
10. Frick P. Korean Lacquer Art: Aesthetic Perfection. Munich : Hirmer Publishers, 2013. 208 p.
11. Horlyk C. Korean Art from the Nineteenth Century to the Present. London : Reaktion Books, 2017. 264 p.
12. Idema W. Records of the Three Kingdoms in Plain Language. London: Hackett Publishing Company, 2016. 222 p.
13. Kato H. Urushi 2005 international course on conservation of Japanese lacquer. Tokyo: National Research Institute of Cultural Properties, 2005. 185 p.
14. Kitamura S., Kitamura S. Restaurierung und Rekonstruktion in traditioneller Lacktechnik. Production, Distribution and Appreciation: New Aspects of East Asian Lacquer. 2013. P. 132–141.
15. McKillop B. Tradition and Transformation: Two Decades of Korean Art and Design at the V&A. Lothar Ledderose: Innovations in the Discourses of East Asian Art History. London :V&A Press. 1992. 43 p.
16. Oyobe N. Recent Museum of Art Acquisition: Korean Lacquer Box. Michigan : Michigan Publishing. 2007. №17. P. 18–21.
17. Webb M. Lacquer: technology and conservation. A comprehensive guide to the technology and conservation of asian and european lacquer. Oxford, Auckland, Boston: Butterworth-Heinemann. 2000. 182 p.
18. A set of five mother-of-pearl-inlaid black lacquer square trays. Christie's Online Auction. URL: <https://onlineonly.christies.com/s/art-china-including-property-junkunc-collection/set-five-mother-of-pearl-inlaid-black-lacquer-square-trays-84/121947> (дата звернення: 21.10.2022).
19. 유물검색. 통영시청 저작권정책 참조. URL: https://museum.tongyeong.go.kr/pbbs/bbs/board.php?bo_table=sub03_03&wr_id=25&page=11 (дата звернення: 01.10.2022).
20. 영지 최. 나전칠기 옷 입은 청자 매병...예술품 따로 없네. 최 영지. URL: <http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0500&key=20210222.22018006239> (дата звернення: 02.10.2022).

References

1. Bilenko, H. I., Lohvyn, M. Yu. (2017) Najbil'sha kolektsiia kytajs'koho mystetstva v Ukraini [The largest collection of Chinese art in Ukraine]. Ukraina-Kytaj. № 7. P. 172–174. URL: <https://sinologist.com.ua/category/publication/journal/ukrayina-kitaj-n17-2017/> (Last accessed: 21.10.2022) [in Ukrainian].
2. Ostapova, S. I., Kapustina, M. V., Khajbulina, E. A. (2001) Kompleksne eksperymental'ne doslidzhennia ta sprob atrybutsii koromandel'skoi shyrm y iz kolektsii Munitsypal'noho muzeia pryvatnykh kolektsij im. A. V. Bleschunova [Complex experimental research and attribution attempt of the Coromandel screen from the

collection of the Municipal Museum of Private Collections named after A. V. Bleschunova]. Ekspertyza ta atrybutsiia tvoriv obrazotvorchoho mystetstva. № 7. [in Ukrainian].

3. Revenok, N. M. (2017) Skhidnoazijs'ka vaza z inkrustatsiieiu perlamutrom (doslidzhennia ta restavratsiia) [East Asian mother-of-pearl inlaid vase (research and restoration)]. Muzei i restavratsiia u konteksti zberezhenia kul'turnoi spadshyny: aktual'ni vyklyky suchasnosti". Materialy mizhnar. naukovo-praktychnokonferentsii, Kyiv, 6 cherv. 2022. Kyiv. P. 229–233. [in Ukrainian].

4. Rybalko, S. B. (2009) Zi Skhodu na Zakhid: iapons'ka miniatiurna plastyka z koleksii O. Fel'dmana [From East to West: Japanese miniature sculpture from the collection of O. Feldman]. Kharkiv : Folio, 192 p. [in Ukrainian].

5. Shevchenko, N. O. (2009) Naukovi doslidzhennia pam'iatok, vykonanykh v tekhnitsi skhidnoaziats'kikh lakiv, z koleksii Muzeiu Mystetstv im. Bohdana ta Varvary Khanenkiv (aspekt tekhniky ta tekhnolohii vyhotovlennia) [Scientific studies of monuments made in the technique of East Asian varnishes from the collection of the Art Museum named after Bohdan and Varvara Khanenki (aspect of equipment and manufacturing technology)]. NNDRTSU [in Ukrainian].

6. Ballot, M. J., Vanoest, G. (1927) Les laques d'Extrême-Orient: Chine et Japon. Paris: Les. 37 p. [in French].

7. Brommelle, N. S. (1988) Urushi: Proceedings of the Urushi Study Group. Tokyo : The Getty Conservation Institute Publication. 264 p. URL: http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/urushi.html.

8. Cho H.-y. (1989) Materials for the History of Korean Mounting: Yongjong-mosa-togam-ugwe. *Korea Journal*. №29. P. 19–31.

9. Fahr-Becker, G. (2011) Ostasiatische Kunst. Köln : Könnemann Verlagsgesellschaft, 740 p.

10. Frick, P. (2013) Korean Lacquer Art: Aesthetic Perfection. Munich : Hirmer Publishers. 208 p.

11. Horlyk, C. (2017) Korean Art from the Nineteenth Century to the Present. London : Reaktion Books. 264 p.

12. Idema, W. (2016) Records of the Three Kingdoms in Plain Language. London: Hackett Publishing Company. 222 p.

13. Kato, H. (2005) Urushi 2005 international course on conservation of Japanese lacquer. Tokyo : National Research Institute of Cultural Properties. 185 p.

14. Kitamura, S., Kitamura, S. (2013) Restaurierung und Rekonstruktion in traditioneller Lacktechnik. Production, Distribution and Appreciation: New Aspects of East Asian Lacquer. P. 132–141 [in German].

15. McKillop, B. (1992) Tradition and Transformation: Two Decades of Korean Art and Design at the V&A. Lothar Ledderose: Innovations in the Discourses of East Asian Art History. London: V&A Press. 43 p.

16. Oyobe, N. (2007) Recent Museum of Art Acquisition: Korean Lacquer Box. Michigan: Michigan Publishing. №17. P. 18–21.

17. Webb, M. (2000) Lacquer : technology and conservation. A comprehensive guide to the technology and conservation of asian and european lacquer. Oxford, Auckland, Boston: Butterworth-Heinemann. 182 p.

18. A set of five mother-of-pearl-inlaid black lacquer square trays. Christie's Online Auction. URL: <https://onlineonly.christies.com/s/art-china-including-property-junkunc-collection/set-five-mother-of-pearl-inlaid-black-lacquer-square-trays-84/121947> (Last accessed: 21.10.2022).

19. 유물검색. 통영시청 저작권정책 참조. URL: https://museum.tongyeong.go.kr/pbbs/bbs/board.php?bo_table=sub03_03&wr_id=25&page=11 (Last accessed: 01.10.2022). [in Korean].

20. 영지 최. 나전칠기 옷 입은 청자 매병...예술품이 따로 없네. 최 영지. URL: <http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0500&key=20210222.22018006239> (Last accessed: 02.10.2022). [in Korean].

SPECIFICITY OF THE ORIGIN AND ATTRIBUTION OF LACQUERED WORKS IN THE TECHNIQUE OF NAJEON CHILGI

KUZMINYKH M. V.

National Academy of Fine Arts and Architecture, Kyiv, Ukraine

Purpose: identifying and establishing the difference between Korean, Chinese and Japanese techniques of lacquer art with inlay and summarizing these technical and technological features, which are related to historical and geographical frameworks in order to improve the process of attribution of Ukrainian works;

Methodology. The method of systematization of information regarding the number of objects and their visual characteristics is applied. Methods of synthesis and generalization were used in the study of information and images regarding the origin of techniques, stages of creation of objects and their geographical framework for further comparison by visual characteristics with works in Ukrainian collections.

Results. The peculiarities of Korean urushi lacquer techniques with mother-of-pearl inlay and provides information about existing works (Japanese, Chinese, namban, chinoiserie, japoneri) in Ukrainian museums and private collections. A study was conducted on the origin of Korean lacquer techniques and the history of their emergence. Analogues in terms of visual characteristics to lacquer works with inlay were found in Ukrainian collections.

Scientific novelty. For the first time, the analysis of works in the traditional Korean technique of Najeon Chilgi was introduced into the scientific circulation of art history in Ukraine, the number of works in museum collections created using the urushi mother-of-pearl lacquer incrustation technique was determined, their origin was determined based on data provided by museums and thanks to the author's search for analogs, a comparison was made by visual characteristics of works from collections with similar works from foreign museums and collections.

Practical significance. The presented material is a fragment in the process of researching Ukrainian collections of oriental urushi lacquer works, it supplements information about objects created in the Korean technique of Najeon Chilgi and provides information about urushi lacquer inlay techniques in Korea, their history and origin.

Keywords: *Far East; urushi; Far Eastern lacquer works; attribution; examination; museum collection; conservation; restoration; technique; Korea.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Кузьмініх Марія Валеріївна, аспірантка, кафедра теорії і історії мистецтва, Національна академія образотворчого мистецтва та архітектури, ORCID 0000-0001-7708-9363, **e-mail:** kuzminykh371@gmail.com

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2022.3.8](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.8)

Цитування за ДСТУ: Кузьмініх М. В. Специфіка походження та атрибуції лакових творів у техніці Наджон Чилгі. *Art and design*. 2022. №3(19). С. 100–110.

Citation APA: Кузьмініх, М. В. (2022) Специфіка походження та атрибуції лакових творів у техніці Наджон Чилгі. *Art and design*. 3(19). 100–110.

УДК 72.012.8:
[725+643.542]

DOI:10.30857/2617-
0272.2022.3.9.

МАЛІК О. І., АБИЗОВ В. А., БУЛГАКОВА Т. В.

Київський національний університет технологій та дизайну,
Україна

ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДИТЯЧИХ ПРОСТОРІВ В ІНТЕР'ЕРАХ ГРОМАДСЬКИХ ЗАКЛАДІВ СІМЕЙНОГО ВІДВІДУВАННЯ

Метою дослідження є виявлення основних типологічних особливостей просторів тимчасового перебування дітей у громадських інтер'єрах сімейного відвідування, а також уточнення таких понять як «громадський заклад сімейного відвідування» та «дитячий простір в громадських закладах сімейного відвідування».

Методологія. В дослідженні використано аналіз літературних джерел; структурно-системний, та порівняльний аналіз; натурні обстеження; синтез результатів дослідження.

Результати. Розвинуто понятійний апарат дизайну середовища за рахунок уточнення понять «громадський заклад сімейного відвідування» та «простори для дітей в громадських закладах сімейного відвідування». Визначено, що простори для дітей в інтер'єрах громадських закладів сімейного відвідування можуть бути поділені за певними характеристиками. Запропоновано класифікацію просторів для дітей в громадських закладах сімейного відвідування за характером архітектурного простору, за ступенем «ізоляції», за диференціацією за віком, за видами занять – функціональним наповненням простору. Така типологія допоможе у формуванні простору для дітей в громадському закладі сімейного відвідування з урахуванням функції закладу; в проектуванні необхідного ігрового обладнання та меблів у відповідності до специфіки дитячого простору та відкриває напрями подальших досліджень стосовно його дизайну у відповідності до типологічних характеристик.

Наукова новизна. Набув подальшого розвитку понятійний апарат дизайну середовища, вперше визначені типологічні особливості дитячих просторів у громадських закладах сімейного відвідування.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх застосування для дизайнерів при проектуванні інтер'єру, меблів і обладнання для дитячих просторів в громадських закладах сімейного відвідування.

Ключові слова: інтер'єр; громадський заклад сімейного відвідування; дитячий простір; місце тимчасового перебування дітей; типологія; дизайн.

Вступ. Сьогодні відвідування різноманітних громадських закладів, торгівельних, розважальних, громадського харчування та інших, всією сім'єю, разом із дітьми, стає нормою. Досить актуальним стає запит на створення спеціальних дитячих просторів в таких закладах, адже це надає можливість дитині цікаво проводити час поряд з батьками, а батькам, не залишаючи дитину вдома, користуватись основною функцією закладу. Але на сьогодні чітко не визначене саме поняття дитячих просторів в громадських закладах сімейного відвідування і відповідно їх типологія, що утруднює для дизайнерів розробку як самих просторів так і обладнання, зокрема спеціальних ігрових

меблів для них. В сучасних умовах розвитку суспільства все яскравіше проявляється потреба урізноманітнити обладнання громадських просторів, оскільки розширюється їх функціональне призначення та охоплення аудиторії. Нові громадські центри відзначаються великими розмірами, вони складаються з багатьох різноманітних закладів, де можна провести час як дорослим, так і дітям.

Громадські заклади, за попитом населення, стають більше орієнтовані на сімейний відпочинок. При цьому, вони можуть бути призначені для певного віку, а можуть враховувати інтереси різних вікових категорій членів сім'ї, дозволяючи проводи-

ти час разом. Тим не менш, універсальні простори для відпочинку всієї сім'ї повинні враховувати потреби всіх членів родини.

Слід зазначити, що тенденція створення дитячих ігрових просторів в громадських закладах сімейного відвідування на даний момент отримує все більший розвиток. Це обумовлено не тільки загальними тенденціями формування комфортного середовища для людини в містах загального користування, а й нагальними потребами споживачів.

Приклади досить значної кількості таких об'єктів у вітчизняних закладах демонструють різноманітні проблеми. Серед них: відсутність врахування важливих чинників: вид закладу; характер можливого в його рамках проведення дозвілля; доцільність характеристик кольорової гами; безпека середовища для дітей та його естетичні якості; застосування типових рішень без адаптації до певного простору; не достатня відповідність конструктивно-технологічних рішень обладнання дитячого простору його функціональному призначенню. Таким чином, недостатня дослідженість понять «громадський заклад сімейного відвідування» та «дитячий простір в громадських закладах сімейного відвідування» і відповідно їх типології утруднює для дизайнерів розуміння гармонійного формування як самих просторів так і обладнання, зокрема спеціальних ігрових меблів для них.

Аналіз попередніх досліджень Огляд літературних джерел за темою дослідження дозволив сформулювати уявлення про характер та рівень її розробки на даний момент. Питання проектування дитячого середовища вирішується на державному рівні у формі нормативних документів. В українському законодавстві акцент робиться на вимогах безпеки до обладнання дитячих ігрових майданчиків [7].

У законодавчих положеннях задокументовані вимоги відносно матеріалів, конструкцій і розмірів ігрового обладнання та ударопоглинаючих покриттів. Однак,

дана інформація стосується проектування ігрових елементів дитячих прибудинкових майданчиків у зовнішньому середовищі [6]. Особливості проектування обладнання для формування дитячих ігрових середовища в громадських закладах взагалі не наведені. В умовах сучасного проектування дитячого середовища в закладах громадського призначення використовують окремі положення, що стосуються конструкції та розмірів ігрового обладнання [6].

Проблема формування середовища, що сприяє розвитку дітей, була детально опрацьована М. Монтесорі. Практично вперше розвиваюче середовище було розглянуто в якості найважливішої передумови розкриття дитиною внутрішнього потенціалу – актуалізувала вільну самостійну діяльність дитини у створеному педагогом просторово-предметному середовищі. М. Монтесорі вважає, що завдання педагога полягає, насамперед, у наданні дитині різних засобів для саморозвитку, а також ознайомлення її з правилами користування предметами оточуючого світу. До шкіл з нетрадиційними методами навчання відносяться також вальдорфські школи, їх просторову структуру та предметне наповнення досліджували О.М. Дячок [9], Р. Рааб [4], Д.Ю. Косенко [12].

Г.Н. Пантелєєв дослідив матеріальне облаштування приміщень дитячого садка з позиції його впливу на розвиток дитини. Робота була націлена на моделювання оптимального предметно-просторового середовища дитячих садків [13].

Пол Куртіс і Роджер Сміт, педагоги з США, представили в якості результатів свого дослідження предметно-просторового середовища дитячих закладів певні рекомендації для облаштування дитячих просторів для активних ігор. Сучасні дослідники Д. Юстус [3], Д. Катіс та М. Картер [2], Л. Дейлі [1] також приділяють увагу формуванню розвиваючого предметного середовища, що розглядається ними як система матеріальних об'єктів діяльності дитини для її духовного і

фізичного розвитку. Серед вітчизняних дослідників слід відзначити Т. Ернст [10], О. Дячок [8].

Типологічним особливостям розважальних закладів присвячені роботи В.А. Абизова, О.М. Вовкотруб [5], І.В. Петрової [14]. Ці дослідження розглядають окремий тип громадських закладів і не торкаються функції сімейного відвідування в них та специфіки дитячих просторів.

В дослідженні Ю.С. Бондарчук [6] наголошено, що інформація про наявність дитячих ігрових просторів в різноманітних громадських закладах (готелях, санаторіях, аеропортах, вокзалах чи морських портах) частково представлена на сайтах. Теж саме можна сказати про кафе, ресторани, торгіві, культурні та розважальні центри. Така інформація представлена як додаткова пропозиція для відвідувачів з дітьми і в ній презентується розширений функціонал певного закладу. Метою створення таких просторів є формування в громадських закладах цілісної системи сервісу, націленою на підвищення попиту і отримання прибутку.

В роботах дослідників ми не знаходимо детальної розробки поняття громадських закладів з функцією сімейного відвідування та поняття дитячого простору або простору тимчасового перебування дитини в таких закладах, а також визначення типологічних особливостей таких просторів, що є важливим для їх проєктування.

Постановка завдання. Уточнити поняття «громадський заклад сімейного відвідування» та «простори для дітей в громадських закладах сімейного відвідування»; визначити типологічні особливості просторів тимчасового перебування дітей у громадських інтер'єрах сімейного відвідування.

Результати дослідження. Громадські заклади сімейного відвідування – це, в першу чергу, дозвільні заклади, що передбачають різні форми проведення вільного часу всієї сім'єю. До них відносяться торгівельно-розважальні

центри, заклади громадського харчування, спортивні заклади, кінотеатри і т. ін. В цих закладах потрібно передбачити комфортність перебування дитини в усіх зонах. Окремо слід зазначити, що поширюється тенденція забезпечення ігровими кімнатами та зонами і інших громадських закладів, в яких перебування дітей взагалі не передбачене, але батькам зручно отримати певні послуги, поки їх дитина перебуває під наглядом в зручному місці.

Слід зазначити, що визначення понять «розважальна зона», «дитяча зона», «ігровий майданчик», «ігрова кімната» відсутні в українському законодавстві. Вважається, що дитячий майданчик – це територія, на якій розташовані елементи дитячого вуличного ігрового обладнання з метою організації змістовного дозвілля. У п.2.1.48 «Правил будови і безпечної експлуатації атракціонної техніки» зазначається, що «обладнання дитячого ігрового майданчика – є обладнання, з яким або на якому діти можуть грати в приміщенні або на відкритих майданчиках, індивідуально або групою, на свій розсуд і за правилами» [15].

Громадські заклади сімейного відвідування – це заклади, що передбачають забезпечення дозвілля громадян будь-якого віку, в тому числі – дітей, в яких сімейний відпочинок ставиться в пріоритеті, що обумовлює різні види активності саме для всіх членів родини одночасно. Це потребує організації простору з урахуванням потреб всіх членів родини та їх фізіологічних параметрів за допомогою меблів різних типів.

Також слід розглянути поняття простору для дітей в громадському закладі сімейного відвідування. Таке формулювання є дуже узагальненими, тим не менш доволі часто використовується в спеціальній літературі. Цей простір може мати різнопланові характеристики стосовно своєї організації та вигляду. В першу чергу в громадських закладах сімейного відвідування організовують саме розважальні простори, що забезпечують

потреби дітей різного віку в активному ігровому відпочинку. Останнім часом поширюється тенденція створення не просто розважального простору для дітей, а простору розвиваючого. І це стосується не тільки дитячих дошкільних закладів. Простір цього типу стає затребуваним і в закладах сімейного відпочинку. Тематичні заняття дітей є більш контрольованими, ніж самостійні жваві розваги, хоч і під наглядом батьків чи співробітників закладу.

Таким чином, *простір для дітей в громадському закладі сімейного відвідування* – це простір який обумовлює наявність певної функціональної складової, що дозволяє використовувати його для різних видів активності дитини, у тому числі таких, що сприяють її всебічному розвитку.

Тенденція включення дитячих просторів, що не відносяться до освітніх або установ дозвілля в структуру громадських будівель досить активно розвивається в усьому світі. Ця тема відкрила нові форми дитячої зайнятості. Для комфортного перебування дорослого з дитиною створюються спеціалізовані дитячі простори різної площі та місткості, спрямовані на розвиток творчих умінь і навичок, що водночас відволікають дитину від використання гаджетів в період зайнятості дорослого. Їх можна зустріти в адміністративних будівлях (в т.ч. в багатофункціональних центрах), банках, бібліотеках, лікарнях, готелях, в мережах харчування, торгових центрах, аеропортах та інших будівлях громадського призначення.

Аналіз світового досвіду створення місць для дозвілля дітей в громадських будівлях продемонстрував різноманітність підходів до їх організації. Було виявлено, що параметри і функціональні характеристики дитячих просторів знаходяться в залежності від величини і функції громадського простору, в якому вони створюються, а також від часу перебування в ньому дорослого з дитиною. У разі розміщення їх в невеликих холах банків, бібліотек, лікарень, багатофункціональних центрів, що характе-

ризуються короткочасним перебуванням (від 5 до 30 хв.), предметно-просторове наповнення, як правило, обмежується окремим ігровим елементом або невеликим дитячим куточком. У свою чергу, в громадських просторах великих будівель з досить тривалим часом перебування (від 30 хв. до 2 год.), таких як торгові і торгово-розважальні центри, готелі, аеропорти, кафе, ресторани, для дітей виділяється значно більший простір, формуються окремі дитячі майданчики і навіть виділяються самостійні приміщення і комплекси.

В даний час значного поширення набувають простори, що забезпечують умови для розвиваючого дозвілля: творчість, інтелектуальний, екологічний та фізичний розвиток. Перші два напрями, в свою чергу, включають малювання, ліплення, конструювання, театр, читання і інтелектуальну гру в якості видів дозвільної діяльності. Компоненти предметно-просторового середовища, що використовувані при цьому, впливають на розвиток певних навичок у дітей. Дрібну моторику і спритність розвивають системи нав'язування на нитки і пересування складних предметів по складним лабіринтами, малювання, ліплення, конструктивна творчість; просторове сприйняття геометричних співвідношень і форм розвивають конструктори різних типів; деякі психотерапевтичні проблеми вирішують самодіяльний театр, тематичні ігри; сенсомоторні функції, сенсорне сприйняття формуються за допомогою ігор з складовими і динамічними елементами, експерименти з матеріалами і речовинами; рушійна активність розвивається при включенні в предметне наповнення середовища обладнання для фізичних занять.

В.А. Абизов і О.М. Вовкотруб наголошують, що серед розважальних закладів найбільш поширеними є дитячі та сімейні розважальні комплекси, що «... розміщуються в окремих приміщеннях (стаціонарних чи тимчасових) або ж

функціонують як структурна складова іншого закладу (наприклад, торгово-розважального центру або музею)» [5]. Розглядаючи розважальні центри, вони визначають особливості їх формування. Розважальна складова присутня в значній більшості торговельних об'єктів, що обумовлено певними економічними причинами. Рекреаційно-розважальні та спортивно-розважальні заклади розраховані на спільне відвідування, але в них все ж таки переважає функціонал для дорослих. Розважально-відпочинкові комплекси також враховують інтереси різних вікових груп, тобто відносяться до закладів сімейного відпочинку.

Найбільш поширена класифікація закладів культури та дозвілля представлена І.В. Петровою. Вона визначає заклади за наступними характеристиками: кількісний склад; напрям діяльності; демографічна ознака; функціональна ознака; статева ознака; зміст діяльності; вік учасників дозвілля [15].

Розглянемо типологію закладів сімейного відвідування, що відносяться до індустрії дозвілля чи розваг. Згідно з існуючою типологією громадських закладів, до цієї категорії відносяться заклади (організації, установи), чия основна діяльність пов'язана із задоволенням потреб людини в розвагах. Їх можна поділити на групи:

- спортивно-видовищні – спорт-клуби, басейни, катки, скеледроми та ін.;
- розважальні – цирки, ігротеки;
- видовищні – театри, кінотеатри, відео-зали;
- культурно-просвітницькі – бібліотеки / медіатеки, музеї, виставкові простори, культурні центри, клуби за інтересами;
- заклади громадського харчування;
- торгівельні та торгівельно-розважальні центри (комплексна функція) [8].

В рамках цих закладів має формуватися система просторів тимчасового перебування дітей. Простори тимчасового перебування дітей у громадських інтер'єрах сімейного

відвідування можуть бути класифіковані за різними параметрами. Вони визначаються функцією закладу, передбаченим форматом перебування дітей, ступенем «ізоляції», віковою групою, можливостями варіативності. Нами пропонується наступна класифікація дитячих просторів в громадських закладах сімейного відвідування.

1. За характером архітектурного простору.

1.1. Замкнутий простір – окреме приміщення (кімната) в структурі закладу (рис. 1) [17].

1.2. Напіввідкритий простір – має межі у вигляді напівпрозорих перегородок (зі склом, без скла), що відокремлюють його від загального простору закладу, але залишається візуальний зв'язок (рис. 2) [18].

1.3. Відкритий простір – входить у загальний простір закладу, межі позначені умовно за допомогою різних оздоблювальних матеріалів, меблів, обладнання, декоративного освітлення (рис. 3) [11].

2. За ступенем «ізоляції».

2.1. Закрита зона (ігрова кімната). На даний момент досить поширеним елементом громадських закладів стала дитяча ігрова кімната – це відокремлений простір зі спеціальним обладнанням, де батьки можуть залишити свого малюка розважатися на певний проміжок часу. Дитина знаходиться під наглядом дорослих весь цей час. Такі кімнати існують автономно від загального простору закладу, простори розраховані цілком на дитячу ергономіку.

2.2. Відкрита зона (ігровий простір). Наступні простори розраховані на спільне проведення часу дітей та батьків. Вони побудовані на врахуванні ергономічних параметрів всіх учасників, при цьому вік дітей тут може значно різнитися.

3. Диференціація за віком. Дитячі ігрові чи спортивно-ігрові простори мають певну диференціацію за віком дітей, оскільки вік обумовлює фізичні можливості та інтереси дитини. В першу чергу мова йде

про безпеку – саме на цьому оснований вибір меблів та обладнання.



Рис. 1. Приклад закритого дитячого простору, ресторан «Fabius», Столичне шосе, 70, Київ, Україна

3.1. Від 1 до 3 років – передбачена присутність одного з батьків.



Рис. 2. Приклад напіввідкритого дитячого простору, торговий центр «Oberpollinger», Neuhauser Str. 18, 80331 München, Germany



Рис. 3. Приклад відкритого дитячого простору, книжковий магазин «HUGENDUBEL AM STACHUS», Karlsplatz 11-12, 80335 München, Germany

3.2. Від 3 років - до 6 років – «традиційний» варіант дитячих ігрових кімнат (закрита зона).

3.3. Від 7 до 10 років – передбачено більше активних розваг – трансформовані меблі.

3.4. Від 11 – до 14 років – спортивні, інтерактивні ігри.

4. За видами занять – функціональне наповнення простору.

4.1. Активні ігри.

4.2. Пасивні ігри та розвиваючі заняття.

4.3. Перегляд відео, художніх та спортивних виступів і т.ін.

4.4. Прийняття їжі.

Така типологія впливає на формоутворення дитячого простору, характер і конструктив дитячих меблів, вибір відповідних

матеріалів та буде корисною при формуванні гармонійного дитячого середовища в громадських закладах сімейного відвідування.

Висновки. Уточнено поняття «громадські заклади сімейного відвідування» та «простори для дітей в громадських закладах сімейного відвідування». Перше поняття передбачає забезпечення дозвілля громадян будь-якого віку, в тому числі – дітей. Сімейний відпочинок ставиться в пріоритеті, що обумовлює різні види активності саме для всіх членів родини одночасно. Це потребує організації простору з урахуванням потреб всіх членів родини та їх фізіологічних параметрів за допомогою меблів різних типів. Друге поняття обумовлює наявність певної функціональної складової, що дозволяє

використовувати його для різних видів активності дитини. Простір для дітей може мати різнопланові характеристики стосовно своєї організації та вигляду. В громадських закладах сімейного відвідування організовують саме розважальні простори, що забезпечують потреби дітей різного віку в активному ігровому відпочинку.

Запропоновано класифікацію просторів для дітей в громадських закладах сімейного відвідування за характером архітектурного простору, за ступенем «ізоляції», за диференціацією за віком, за видами занять – функціональним наповненням простору. Така типологія допоможе у формуванні

простору для дітей в громадському закладі сімейного відвідування з урахуванням функції закладу; в проектуванні необхідного ігрового обладнання та меблів у відповідності до специфіки дитячого простору та відкриває напрями подальших досліджень стосовно його дизайну у відповідності до типологічних характеристик.

Використовуючи дану типологію просторів для дітей в подальшому передбачається розробити класифікацію дитячих меблів з огляду на можливості їх використання в громадських закладах сімейного відвідування.

Література

1. Daly L., Beloglowsky M. *Loose Parts: Inspiring Play in Young Children*. Yorkton Court MN: Redleaf Press, 2015. 232 p.
2. Curtis D., Carter M. *Designs for Living and Learning, Second Edition: Transforming Early Childhood Environments*. Yorkton Court MN: Redleaf Press, 2015. 360 p.
3. Justus Sluss D. *Supporting Play in Early Childhood: Environment, Curriculum, Assessment*. China: 2005. 336 p.
4. Raab R. *Die Waldorfschule baut: Sechzig Jahre Architektur der Waldorfschulen – Schule als Entwicklungsraum menschengemäßer Baugestaltung*. Redakteur A. Klingborg. Verlag Freies Geistesleben, 1982. 285 p.
5. Абизов В. А., Вовкотруб О. М. Особливості типології та дизайну розважальних закладів *Art and Design*. 2018. № 3. С. 30-40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/artges_2018_3_5.
6. Бондарчук Ю. С. Принципи проектування дитячого ігрового середовища в закладах громадського призначення: дис. ... канд. мистецтвознавства. Харків, 2016. С. 310.
7. Вимоги безпеки до обладнання дитячих ігрових майданчиків. URL: <http://www.uazakon.com/big/text427/pg4.htm> (Дата доступу 28.08.2022).
8. ДБН В.2.2-9-2009. Громадські будинки та споруди основні положення. ДНАОП. Законодавча база. URL: <https://dnaop.com> (Дата доступу 28.08.2022).
9. Дячок О. М. Принципи формування архітектури шкіл з нетрадиційними методами

навчання: автореферат ... канд. архітектури: спец. 18.00.02. Київ: 2000. 20 с.

10. Ернст Т. К. Принципи формування архітектурного формування дитячих освітньо-виховних закладів: автореферат ... канд. архітектури: спец. 18.00.02. Київ: 2007. 20 с.
11. Книжковий магазин в Мюнхені «HUGENDUBEL AM STACHUS», Karlsplatz 11-12, 80335 München <https://kindermuenchen.com/2019/10/22/spielecken-muenchen-altstadt/> (Дата доступу 10.10.2022).
12. Косенко Д. Ю., Мезенцева О. І. Предметно-просторова складова освітнього середовища: досвід вальдорфської школи *Сборник научных трудов SWorld*, 2012. Т. 25, № 4. С. 60-67
13. Пантелеев Г. Н. Еще раз о предметной среде для детей. *Техническая эстетика*. 1976. № 7. С. 11–13.
14. Петрова І. В. Розважальний комплекс в сучасній Україні: проблема типології. *Вісник Маріупольського державного університету*. Серія: Філософія, культурологія, соціологія. 2015. Вип. 10. С. 140–148.
15. Правила будови і безпечної експлуатації атракціонної техніки. Дата прийняття 01.03.2006. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0405-06#Text> (Дата доступу 28.08.2022).
16. Позичайло А. Ростемо чемпіонами. *Lvivska Gazeta* 2012. № 20. URL: https://issuu.com/6133/docs/lvivska_gazeta_20_for_issuu (Дата доступу 28.08.2022).
17. Ресторан «Fabius» у Києві, Столичне шосе, 70, Київ. URL: <https://www.tarantino-family.com/ua/promo/set-restoranov-fabius-v-kieve-adres-vremya-raboty-kontakty/> (Дата доступу 10.10.2022).

18. Торговый центр «Oberpollinger», Neuhauser Str. 18, 80331 München. <https://kindermuenchen.com/2019/10/22/spielecken-muenchen-altstadt/> (Дата доступу 10.10.2022).

References

1. Daly, L., Beloglovsky, M. (2015). *Loose Parts: Inspiring Play in Young Children*. Yorkton Court MN: Redleaf Press [in English].
2. Curtis, D., Carter, M. (2015). *Designs for Living and Learning, Second Edition: Transforming Early Childhood Environments*. Yorkton Court MN: Redleaf Press [in English].
3. Justus Sluss, D. (2005). *Supporting Play in Early Childhood: Environment, Curriculum, Assessment*. China [in English].
4. Raab, R. (1982). *Die Waldorfschule baut: Sechzig Jahre Architektur der Waldorfschulen – Schule als Entwicklungsraum menschengemäßer Baugestaltung*. Redakteur A. Klingborg. Verlag Freies Geistesleben [in German].
5. Abyzov, V. A., Vovkotrub, O. M. (2018). Osoblyvosti typolohii ta dyzainu rozvazhalnykh zakladiv [Features of the typology and design of entertainment establishments]. *Art and Design*, 3, 30-40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/artges_2018_3_5 [in Ukrainian].
6. Bondarchuk, Yu. S. (2016). Pryntsypy proektuvannia dytiachoho ihrovoho seredovyshcha v zakladakh hromadskoho pryznachennia [Principles of designing a children's play environment in public institutions]. Candidate's thesis. Kharkiv [in Ukrainian].
7. Vymohy bezpeky do obladnannia dytiachykh ihrovykh maidanchykh [Safety requirements for children's playground equipment]. URL: <http://www.uazakon.com/big/text427/pg4.htm> (Last accessed: 28.08.2022) [in Ukrainian].
8. DBN V.2.2-9-2009. Hromadski budynky ta sporudy osnovni polozhennia. DNAOP. Zakonodavcha baza [State building regulations V.2.2-9-2009 Public buildings and structures, the main provisions. DNAOP. Legislative framework]. URL: <https://dnaop.com> (Last accessed: 28.08.2022) [in Ukrainian].
9. Diachok, O. M. (2000). Pryntsypy formuvannia arkhitektury shkil z netradytsiinymy metodamy navchannia [Principles of forming the architecture of schools with non-traditional teaching methods]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].
10. Ernst, T. K. (2007). *Pryntsypy formuvannia arkhitekturnoho formuvannia dytiachykh osvitno-vykhovnykh zakladiv* [Principles of architectural formation of children's educational institutions] Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
11. Knyzhkovyi mahazyn v Miunkheni «HUGENDUBEL AM STACHUS» [Bookstore in Munich «HUGENDUBEL AM STACHUS», Karlsplatz 11-12, 80335 München. URL: <https://kindermuenchen.com/2019/10/22/spielecken-muenchen-altstadt/> (Last accessed: 10.09.2022) [in Russian].
12. Kosenko, D. Yu., Mezentsseva, O. I. (2012). Predmetno-prostorova skladova osvitnoho seredovyshcha: dosvid valdorfskoi shkoly [The subject-spatial component of the educational environment: the experience of the Waldorf school]. *SWorld*, 25, 4, 60-67 [in Ukrainian].
13. Panteleev, H. N. (1976). Eshche raz o predmetnoi srede dlia detei [Once again about the subject environment for children]. *Tekhnicheskaya estetyka – Technical aesthetics*, 7, 11–13 [in Russian].
14. Petrova, I. V. (2015). Rozvazhalnyi kompleks v suchasni Ukraini: problema typolohii [Entertainment complex in modern Ukraine: the problem of typology]. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnogo universytetu. Seriya: Filosofiia, kulturolohiia, sotsiologiia – Bulletin of the Mariupol State University. Series: Philosophy, cultural studies, sociology*, 10, 140–148 [in Ukrainian].
15. Pravyla budovy i bezpechnoi ekspluatatsii atraktsionnoi tekhniki [Rules for the construction and safe operation of amusement equipment]. Standartinform Publ., 2006. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0405-06#Text> (Last accessed: 28.08.2022) [in Ukrainian].
16. Pozychailo, A. (2012). Rostemo chempionamy. [We grow as champions]. *Lvivska Gazeta*, 20. URL: https://issuu.com/6133/docs/lvivska_gazeta_20_for_issuu (Last accessed: 28.08.2022) [in Ukrainian].
17. Restoran «Fabius» u Kyievi [Restaurant "Fabius" in Kyiv]. Stolychne shose, 70, Kyiv. URL: <https://www.tarantino-family.com/ua/promo/set-restoranov-fabius-v-kieve-adres-vremya-raboty-kontakty/> (Last accessed: 10.09.2022) [in Ukrainian].
18. Torhovyi tsentr «Oberpollinger» [Oberpollinger Shopping Center]. Neuhauser Str. 18, 80331 München. <https://kindermuenchen.com/2019/10/22/spielecken-muenchen-altstadt/> (Last accessed: 10.09.2022) [in Russian].

TYPICALOLOGICAL FEATURES OF CHILDREN'S SPACES IN PUBLIC FAMILY VISIT INTERIORS

MALIK O. I., ABYZOV V. A., BULHAKOVA T. V.

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

Purpose. This study aims to identify the main typological features of spaces for children's temporary stay in public interiors for family visits, as well as to clarify such concepts as "public institution for family visits" and "children's space in public institutions for family visits".

Methodology. The study used the analysis of literary sources; structural and systemic and comparative analysis; physical examinations; synthesis of research results.

Results. The conceptual apparatus of environment design has been developed by clarifying the concepts of "public institution for family visits" and "spaces for children in public institutions for family visits". It was determined that spaces for children in the interiors of public institutions for family visits can be divided according to certain characteristics. The classification of spaces for children in public institutions for family visits is proposed according to the nature of the architectural space, the degree of "isolation", age differentiation, and according to the types of activities – functional filling of the space. Such a typology will help in the formation of space for children in a public institution for family visits, taking into account the function of the institution; in the design of the necessary play equipment and furniture in accordance with the specifics of the children's space and opens directions for further research regarding its design in accordance with the typological characteristics.

Scientific novelty. The conceptual apparatus of environment design has gained further development, typological features of children's spaces in public institutions for family visits have been determined for the first time.

Practical significance of the obtained results lies in the possibility of their application for designers when designing the interior and equipment for children's spaces in public institutions for family visits.

Keywords: *interior; public institution for family visits; children's space; place of temporary stay of children; typology; design.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Малік Ольга Ігорівна, аспірантка, кафедра дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-7927-3930, **e-mail:** bulgakova14@gmail.com

Абизов Вадим Адільєвич, д-р арх., професор, професор кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-5494-8230, Scopus 57196951264, **e-mail:** vaddimm77@gmail.com

Булгакова Тетяна Володимирівна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-6523-5770, Scopus 57219057613, **e-mail:** bulgakova358@ukr.net

Цитування за ДСТУ: Малік О. І., Абизов В. А., Булгакова Т. В. Типологічні особливості дитячих просторів в інтер'єрах громадських закладів сімейного відвідування. *Art and design*. 2022. №3(19). С. 111–119.

Citation APA: Малік, О. І., Абизов, В. А., Булгакова, Т. В. (2022) Типологічні особливості дитячих просторів в інтер'єрах громадських закладів сімейного відвідування. *Art and design*. 3(19). 111–119.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.9>

УДК 7.012:
659.133.1

DOI:10.30857/
2617-0272. 2022.
3.10.

СКЛЯРЕНКО Н. В., КОЛОСНІЧЕНКО О. В., ЄЖОВА О.В.,
ЧУПРИНА Н. В., СТРУМІНСЬКА Т. В., *ЛЮ ХУАМЕЙ

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

*Київський інститут Технологічного університету Цілу, КНР

РОЗРОБКА РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТУ ЯК АКТУАЛЬНОГО ЗАСОБУ АДАПТИВНОЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ

Мета: дослідження графічного представлення рекламних образів, а також методів впливу та вербальних засобів виразності плакату з метою визначення ефективності соціальної реклами.

Методологія. Теоретичною та методологічною основою визначено системний підхід у дослідженні плакатного жанру світових та вітчизняних художників-графіків. Використано системно-структурний та асоціативний методи при дослідженні художньо-композиційних ознак та семантичного ресурсу в історичному розвитку плакату як особливого мистецького жанру. Використано історико-типологічний, ретроспективний, аналітичний методи, а також методи образно-стилістичного та порівняльного аналізу.

Результати. Проаналізовано співвідношення творчості та інновацій у дизайні соціальної реклами. Розглянуто завдання комунікативної складової при створенні плакату, його графічного насичення, їх комбінацій для збільшення можливостей диференційованого впливу при активному застосуванні у соціумі. Зазначено, що завданням соціальної реклами, включаючи виявлення гострих соціальних проблем, є пропозиція варіантів рішень унеможливлення або усунення загроз соціуму за допомогою пропагування конкретної моделі поведінки. Виокремлено візуалізацію ефекту поєднання декількох кольорних кодів та використання шрифтів, що успішно використовують дизайнери, копірайтери, рекламисти. Виявлено, що соціальна реклама використовує в пропаганді велику кількість способів, методів, прийомів соціального-психологічного впливу, маніпулювання. Встановлено, що рекламу слід розглядати як символічно організований простір, де дизайнер повинен маніпулювати наданими культурними смислами, заданими у вербальній або невербальній формі – ключовою невербальною складовою є зображення, яке підтверджує достовірність слогана. Створені образи емоційно збагачують плакат, дають чітке враження про присутність глядача в зображуваній ситуації, додають ситуації реалістичності. Доведено, що специфіка плакату, як недовговічного рекламного об'єкту, потребує від нього актуальності, гостроти та смислової напруги, навіть у випадках візуалізації вічних проблем людства.

Наукова новизна роботи полягає у структуруванні базових принципів виразної мови соціального плаката, знання й володіння якими дозволять дизайнеру створювати грамотний і ефективний сучасний продукт. Досліджено та виокремлено формальні принципи графічної подачі інформації, найважливішими виявлено принцип однозначності трактування і тлумачення соціального посилу, а також принципи синхронності, ємності і лаконічності, семантичної цілісності. Доведено, що виразні візуальні засоби використовуються в соціальній рекламі в якості основних для посилення комунікації та концентрації уваги адресата. Зазначено, що у сучасній рекламі дизайнери-графіки зосереджуються на усвідомлених та неусвідомлених ефектах впливу реклами на споживача, вивчення особливостей впливу раціональних (на основі логічних аргументів) і нерациональних ефектів, які засновані на емоціях та почуттях.

Практична значущість. Визначено тематичну соціальну рекламу сім'ї, дитинства, батьківства предметом дослідження з метою створення серії плакатного дизайн-продукту. Запропоновано авторську концепцію, створено ідею та розроблено серією соціальних плакатів, схожих за візуальними складовими та смисловим навантаженням, головним з яких є мрія дітей з дитячого будинку мати власну родину. Запропоновано прийоми та матеріали, а також програмне забезпечення для реалізації концепту; надано пропозиції щодо особливостей друку.

Ключові слова: соціальна реклама; адаптивна візуалізація; візуальні комунікації; графічний дизайн; соціальний плакат.

Вступ. Історично сформовані способи передачі орієнтації цінностей, соціального досвіду і мотивації людини в сучасному світі поступово змінюються під впливом інформаційних технологій, а також реклами. Соціальна реклама являє собою засіб впливу на певні верстви населення або соціум в цілому, якій прагне вирішити задекларовані моральні, духовні або соціальні проблеми з метою досягнення реальних змін. Сьогодні в Україні соціальна реклама недостатньо регульована і налагоджена сфера, фінансування якої відбувається незначною ресурсною базою комерційних та некомерційних установ. Світовий досвід розвинутих країн витрачає на цей елемент впливу величезний ресурс. Держава по відношенню до соціальної реклами бере на себе різні функції. Так, функція опікування має на меті забезпечення контрольованих можливостей використання соціальної реклами в окремих соціальних програмах. Функція ліцензування дозволяє їй працювати як інструменту координації для захисту від підроблених соціальних оголошень, що вселяє довіру громадян. Суттєвою також є функція податкових і тарифних пільг для розміщення та створення соціальної реклами.

Одним з некомерційних проєктів соціального рекламного продукту можна вважати всеукраїнську акцію «Місяць Червоного Хреста». Її метою стало привернення уваги до проблем категорій населення, які не мають можливості подбати про себе. Так само в рамках цієї акції було оголошено збір коштів, продуктів харчування та інших предметів першої необхідності. Таким чином, товариство Червоного хреста планує поповнити запаси для надання допомоги постраждалим в надзвичайних ситуаціях, природних катаклізмах, інших катастрофах. У ситуації з комерційними організаціями соціальна реклама спрямована радше на підвищення іміджу, однак окремі компанії дійсно діють в благодійних цілях.

Отже, соціальна реклама розкриває свій потенціал в стрімкому суспільстві, що розвивається як потужний важіль впливу на поведінку і свідомість людини. За допомогою соціальної реклами з'являється можливість формувати громадську думку, а також боротися з соціальними хворобами нашого суспільства. Саме тому плакат залишається особливою формою тиражної поліграфічної продукції як перевірений часом об'єкт некомерційної реклами. Отримавши свій вплив і поширення під час першої світової війни, він й досі не втрачає своєї актуальності.

Аналіз попередніх досліджень.

Соціальна функція графічного дизайну знаходиться в фокусі уваги науковців. До функцій графіки Є. П. Гула відносить, між іншими, рекламно-презентаційну, духовно-естетичну, соціально-пізнавальну [1]. Як встановлено в дослідженні О. Колісник, М. Колосніченко та К. Пашкевич [2], зараз графічний дизайн є невід'ємною складовою будь-якого соціального або бізнесового проєкту. Для виявлення цільової аудиторії споживачів соціального плакату потрібно розібратися в особливостях, власне, комунікаційного процесу. Гарольд Лассуелл в 1939-40 рр. розробив схему, яка доступно описує «односпрямований», лінійний акт комунікації. Він писав: «Найзручніший спосіб опису процесу комунікації полягає у відповіді на наступні питання: хто повідомляє?; що саме?; по яких каналах?; кому?; з яким ефектом?» [3].

1) «хто повідомляє?» Якщо розглядати схему з точки зору соціального плаката, то відправником повідомлення можуть бути як комерційні, некомерційні так і державні структури; 2) «що?» Яке смислове навантаження несе в собі соціальний плакат, до чого він агітує; 3) «канали?» Поширення повідомлення по різноманітним каналам передачі інформації має найбільш важливе місце в випадку соціального плаката, так як правильно підібраний канал буде спрямований на свою аудиторію. При цьому, комунікаційні канали можна

розділити на категорії: «реклама в пресі»; «друкована реклама»; «аудіовізуальна реклама»; «радіо реклама»; «телевізійна реклама»; «виставки та ярмарки»; «рекламні сувеніри»; «пряма поштова розсилка» (повідомлення, електронна пошта); «зовнішня реклама»; «реклама в інтернеті». У сучасних реаліях, де велика частина життя людини проходить в інтернеті, можна сказати що інтернет-канал найбільш ефективний, однак рекомендується використовувати комплексний підхід у великих акціях по залученню уваги населення. 4) «кому?» Чітке сегментування і визначення цільової групи допоможе створити найбільш ефективний вплив соціальної реклами в процесі комунікації. Цільова група – група людей, яку можна ідентифікувати за певними характеристиками, потребами та інтересами. Цільова аудиторія поділяється на первинну і вторинну. Первинна цільова аудиторія – це та група, на яку планується вплинути: донести свою інформацію, змінити їх поведінку або ставлення до чогось. Вторинна цільова аудиторія, іноді її називають ключовою – це ті люди, які впливають на первинну аудиторію. Думка або діяльність вторинної аудиторії може змусити первинну аудиторію прийняти до уваги інформацію, яку містить в собі соціальна реклама, змінити свою поведінку і ставлення до даної інформації. Наприклад, вторинною по відношенню до молодіжної аудиторії можуть в різних ситуаціях виявитися батьки, друзі, вчителі, кумири і молодіжні лідери. При цьому, цільову групу прийнято характеризувати за наступними позиціями: демографічна (стать, вік, рівень освіти, рід занять, склад сім'ї); територіальна (жителі району/міста/області, учні вузу/школи, відвідувачі супермаркету і т.п.); економічна (рівень доходу/доступність різного роду соціальних послуг; чи заробляють представники цільової групи гроші?; як і де витрачають гроші?); соціально-політична (соціальний статус,

політична орієнтація); психологічна (цінності, особливості поведінки, коло спілкування, способи проведення відпочинку, захоплення; наявність кумирів) [4].

Визначення цільової групи по цих критеріях дозволить розробити ефективну соціальну рекламу, а спрямованість на свою аудиторію обов'язково отримає відгук. Успішна соціальна реклама надалі зможе змінити мислення, спосіб життя і модель поведінки цільової групи. Ця реакція дасть відповідь на останнє запитання Лассуелла – 5) «ефект?» Ефективністю або зворотним зв'язком після розміщення соціального плаката повинен бути результат позитивних змін серед цільової групи, положень нових координат цінностей, становлення світогляду, яке поділяється з іншими. Саме реакція цільової групи на соціальну рекламу визначає її результативність.

Таким чином, в ході експериментів проводяться інтерв'ю, збираються фокус-групи, і детально з'ясовують, яке той або інший варіант, представлений в декількох концепціях реклами, справляє враження. Але отримати відкриту і чесну думку практично неможливо. Тому основна ідея всіх соціальних досліджень – використання інтернет-форумів, чатів, соціальних мереж – простору, де люди можуть максимально виразити себе і залишатися анонімними. Тільки при наявності повної інформації про всі елементи комунікаційного ланцюга можливо змінити модель поведінки цільової групи. При визначенні характеристики цільової аудиторії, визначаються і особливості впливу соціальної реклами, певна форма, ідеологічний зміст і спеціальні канали поширення, які будуть ефективні для конкретного сегмента аудиторії.

Для визначення цільової групи дизайн-проект по розробці серії соціальних плакатів для Дитячого будинку використовувалася вищезазначений підхід. Визначено, що цільовою аудиторією

проекту будуть небайдужі до проблем дітей люди, які вже замислювалися про допомогу Дитячим будинкам, а також ті, хто хотів би забрати дитину в свою сім'ю. Таку цільову групу можна визначити, як дорослу і відповідальну. Більшу її частину займають жіноча доля аудиторії або родини, які можуть бути як повноцінними, так і навпаки тими, хто з різних причин не може завести дитину. У будь-якому випадку, завданням та метою соціальної реклами стане привернення уваги до проблеми дітей сиріт та великої кількості дитячих будинків.

Відомо [5], що постери – це різні за розмірами і пропорціями рекламні плакати: від перших традиційних поліграфічних рекламних оголошень до великих бігбордів (Bigboard (англ.) – велика дошка), тобто значних за розмірами рекламних площин (рис. 1). При цьому, серед особливостей виразної мови соціального плаката можна виділити і структурувати базові принципи, знання й володіння якими дозволять дизайнеру у створенні грамотного і ефективного сучасного продукту. Так, наприклад, не можна використовувати все, що може заплутати і перешкодити сприйняттю основної ідеї композиційного рішення плакату. З іншого боку, для виключення множинності тлумачення соціального меседжу, у плакатах можуть бути використані слогани у якості коментаря автора. Отже, досліджуючи та виокремлюючи ці формальні принципи графічної подачі інформації, найважливішим виявлено принцип однозначності трактування і тлумачення соціального послугу. Л.Н. Федотова [6] писала про цей принцип так: «У соціальній рекламі повинна бути максимально експліцитно, виразно висловлена ідея здійснення благовидного та/або поганого вчинку ... сама суть цієї дихотомії «добре – погано» повинна чітко бути присутня якщо не текстуально, то як явний розумовий висновок. Мистецтво плакатної графіки може відтворити все різноманіття світу, шукати в лиходії

позитивні риси, але цей прийом не підходить для такого прагматичного посилу, яким є реклама».

У сучасних муніципальних реаліях соціальному плакату відведено вкрай мало часу, з чого походить його принцип ємкості і лаконічності. Поєднання яскравого образу з короткими фразами, що запам'ятовуються, надає можливість глядачеві сприймати інформацію в цілому, не приділяючи часу детальному розгляду. В агресивній медійній сфері реклами, соціальному плакату доводиться несвідомо притягувати погляди потенційної аудиторії. Виходячи з цього, завданням дизайнера є досконале знання ергономічних вимог та володіння сучасною графічною подачею візуального матеріалу, професійно використовувати їх для створення яскравого, лаконічного плакату.

Запорукою ефективного плаката також може бути простий принцип синхронності, де система естетичної культури дизайнера-плакати́ста була б синхронізована з тією ж сферою адресата повідомлення. Соціальному плакату властиво виражати насущні і гостросоціальні проблеми сучасності, а іноді і випереджати їх. С. Серов [7] міркує: «...які тільки крайності образотворчого і виразного, інтелектуального і емоційного, особового і соціального, вічного і миттєвого тут (в плакаті – прим. автора) не сходяться, його вік недовгий! Треба поспішати – і тому він завжди на вістрі, вловлює дух часу, а іноді і випереджає його, заглядаючи в майбутнє. Плакат – непідкупний свідок ... в ньому відображаються ритми повсякденності, втілюються життєві образи, стилі, цінності і смисли. Плакат частина візуально-символічного середовища, повітря, яким оживотворюється сучасний світ».

Л.М. Федотова [6] як дослідник реклами, в тому числі соціальної, зазначає, що саме «... суспільство вимагало до життя дуже важливий вид реклами – соціальну рекламу, тому що зіткнулося із проблемами, вирішен-

ня яких залежить від масової поведінки. Мультиплікувати моделі бажаної суспільством поведінки стало функцією цього виду реклами». Цей вид реклами формує образ «... соціально схвалюваної і несхвалюваної дії або думки (емоції), надзавдання такого звернення до мас – це участь людей (участь як дію і участь як співучасть, співпереживання) у вирішенні означеної проблеми».

Візуальні засоби та елементи виразності соціальної реклами у порівнянні з вербальною мовою швидше і точніше сприймаються глядачем. Знакова рекламна інформація має три аспекти, як і загальна теорія семіотики Ч. Пірса: прагматичний (вплив рекламної інформації на поведінку споживачів), семантичний (зв'язок знаків з об'єктами, що рекламуються), синтаксичний (сполучення знаків) [8]. Семіотика стала основою теорії графічного дизайну як візуальної комунікації. Відтак, рекламний плакат повинен відповідати важливому принципу семантичної цілісності, який складається з фізичної, психологічної, символічної сукупності та міцних внутрішніх зв'язків: колірні елементи (ілюстрації, слогани, фірмові константи) поєднуються в загальний образ, тісно взаємодіють і визначають рекламний ефект.

Постановка завдання. Вплив реклами на суспільну свідомість зростає з кожним роком, і в даний час соціальна реклама є засобом формування світогляду людства. Перед індивідуально-колективним автором плакатних, текстових, відео-, аудіо-реklamних повідомлень стоїть складне і відповідальне завдання – формування у людей негативного ставлення до певних деструктивних явищ, які усуваються прийняттям або неприйняттям тієї чи іншої моделі поведінки. Завданням соціальної реклами, включаючи виявлення гострих соціальних проблем, є пропозиція варіантів рішень унеможливлення або усунення загроз соціуму за допомогою конкретної моделі поведінки.

Завданням цієї роботи є дослідження графічного представлення рекламних образів, а також психологічних методів впливу та вербальних засобів виразності соціальної реклами, що має на меті визначення її ефективності.

Результати дослідження та їх обговорення. Історія розвитку соціального рекламного плаката в Україні свідчить про його складність, навіть на межі психологічного шоку. Зараз ефективність такого підходу значно зменшилася, а представники соціуму пропонують схилитися в позитивні емоції в плакаті, продемонструвати, що може бути, а не те що є, тобто обирати позитивні тренди та вектори.

У соціальній рекламі можна знайти такі компоненти і образи сприйняття з використанням психологічних і словесних погроз, технологій залякування і посилення на концепцію шкоди. Так, концепція зображення та уявлення смерті/самогубства в соціальній рекламі сформоване як жахливе персоніфіковане явище. Також особливо популярною в соціальній рекламі є методологія візуалізації образу хвороби – уражені раком легені наочно свідчать про шкоду куріння. В цілому, візуалізація проблеми та її описова частина відбувається у моделі «до і після» (до виникнення проблеми та при набутті її наслідків).

Окремо відмітимо, що колір в концепції шкоди грає суттєву роль. Відомо, що крім персонажів реклами, важливу роль має колірна гамма соціальної реклами. Колір як один з найважливіших компонентів полікодового тексту, який формує контекст для розуміння креолізованого повідомлення. У тексті опису проблемної ситуації можуть бути кольори, що привертають увагу і спричиняють підсвідоме переживання: червоний, бордо. Червоний колір виступає як символ небезпеки, подразнення і занепокоєння. Чорно-сіра кольорова гамма вселяє почуття страху, відчаю, близькості смерті. Світлі, яскраві

кольори, блакитний або зелений використовуються для передачі позитивної моделі світу, вони підсилюють позитивну реакцію і являють собою вже «вирішену проблему».

Виокремимо використання чорного і білого в соціальному плакаті. В цілому чорний колір є імерсивним (створює ефект присутності, занурення), він допомагає ізолювати себе і зосередитися на конкретному вирішенні проблеми. У той же час, цей колір може налаштовувати на меланхолію і розпач. У чорному приходить відчуття самотності й відірваності від зовнішнього світу. Білий колір – це колір досконалої відкритості, готовності сприймати світ у всій його різноманітності. Він хороший ще й тим, що не викликає неприємних відчуттів та не створює негативних реакцій, на відміну від чорного, якій часто пригнічує і створює відчуття «важкості».

В цілому, поєднання декількох кольорних кодів з переходом від негативного до позитивного в рамках соціального повідомлення, побудованого на принципі рішення проблем, є дуже стереотипним в дискурсі соціальної пропаганди.

Також важливою є візуалізація ефекту використання шрифтів, кількість яких з розвитком комп'ютерних технологій набагато збільшилася. Цю ситуацію успішно використовують дизайнери, копірайтери, рекламисти. Але, багато шрифтів є схожими, інколи відрізняються лише назвою і деякими дрібними деталями. Отже, для різних носіїв рекламних повідомлень використовуються різні шрифти. Шрифти із зарубками використовуються в друкованій рекламі; газети, журнали, а іноді буклети і каталоги [9]. Прийнято вважати, що читати букви із зарубками легше, тому що вони допомагають погляду пересуватися за текстом від букви до букви. Це твердження справедливе лише для окремих типів носіїв; найвідомішим з них є шрифт Times New Roman в різних варіаціях. Шрифти без зарубок в основному використовуються для

набору тексту на веб-сайтах, для електронної пошти тощо. Шрифти «Arial» і «Tahoma» добре читаються з екрану, на відміну від «Times New Roman». Крім того, вони відносяться до системних шрифтів, які є на кожному комп'ютері. Рублені шрифти використовуються в зовнішній рекламі. Такі шрифти на рекламних щитах з правильною кольоровою гаммою і відповідним розміром добре сприймаються на відстані, що спрощує комунікацію із соціумом. Рукописні шрифти були розроблені спеціально для імітування «персональних підписів» в листах, ділових пропозиціях, щоб позбутися елементу «бюрократії», стати більш дружелюбним і «наближеним до людей». Декоративні шрифти використовуються для заголовків в друкованій рекламі: іноді, щоб підкреслити новизну, яскравість і індивідуальність. Вони не застосовуються в зовнішній рекламі та ніколи не використовуються в основному тексті, бо важко сприймаються і погано читаються навіть на великих поверхнях в контрастних кольорах.

Виразні візуальні засоби використовуються в соціальній рекламі в якості основних з метою посилення комунікації зі споживачем, для концентрації уваги адресата. Вона за рахунок фізичних стимулів викликає емоційну реакцію (колір, яскравість, контрастні поєднання), передаючи конкретний ситуаційний посил шляхом використання семантики, семіотики, символіки та їх поєднання для впливу на емоції людини. В цілому можна стверджувати, що у сучасній рекламі дизайнери, як автори та розробники графічного продукту, з огляду на складність впливу в рекламі, зосереджуються, в першу чергу, на усвідомлених та неусвідомлених ефектах впливу реклами на споживача, а також детально вивчають різницю між раціональними (на основі логічних аргументів) і нераціональними ефектами, які засновані на емоціях та почуттях.

Соціальна реклама використовує в пропаганді велику кількість способів, методів, прийомів соціального впливу, психологічного впливу і маніпулювання. Зокрема, різні форми навіювання, імітації, зараження, соціального переконання, соціально-психологічних установок. Рекламу можна розглядати як символічно організований простір. У цьому просторі автор реклами повинен маніпулювати наданими культурними смислами, заданими у вербальній чи невербальній формі. Ключовою невербальною складовою є зображення, яке підтверджує достовірність слогана. Створені образи емоційно збагачують спосіб, дають чітке враження про присутність глядача в зображуваній ситуації, надають ситуації реалістичності.

В історії розвитку плакатного жанру окремо розглянемо принцип синхронності, якій вимагає від актуального плакату синхронізації естетичної системи дизайнера-розробника вимогам естетичного сприйняття споживачем дизайн-продукту. Цілком зрозуміло, що специфіка плакату як недовговічного рекламного об'єкту потребує від нього актуальності, гостроти та смислової напруги, навіть у випадках візуалізації вічних проблем людства. Використання цього методу надає автору можливості «бути почутим сучасниками» [10] при розробці плакату. З іншого боку, цей принцип також не є догмою. Інколи він може вступити у протиріччя із сучасною та історичною стилістикою (модні тренди – ретро-стилі), що потребує створення тематичної стилістики плакату у діахронному розрізі. Отже, дизайнеру-графіку як розробнику соціального плакату, потрібно вміти стримувати пориви творчого самовираження, а будь-який візуальний прийом повинен бути спроектований і проаналізований в рамках поставленого завдання і відносно конкретної цільової аудиторії.

У рекламних зображеннях предмет реклами часто асоціюється з будь-якої реалією зі світу представника цільової аудиторії. Зазвичай, це щось таке, що представляє цінність для споживача. Таким чином, в зображенні завжди є певна конотаційна ознака. Виразність художніх образів у реклами (на відміну від лінгвістичних методів) досягається використанням особливості графіки, кольорів, техніками просторової експозиції та контрастністю зображень. Графіка готує, розкриває розуміння читачем події – вербальне повідомлення має бути коротким, добре обґрунтованим і ясным. Розподіл смислового та експресивного навантаження між вербальною і невербальною частиною рекламного повідомлення спрямоване на привернення уваги аудиторії, впливу на його вибір і майбутньому.

Особливостями створення соціальної реклами у плакатному жанрі головним залишається комунікативна складова, яка дозволяє прогнозувати результат впливу у соціумі. При цьому, першочерговим на стадії створення ідеї і концепції важливо побачити цілі, для чого необхідно надати відповіді на такі основні питання: означення проблеми і причин її появи; пропозиції щодо вирішення проблеми; визначення цільової аудиторії; рекреаційні зони розміщення плакату та особливості тематичного звернення до відповідного сегменту споживачів; очікуваний ефект соціального впливу; прогнозований вплив на зміни поведінки соціуму; визначення психологічних прийомів, які використано для отримання реакції індивіда та соціуму в цілому. Тільки після формулювання відповідей на ці питання дизайнер може приступати до безпосереднього втілення свого комунікаційного повідомлення.

Предметом наших досліджень визначено тематичну соціальну рекламу сім'ї, дитинства, батьківства. Для створення ефективної реклами будемо спиратися на

такі основні принципи. Отже, рекомендовано: працювати, через образність і метафоричність; використання гумору як психологічного елементу протиставлення страху; звертання до людських цінностей і їх позитивних моделей; використання різновидів комунікацій, в тому числі несподіваних і нестандартних; створення логічних, повчальних повідомлень, які легко запам'ятовуються. Не рекомендовано: занадто виразно показувати проблеми і атрибути жорстокості; використовувати шоківі прийоми, страх, а також елементи залякування; вживати негативні частинки в тексті (не-треба, не-залишайте тощо); застосовувати темні кольори при створенні художнього образу; використовувати брудні і темні кольорові тони друку поліграфічної продукції.

У будь-якому випадку ідеї, сценарії та дизайн-продукти відповідної тематики слід обов'язково тестувати на невеликій аудиторії – в фокус-групі або групі в соціальних мережах, адже в такій складній та делікатній галузі дуже легко помилитися, часто з невивірними наслідками.

Найважливішим етапом створення соціального плаката є професійно грамотний композиційний устрій. Композиційна побудова дозволяє максимально чітко передати змістовну сторону, відобразити зачеплену проблему в плакатному образі. Необхідність швидкого й однозначного тлумачення основної ідеї плаката вимагає направленого керування поглядом глядача. Це завдання можна вирішити шляхом винесення на передній просторовий або акцентно-образотворчий план композиційного центру плакатного сюжету.

Сучасний дизайн налічує безліч прийомів та найрізноманітніших матеріалів. Дизайн плаката може бути різним за обсягом, кольоровим або чорно-білим, намальованим від руки або за допомогою графічних програм; використовувати будь-

які матеріали, фотографії, полотна. Дизайнер при створенні плаката в засобах і методах вираження абсолютно вільний, але всі зображувальні та інші засоби мають чітко працювати на ідею.

Потребує окремого вивчення психологічних методів впливу у соціальній рекламі. У понятті «психологія реклами» немає чіткого визначення. Воно включає психологічний аналіз мотивів, використовуваних в рекламі, психологію сприйняття реклами (наприклад, вплив на розміщення реклами, колірну схему, візуальний діапазон тощо), психологічні механізми рекламного тексту, психологія сприйняття аргументів та інші питання. Емоційною складовою рекламного ефекту буде відповідна реакція на об'єкт пропагандистської інформації: яке відчуття відчуває суб'єкт в його відношенні (співчуття, антипатія, нейтралітет або протидія). Вивчення емоційних аспектів реклами включає в себе аналіз її сторін, в якому у людини формується емоційне забарвлене ставлення до реклами і самого продукту, що в кінцевому підсумку формує поведінку суспільства.

Будь-який вид реклами (преса, телебачення, радіо) може використовувати всю різноманітність психологічних методів з метою зачепити потенційного споживача. Це вплив реалізується шляхом змішування уявлень по цій темі з більш глибокими емоційними і базовими потребами людини. Послання, приховане в рекламі, полягає в тому, що рішення цієї проблеми буде не тільки корисним і приємним, але і зробить людей краще і щасливіше, ніж до цього. Після розгляду принципів впливу, які використовуються в соціальній рекламі для керування суспільною свідомістю, можна виділити основні: переконання, навіювання, а також експлуатація вже існуючих масових стереотипів, шляхом їх посилення або ослаблення, протиставлення тощо. Ефективність впливу соціальної реклами багато в чому буде залежати від того, наскільки вона

враховує особливості психічних процесів людини.

У теперішній час існують такі основні методи впливу в соціальній рекламі. Інформаційний метод полягає у дослідженні рекламного контенту щодо проблем та способах їх вирішення, намагаючись вплинути на переконання соціуму як невід'ємної частини людських установок. Газети і журнали найкраще підходять для цього виду реклами. В такому методі постійно використовується звернення, консультації і деякі поради.

Рекламний вплив на емоційну складову установок людини вивчає емоційний метод. В цілому він досліджує закономірності впливу емоцій на поведінку людини засобами плакату та рекламних оголошень.

Окремим рядком стоїть дослідження методу пробудження страху. На відміну від емоційного методу, якій пропагує любов до Батьківщини, родини, друзів, цей вплив спрямований на створення загрози, страху в уяві глядача, навіть, якщо людина взагалі не звертає уваги на означену проблему. Такий заклик аж ніяк не приховується, особливо, якщо проблема пов'язана з безпекою дітей. Такі апеляції до батьківських інстинктів, як турбота про потомство, гра на почутті відповідальності, часто використовуються в соціальній рекламі. Психологічні дослідження показують, що такі звернення до страху можуть мати різні наслідки. Фахівці в галузі соціальної психології та реклами прийшли до висновку, що потрібен оптимальний рівень страху, щоб переконання було більш ефективним. Слабкий імпульс не матиме потрібного ефекту, а надто агресивний може мати протилежний, коли спрацюють механізми відрази і захисту. Метод пробудження страху ефективний, але з ним потрібно бути дуже обережними.

Зазначимо, що навіть таке різноманіття методів впливу не може бути запорукою та гарантом успіху майбутньої реклами. Люди індивідуальні, а роботу

дизайнера постійно ускладнює вплив поведінки споживачів: постійною зміною людьми своїх думок, переконань і смаків; типова поведінка деяких людей непослідовна і непередбачувана; люди часто не можуть пояснити свої дії, саме чому вони поведуться так, а не навпаки. Таким чином, при складанні рекламного повідомлення, як показує дизайнерська практика, не слід обмежуватися одним з методів або видів впливу на людину. Прийнято вважати, що заклики, наприклад, психологічного характеру, більш успішні, ніж апеляції до розуму, але це не обов'язково означає ігнорування логічного способу представлення аргументів на користь ідеї. І навпаки, більшого впливу в рекламних повідомленнях можна домогтися, комбінуючи логічні і психологічні аргументи.

Розробнику плакату також слід пам'ятати, що показники психологічної ефективності соціальної реклами являють собою набір елементів. Перший – це психологічний підхід, який має трикомпонентну структуру: когнітивний (пізнавальний), афективний (емоційний), когнітивний (поведінковий). Другий елемент – це довіра як загальний показник оцінки, який включає три фактори: надійність, єдність, передбачуваність. Третій елемент – оцінка потенціалу реклами з показниками зосередженості на одній ідеї, цілісності впливу на цільову аудиторію, здатності залучати та утримувати увагу, доступності і запам'ятовуваності. Отже, соціальна реклама займається переконанням, а прийняття іншої точки зору завжди свідчить про зміну особистісної картини світу.

Вербальні засоби виразності соціальної реклами важливі: зазвичай якісні соціальні плакати майже не обходяться без текстової частини, яка доповнює зміст. Але саме сила візуального образу визначає успіх або невдачу проекту, саме тому їх авторство належить художникам-графікам. У створенні плаката комбінуванням візуального і

вербального, необхідним є взаємодоповнення елементів образу і слогану, сприйняття їх цілісним. Для цього потрібно створити взаємодію образів та слів, зв'язати їх. Бренд-консультант С. Леліков [11] вважає: «Слоган може доповнювати візуальний образ. Коли слова підтримуються візуально, то вони діють більш переконливо». Отже, слоган – друга важлива складова рекламного і соціального плаката. Основним правилом зовнішньої реклами вважається «чим менше, тим краще», текст вимагає стислості. Максимальна кількість слів не повинна перевищувати 7, краще 4–5 слів. Читабельний та розбірливий шрифт, що виділяється на тлі, дозволяє читати текст з великої відстані.

Плакат може бути типографським, тобто складатися тільки з букв або тексту, інколи саме вони складають візуальну частину. Наприклад (рис. 2), на плакаті немає нічого, крім тексту, але він несе в собі дуже доступний образ і сенс.

Для кожного образу варто підібрати відповідний шрифт. Головною умовою буде його читаність, в усьому іншому автор може вибирати шрифт для підкреслення ідеї проекту. Акцентом може бути, як слова-образи, так і просто букви, слова, фрази. Тобто, вербальний вплив за своєю суттю залишається найбільш ефективним з вивчених і широко застосовуваних інструментів. Людина постійно використовує або споживає тексти, тому мовні засоби впливу в психології називають вербальними. Як ключові компоненти вони входять у такі групи прийомів як навіювання, інформування та переконання.

Слід зазначити, що створення текстів соціальної реклами вимагає серйозної підготовки автора, оволодіння спеціальними навичками – це не лише грамотне складання тексту певною мовою, а й знання про особливості соціуму. Тексти соціальної реклами зазвичай являють собою тексти креолізованого типу (структурується з вербальних і невербальних елементів), але мають також

додаткові особливості, що відрізняють їх від інших жанрових текстів. До особливостей належать такі елементи: певна база мовних засобів, характерні композиції і образи, особлива комунікативна функція, значна роль екстралінгвістичних контекстів, невизначеність інтерпретації тексту. Тексти соціальної реклами вважаються інформативними, коли несуть виховну, комунікативну і адаптивну функцію. Спільною в них вважається вплив на одержувача і переконання його в скоєнні необхідної дії. Однак, в залежності від прагматичних цілей тексту соціального плакату, його зміст може бути різним.

Дослідження засобів вербальної виразності, які популярні серед копірайтерів, дозволило систематизувати прийоми, які найчастіше можна зустріти. Так, прийом об'єктивізації полягає у авторській відповіді на запитання соціуму. Такі фігури мови використовують для просування міркування і розвитку думки; їх можна виявити в основному на початку абзаців.

Прийом обговорення може вважатися аналогією об'єктивізації, але також може бути і його протилежністю. Завданням такої постановки питання стає обговорення вже прийнятого або оприлюдненого висновку. Структурно воно побудовано за схемою «твердження-питання». Така фігура мови буде сповільнювати міркування, але в той же час вона вчить аналізувати і ще раз перевіряти висловлювання, які пропонує автор. Прийом риторичних запитань може слугувати як твердженням, так і запереченням. Таки прийоми виділяються на тлі пропозицій з розповіддю за допомогою інтонації і структури письма, що привносить елемент виразності і певної драматичності. Наочним прикладом буде рекламний плакат для виставки (рис. 3).

Прийом комунікації являє собою фіктивний елемент обговорення. Автор вносить свої роздуми з розпізнавальними формулюваннями на кшталт «судіть самі»,

«ось і думайте» тощо; часто доповнюється знаком оклику. Такий спосіб привертає увагу глядача і створює подобу комунікації. Прийом замовчування полягає у недомовленості частини думки. Виражається графічними засобами, часто – як три крапки; також, як і риторичні запитання, наводить на міркування. Ще одним прийомом засобів вербальної виразності можна вважати повторення. Елементи повтору запам'ятовуються і підсвідомо впливають на ставлення до відповідної проблеми. У лексиці повтор може бути буквальним повторенням слів або фраз, а в морфології – повторення в різних відмінкових формах. Цей стилеутворюючий компонент може порушувати навіть макроструктуру тексту, наприклад, існувати в заголовку, основному тексті і в слогані.

Текстовою аплікацією називають прийом вживання або вкраплення загальновідомих виразів, таких як прислів'я, фразеологізми, терміни тощо, частіше в дещо зміненій формі [12–14]. Цей прийом займає третє місце по частоті вживання, в основному за рахунок свого завдання ілюзії живого спілкування.

Прийом структурно-графічної спрямованості являє собою сегментацію і парцеляцію тексту. За допомогою таких текстових фігур, увага споживача привертається до одного з компонентів мови, який можна не помітити в загальному потоці.

Серед лексичної організації краще використання слів і виразів, які допомагають глядачеві побачити уявні образи, асоціації, що сприяють запам'ятовуванню, сучасними копірайтерами також активно використовуються гіперболи, метафори, епітети тощо, а також багатозначні слова. В цілому, загальна функція тексту соціальної реклами полягає у впливі на аудиторію, її спонуканні до певних дій з метою змінити поведінку суспільства та сприяти позитивному сприйняттю світу. Саме передача цих комунікативних функцій

і буде основним завданням при аналізі текстів соціального плакату.

Таким чином, суть мовних маніпуляцій в рекламі полягає в поданні інформаційного ресурсу споживачеві для аналізу та висновків. При цьому споживач сам приходиться до такого висновку, тому автоматично приймає такі знання і, отже, відноситься до інформації менш критично, а навпаки довірливо. Отже, будь-яке рекламне повідомлення зазвичай складається з двох взаємопов'язаних шарів: вербального і візуального. В процесі розвитку рекламного плакату, розмір тексту поступово зменшується, а візуальна – збільшується: найчастіше оголошення складаються із зображення, доповненого лише кількома словами. Це пов'язано з тим, що візуальні об'єкти швидше, легше сприймаються, краще запам'ятовуються, тому роль художника-графіка залишається домінантною.

Метою нашого проекту визначено тематику дитячої бездоглядності, становища дітей у дитячих будинках, сімейного влаштування дітей-сиріт. Ця тематика останнім часом є дуже затребуваною, створено багато реклами у жанрі соціального плакату. Вона є здебільшого деструктивною, викликає сильні, але руйнівні емоції – жалість, почуття провини. На таку рекламу реагують хіба що ті, хто часто під впливом емоцій робить імпульсивні вчинки, та ні про яке відповідальне, зважене рішення не йдеться. Подібної безвідповідальної реклами дуже багато. Одним з прикладів є соціальна реклама креативного агентства «BBDO» (2011 р.) для фонду «Volunteers Helping Orphans» (рис. 4).

Основний посил цього рекламного повідомлення полягав у розвінчанні міфів про складність проходження процедури усиновлення, вони були стилізовані під грецькі міфи і легенди. Дана серія плакатів оригінальна, їх стилістика привертає увагу і викликає бажання прочитати послання.

Однак, даний приклад визначено невдалим, тому що елементу, якій пояснює сатиричний характер плаката, виділено мало і невіддалено розташування. Тому, в соціальній рекламі на такі болючі теми краще створювати більш прості і однозначні повідомлення. З іншого боку, прикладів

плакатного жанру, створених за допомогою прийомів комунікації, замовчування, повторення, які пропонують роздуми, вибір, а також плакатів з ілюструванням результатів позитивного вчинку (наприклад, усиновлення), набагато менше.



Рис. 1. Білборд. Russ Outdoor проект «Все одно?!»



Рис. 2. Плакат «Вода» Африканського медичного і дослідницького фонду



Рис. 3. Рекламний плакат з прийомом риторичного запитання

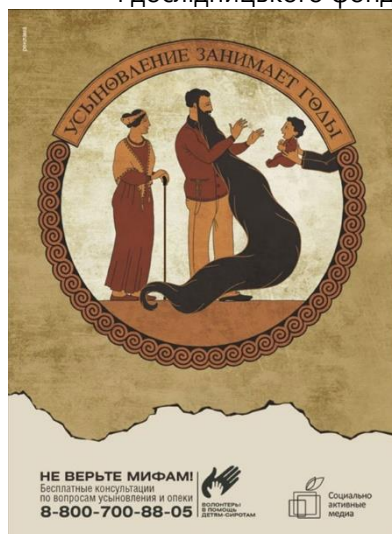
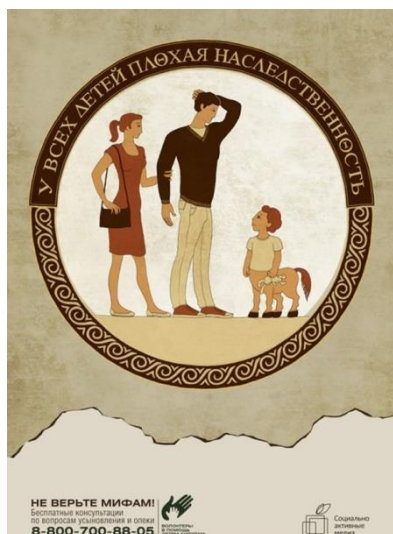


Рис. 4. Плакати «Волонтери в допомогу дітям-сиротам», група компаній BBDO

Основна ідея та обрана нами концепція полягає в тому, що героями соціальних плакатів будуть діти-сироти та їхні потенційні батьки. Основою концепції обрано серію плакатів дитячого рисунку з намальованими кольоровою крейдою на асфальті дітей-сиріт та їх батьків, які можна вважати сценами художнього самовираження та мріями про щастя.

Обличчя дітей сяють щастям, адже малюючи, вони поринули з Дитячого будинку в світ дитячої уяви. Для дорослої людини цілком зрозумілою є самотність дітей, як вони чекають на батьків і хочуть мати родину. Для цільової аудиторії потенційних прийомних батьків такий плакат не викликати відторгнення, хоча є багато прикладів соціальної реклами, яка

може діяти на глядача через шок, жах, страх. Саме тому, ідея нашого дизайн-проекту полягатиме не тільки у вирішенні проблеми сирітства, а у створенні духовних підвалин для щасливого дитинства.

Запропонована авторська концепція пропонує кольорову плакатну графіку м'якого, світлого, душевного сприйняття. Дитячі малюнки розповідатимуть про їхні мрії. Посил плаката зрозумілий і простий, але в той же час він впливає на емоційну частину проведення часу з дитиною. Соціологами доведено, що подібні сцени безтурботного життя вплинуть краще, ніж будь-які побутові моменти, адже батьківство лишається головним. У дитячих будинках в достатній мірі іграшок та одягу, а все що потрібно дітям – це увага і любов, якої вони обділені. Діти завжди підсвідомо хочуть батьківської підтримки та відповідальності.

З іншого боку, плакат такого змісту нагадує усім, що час, який ми проводимо зі своїми дітьми, є одним з найголовніших у особистому житті людини. У будь-якому випадку, вторинною метою нашого соціального рекламного плакату стане підвищення рівня зацікавленості в долях дітей-сиріт, привернення уваги до їх проблем, а головне – неприпустимості проблеми соціуму, в якому велика кількість дитячих будинків.

Нами створена авторська серія плакату для привернення уваги до проблем дітей у дитячих будинках, їх духовному становленню та зростанню, допомоги у вирішенні соціальної проблеми усиновлення. Проведені дослідження та аналіз існуючих візуальних рядів допомогли реалізувати ідею створення образів плакатної графіки, які здатні забезпечити гарний вплив на цільову аудиторію споживачів.

На етапі ескізування кожного плакату визначено композиційну структуру його окремих елементів. Створено цілісну композицію, яка є врівноваженою, гарно відцентрованою. Знайдено гармонійне співвідно-

шення плям і ліній. У плакатах представлена глибинно-просторова композиція, яка створюється за рахунок об'ємів елементів, площин, простору і інтервалів між ними. Створений графічний дизайн-продукт вважається закінченим, якщо побудована композиція немає недоліків, є цілісним, гармонійним, що має на меті позитивний вплив та можливість вірно доносити комунікативний посил соціуму.

Використано статичну форму рівноваги плакатного малюнку за рахунок положення всіх елементів на одній площині. Центром композиції є дитина, від неї погляд переходить на дитячий малюнок, але завдяки особливостям вертикального формату можливо інше сприйняття. В першу чергу глядач прочитає слоган плаката, а далі почне вдивлятися в деталі фігур дітей і персонажа малюнка, але таке прочитання не спотворює розуміння ідеї. Глядачеві слід уявити, що від плакатів йде розповідь від першої особи проблематики, що завжди посилює комунікацію плакатного образу та змісту [15-16]. Для цільової аудиторії результатом ефективного плаката завжди є розуміння можливості змінити ситуацію, позбавити світ від означеної проблеми дитинства. Ці проблеми дуже гострі, висвітлення їх не завжди комерційно успішне, тому актуальність тематики плакатів безсумнівна.

Отже, з метою проектування соціальної реклами, яка змінює моделі поведінки цільової групи, нами створено серію плакатів – запропоновано ескізні ряди, які дорацьовано та удосконалено. Кожна серія плакатів проходила ряд модифікацій під час композиційного компонування елементів плаката (рис. 5). До фігур дітей були додані персонажі їх фантазій про бажання мати сім'ю, маму, тата, братів та сестер. Кожен плакат несе в собі особливий набір сенсів, покликаних змінити і актуалізувати ставлення до проблем дітей-сиріт.

Головний текстовий блок розташований на плакаті зверху. Шрифт текстового блоку рукописний, був створений за допомогою графічного планшета, скачаних та інсталюваних пензлів. Він був вибраний виходячи з необхідності передачі сенсу від першої особи. У той же час для зручності прочитання він прагне до геометричності. Такий шрифт добре читається і легко сприймається на великих відстанях. Колір тексту був обраний білий, для передачі досконалої відкритості, чистоти, готовності сприймати світ у всій його різноманітності. Фон плаката являє собою асфальт, він був створений за допомогою безкоштовного безшовного фотоматеріалу. Така текстура відповідає ідеї і концепції плаката, а також створює естетичну особливість.

На останніх етапах розробки серії плакатів було прийнято рішення додати на фонове зображення додаткові дитячі написи. Вони працюють не тільки, на декоративну і композиційну функцію, але й прекрасно доповнюють концепцію в ролі масового «голосу дітей» про їх мрії (рис. 6 – рис. 8 – роботи В. Бадовської, науковий керівник проф. О.В. Єжова).

Результатом роботи над серією соціальних плакатів стало три самодостатніх і в той же час схожих по візуальним складовим і смисловим наповненням плакатів. На кожному плакаті продемонстрована головна мрія дітей – мати сім'ю. Перший плакат присвячений хлопчикові з Дитячого будинку, що мріє про тата. Разом з ним на плакаті зображений, на жаль, поки тільки крейдою батько. Напис на плакаті говорить «Мрію грати з татом» (рис. 6). Героїнею іншого плакату стала дівчинка-сирота, яка мріє про материнську турботу. Разом з нею на асфальті вона намалювала маму, на руки якої лягла. Напис на плакаті говорить «Мрію про обійми матері» (рис. 7). Укладає створену авторську серію плакат, що присвячений брату і сестрі – діти опинилися в Дитячому будинку, мріють про повноцінну сім'ю. Поруч з ними на плакаті

намальовані кольоровою крейдою батьки. А напис говорить «Мріємо про велику родину» (рис. 8). Образи, зображені на плакатах, мають ефективно донести до глядача про головні потреби дітей з Дитячого будинку – родину, турботу, любов. І, можливо, надихнути майбутніх батьків на виконання дитячої мрії. Отже, відповідно до основного завдання реклами як цілеспрямованої передачі інформації про соціальні послуги та товари, найбільш важливим аспектом підвищення її якості є мотивація потенційної аудиторії до переконливого характеру рекламного продукту, ідеї, концепту. Реалізація представленого дизайн-проекту дозволило системно розглянути, проаналізувати та систематизувати підходи до вирішення багатьох соціальних питань. Виокремлено важливу проблему суспільства – дитяче сирітство, вирішення якої представлено шляхом графічної візуалізації образів засобами плакатного жанру.

При створенні проекту враховувалися різноманітні аналітичні та практичні знання. Так, при виборі матеріалів для реалізації дизайн-проекту досліджено значний асортимент поліграфії. Це дуже важливий етап у створенні авторського дизайн-проекту – про деякі речі розробнику варто подумати до початку виготовлення. Існує величезна різноманітність варіантів для друку, найчастіше використовуються наступні види:

Відомо, що офсетний друк являє собою технологію друку, яка відбиває фарби з друкарської форми на друкований матеріал не безпосередньо, а через проміжний офсетний циліндр. На відміну від інших методів друку, зображення друкованої продукції, як правило, не буває дзеркальним. Спосіб офсетного друку дозволяє наносити текст і зображення не тільки на папір, а й на картон. Малюнки і схеми якісно передають навіть дрібні деталі, також офсетний друк забезпечує гарну передачу напівтонів.



Рис. 5. Ескіз плаката №1

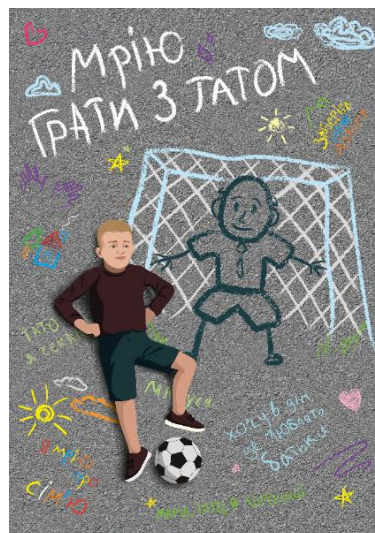


Рис. 6. Соціальний плакат №1 для дитячого будинку



Рис. 7. Соціальний плакат №2 для дитячого будинку

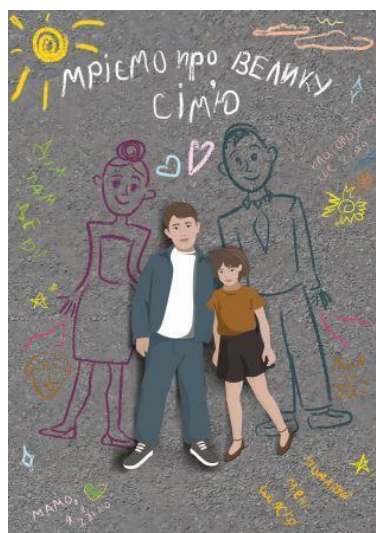


Рис. 8. Соціальний плакат №3 для дитячого будинку



Рис. 9. Проект розташування соціальних плакатів в міському середовищі

Цифровий друк – один з найпопулярніших методів сучасного друку в поліграфічній галузі. Цей метод дозволяє роздрукувати документи безпосередньо з комп'ютера без додаткових процесів підготовки до друку. Тут використовується технологія створення відтиску за допомогою гнучкої друкованої форми. Якість друку не поступається офсетному, але в той же час використання методу цифрового друку дозволяє швидко замінити текст або зображення. Суттєво зменшується не тільки вартість друкарської підготовки; друковані форми і плівки не виготовляються, але також існує ризик втрати якості на цих етапах друку. Беззаперечною перевагою цифрового друку є можливість використання будь-якого носія.

Використання широкоформатного друку має дуже широкий спектр – він використовується для створення різних видів зовнішньої реклами: банерів, перетяжок, а також для оформлення інтер'єрів будівель, виставкових рекреацій. Оскільки для оформлення потрібна висока якість зображення і висока реалістичність, друк виконується з роздільною здатністю 720–2880 dpi. Матеріали, використовувані для друку: папір, банерна тканина, сітка [16–18]. Отже, форматами для друку файлів є такі: TIF, PDF, EPS, CDR. Роздільна здатність наданих файлів: для широкоформатного друку зовнішньої реклами – 30–100 dpi; для інтер'єрного широкоформатного друку – 100–200 dpi.

Матеріалом для виготовлення плакатів був фотопapіp, головною перевагою якого є його щільність, від якої безпосередньо залежить термін використання плакату. Використано колірну модель CMYK; при наданні векторних файлів для широкоформатного друку весь наявний контент потребує перекладу у криві [19]. Програмним забезпеченням для створення електронного варіанта плакатів з метою реалізації дизайн-проекту була обрана програма Adobe Illustrator; використовувалися ноутбук та графічний

планшет. Саме завдяки своїм перевагам при створенні векторних об'єктів, форму яких легко налаштувати та змінювати, нами реалізована запропонована концепція використання вищезазначеного ІТ-продукту. Вона також дозволила використання художніх пензлів з ефектом уривчастості і жорсткості для створення симуляції крейди у візуальному сприйнятті плакатного образу (рис. 9).

Висновки. Запропонована тематика дослідження та проведений аналіз доводять, що у різновидах плакатного жанру соціальний плакат займає особливо-важливе місце. Категоричність плакату як агітаційно-орієнтованого засобу потребує посилення його виразності, де ключовим моментом є однозначність тлумачення та посилення виразності. Як засіб адаптивного мистецтва плакат не може бути присвяченим минулому або проектуванню майбутнього – соціальний плакат має чітко фіксувати час та бути беззаперечно переконливим, сучасним, актуальним. Також дослідженнями доведено, що соціальний плакат протягом свого розвитку змінювався під впливом багатьох факторів, але завдання пропагування суспільних цінностей завжди виконував неуклінно. Дослідженнями встановлено, що при створенні ідеї, концепту різновидів плакатів для вирішення гострих проблем соціуму головним залишається розподіл смислового і експресивного навантаження між вербальними і невербальними компонентами рекламного повідомлення. Соціальний плакат як система візуальної комунікації має вплив на різні прошарки соціуму: якісний плакат завжди стає потужним інструментом нових цінностей та актуалізації проблематики.

Створена серія соціальних плакатів на тематику дитячого сирітства сучасною мовою молодих дизайнерів має привернути увагу до проблеми великої кількості дитячих будинків, дітей сиріт, а головне – позбутися проблеми сирітства, допомогти дітям знайти чуйних людей, які стануть їх батьками.

Зазначено також, що сучасний дизайн нараховує багато прийомів, методів, використовує багато матеріалів; наведено пропозиції розробника. Наголошено, що дизайнер при створенні плакату завжди вільний у виборі, але зображувальні засоби

завжди мають працювати на ідею. Саме тому, у соціальному плакаті важливою залишається зчитуваність концепту, тому часто використовується текстовий контент для акцентуації соціальних завдань.

Література

1. Гула Є. П. Сучасний графічний дизайн: специфіка інтегральної природи творчості. *Art and design*. 2020. №3. С. 25–33. doi:10.30857/2617-0272.2020.3.1.
2. Kolisnyk O., Kolosnichenko M., Pashkevych K., Modern Graphic Design as a Phenomenon of a Social Communication. *International Circular of Graphic Education and Research*, 2021. No. 13. С. 1–12. URL: https://www.internationalcircle.net/circular/issues/21_10/ICJ_13_2021_01.
3. Lasswell H. D. The structure and function of communication in society. *The communication of ideas*. 1948. Т. 37. №. 1. С. 136–139. URL: <https://asset-scinapse.io/prod/2290526371/2290526371.pdf>.
4. Петренко Ю. Э. Как осуществлять PR-поддержку в добровольческой организации. Часть 2 Особенности работы с целевой аудиторией. Санкт-Петербург: Невский ангел, 2012. 32 с.
5. Постер – эффективный способ художественного визуального воздействия на зрителя. URL: <https://veryimportantlot.com/ru/news/blog/poster-sut-vidy-i-istoriya> (Дата звернення: 17.05.2022).
6. Федотова Л. Н. Социология рекламной деятельности: учебник. Москва: Гардарики, 2002. 272 с.
7. Серов С. И. Московский концептуальный плакат 1990-х годов. Москва: Линия График, 2014. 304 с.
8. Прищенко С. Художня образність рекламного плаката. *Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство: матеріали міжнародного симпозіуму* (м. Київ, 6 червня 2019 р.). Київ: НАККіМ, 2019. С. 242–243.
9. Микитів Г. В., Кондратенко Ю. Позатекстові елементи як засіб формування медіакультури читачів науково-популярних журналів. *Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Запоріжжя, 3–4 березня 2016 р.). 2016. С. 50–53.
10. Игошина Т. С. Графический дизайн отечественного социального плаката (история и современные тенденции): автореф. дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.06. Москва, 2009. 26 с.
11. Как сделать плакат, который будет работать. *Рекламные Идеи*. URL: <http://www.advi.ru/archive/article.php3?pid=412> (Дата звернення: 17.05.2022)
12. Ковалёва А. В. Эффективность социальной рекламы: опыт измерения. URL: <http://izvestia.asu.ru/2006/2/soci/TheNewsOfASU-2006-2-soci-02.pdf> (Дата звернення: 17.05.2022).
13. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2013. №19(1). С. 121–126.
14. Зражевська Н. І. Феномен медіакультури у сфері соціальних комунікацій: автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунік.: спец. 27.00.01. Київ, 2012. 34 с.
15. Руденко Є. В., Павленко А. Ф., Бистрякова В. Н., Кугай Т. А., Басанець О. П. Роль соціального плакату у розвитку суспільства. *Технології та дизайн*. 2017. №3(24). С. 1–13. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7893/1/td_2017_N3_04.pdf.
16. Літографія. *Google Arts & Culture*. URL: <https://artsandculture.google.com/entity/%D0%9B%D1%96%D1%82%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F/m04nym?hl=uk> (Дата звернення: 17.05.2022)
17. Polska Szkoła Plakatu. 2007. URL: <https://culture.pl/pl/artykul/polska-szkola-plakatu> (Дата звернення: 17.05.2022)
18. Бутабаева А. Как подготовить макет для печати полиграфической продукции? 2020. URL: <https://vc.ru/design/131642-kak-podgotovit-maket-dlya-pechati-poligraficheskoy-produkcii> (дата звернення: 09.05.2021).
19. Кизименко М. Э., Кардашева Т. О. Paint Tool Sai как пример системы авторизованного проектирования в области графики.

Информационные технологии в образовании и науке. Искусствоведение и дизайн: историческое наследие и современные тенденции. 2018. С. 130–134.

References

1. Gula, Ye. P. (2020). Modern graphic design: specifics of the integral nature of creativity. *Art and design*, 3, 25–33. doi:10.30857/2617-0272.2020.3.1 [in Ukrainian].
2. Kolisnyk, O., Kolosnichenko, M., & Pashkevych, K. (2021). Modern Graphic Design as a phenomenon of a social communication. *International Circular of Graphic Education and Research*, 13, 1-12. URL: https://www.internationalcircle.net/circular/issues/21_10/ICJ_13_2021_01.
3. Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The communication of ideas*, 37(1), 136–139. URL: <https://asset-scinapse.io/prod/2290526371/2290526371.pdf>.
4. Petrenko, Yu. E. (2012). Kak osuschestvlyat PR-podderzhku v dobrovolcheskoy organizatsii. Chast 2 Osobennosti raboty s tselevoy auditoriey. [How to provide PR support in a volunteer organization. Part 2 Features of working with the target audience]. St. Petersburg: Nevsky Angel [in Russian].
5. Poster – effektivnyy sposob hudozhestvennogo vizualnogo vozdeystviya na zritelya [Poster is an effective way of artistic visual impact on the viewer]. URL: <https://veryimportantlot.com/ru/news/blog/poster-sut-vidy-i-istoriya> (Last accessed: 17.05.2022) [in Russian].
6. Fedotova, L. N. (2002). Sotsiologiya reklamnoy deyatel'nosti [Sociology of advertising activity]. Moscow: Gardariki [in Russian].
7. Serov, S. I. (2014). Moskovskiy kontseptual'nyy plakat 1990-h godov [Moscow concept poster from the 1990s]. Moscow: Liniya Grafik [in Russian].
8. Pryshchenko, S. (2019). Khudozhnia obraznist reklamnoho plakata. Kulturni ta mystetski studii XXI stolittia [Artistic imagery of an advertising poster. Cultural and artistic studies of the 21st century]. *Naukovo-Praktychne Partnerstvo: materials of international symposium (Kyiv, June 6, 2019)*, 242–243 [in Ukrainian].
9. Mykytiv, H. V., & Kondratenko, Yu. (2016). Pozatekstovi elementy yak zasib formuvannia mediakultury chytachiv naukovo-populiarnykh zhurnaliv [Extratextual elements as a means of forming the media culture of readers of popular science magazines]. *Actual problems of media education in Ukraine and the world: coll. theses add. international science and practice conference (Zaporizhia, March 3–4, 2016)*, 50–53 [in Ukrainian].
10. Igoshina, T. S. (2011). Graficheskij dizajn otechestvennogo social'nogo plakata: istoriya i sovremennye tendencii [Graphic design of domestic social poster: history and modern trends]: dis. ... cand. art criticism: 17.00.06. Moscow [in Russian].
11. Kak sdelat' plakat, kotoryj budet rabotat'. Reklamnye Idei [How to make a poster that will work. Advertising Ideas]. URL: <http://www.advi.ru/archive/article.php3?pid=412> (Last accessed: 17.05.2022) [in Russian].
12. Kovaljova, A.V. (2006). Jefferektivnost' social'noj reklamy: opyt izmerenija [The effectiveness of social advertising: experience of measurement]. URL: <http://izvestia.asu.ru/2006/2/soci/TheNewsOfASU-2006-2-soci-02.pdf> (Last accessed: 17.05.2022) [in Russian].
13. Andreikanich, A. I. (2013). Plakat: yoho vydy ta zhanry [Poster: its types and genres]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, 19(1), 121–126 [in Ukrainian].
14. Zrazhevska, N. I. (2012). Fenomen mediakultury u sferi sotsialnykh komunikatsii [The phenomenon of media culture in the field of social communications]: thesis ... Doctor of social sciences: 27.00.01, Kyiv [in Ukrainian].
15. Rudenko, Ye. V., Pavlenko, A. F., Bystriakova, V. N., Kuhai, T. A., Basanets, O. P. (2017). Rol sotsialnoho plakatu u rozvytku suspilstva. [The role of the social poster in the development of society]. *Tekhnolohii ta dyzain – Technologies and design*, 3(24), 1–13. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7893/1/td_2017_N3_04.pdf [in Ukrainian].
16. Litografija [Lithography]. Google Arts & Culture. URL: <https://artsandculture.google.com/entity/%D0%9B%D1%96%D1%82%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F/m04nym?hl=uk> (Last accessed: 17.05.2022) [in Ukrainian].
17. Polska Szkoła Plakatu. 2007. URL: <https://culture.pl/pl/artykul/polska-szkola-plakatu> (Last accessed: 17.05.2022)
18. Butabaeva, A. (2020). Kak podgotovit' maket dlja pechati poligraficheskoy produktsii? [How to prepare a layout for printing printed products?]. URL: <https://vc.ru/design/131642-kak-podgotovit>

[maket-dlya-pechati-poligraficheskoy-produkcii](#)

(Last accessed: 17.05.2022) [in Russian].

19. Kizimenko, M. E., & Kardasheva, T. O. (2018). Paint Tool Sai kak primer sistemy avtorizovannogo proektirovaniya v oblasti grafiki [Paint Tool Sai as an

example of an authorized design system in the field of graphics]. *Information technologies in education and science. Art History and Design: Historical Heritage and Modern Trends*, 130–134 [in Russian].

DEVELOPMENT OF AN ADVERTISING POSTER AS A CURRENT MEANS OF ADAPTIVE VISUALIZATION OF SOCIAL PROBLEMS

SKLYARENKO N. V., KOLOSNIHENKO O. V., YEZHOVA O. V.,
CHUPRINA N. V., STRUMINSKA T. V., *LIU HUAMEI

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

**Kyiv Institute at Qilu University of Technology, China*

Purpose: research of graphic representation of advertising images, as well as psychological methods of influence and verbal means of expression of the poster in order to determine the effectiveness of social advertising. The relationship between creativity and innovation in the design of social advertising is analyzed.

Methodology. The theoretical and methodological basis is defined as a systematic approach in the study of the poster genre of world and domestic graphic artists. System-structural and associative methods were also used in the study of artistic compositional features and semantic resource in the historical development of the poster as a special artistic genre. Historical-typological, retrospective, analytical methods, as well as figurative-stylistic and comparative analysis methods were used to conduct the research.

Results. The task of the communicative component in the creation of a poster, its graphic saturation, and their combinations to increase the possibilities of differentiated influence during active use in society is considered. It is noted that the task of social advertising, including the identification of acute social problems, is the proposal of solutions to the impossibility or elimination of threats to society with the help of a specific model of behavior. Visualization of the effect of combining several color codes and the use of fonts successfully used by designers, copywriters, and advertisers is highlighted. It was found that social advertising uses a large number of ways, methods, methods of social and psychological influence and manipulation in propaganda. It is established that advertising should be considered as a symbolically organized space where the designer must manipulate the provided cultural meanings given in verbal or non-verbal form – the key non-verbal component is the image that confirms the authenticity of the slogan. The created images emotionally enrich the way, give a clear impression of the presence of the viewer in the depicted situation, and give the situation realism. It has been proven that the specificity of the poster as a short-lived advertising object requires its relevance, sharpness and semantic tension, even in cases of visualization of eternal problems of humanity.

Scientific novelty of the work consists in the structuring of the features of the basic principles of the expressive language of the social poster, the knowledge and mastery of which will allow the designer to create a competent and effective modern product. The formal principles of graphic presentation of information were studied and identified, the principle of unequivocal treatment and interpretation of the social message, as well as the principles of synchronicity, capacity and brevity, semantic integrity were found to be the most important. It has been proven that expressive visual means are used in social advertising as the main means for strengthening communication and concentration of the addressee's attention. It is noted that in modern advertising, graphic designers focus on the conscious and unconscious effects of advertising on the consumer, studying the peculiarities of the emergence of rational (based on logical arguments) and irrational effects, which are based on emotions and feelings.

Practical significance. Thematic social advertising of family, childhood, and parenthood was determined as the subject of research with the aim of creating a series of poster design products. It was found that in order to create effective advertising, a graphic artist must work through imagery and metaphor; the use of humor as a psychological element of confronting fear; appeal to human values and their positive models; use of various types of communications, including unexpected and non-standard ones; creation of logical, instructive messages, slogans. The author's concept was proposed, an idea was created and a series of

social posters were developed, similar in visual components and semantic load, the main one of which is the dream of children from an orphanage to have their own family. Techniques and materials, as well as software for implementing the concept, are offered; suggestions for printing features are provided.

Keywords: *social advertising; adaptive poster visualization; visual communications; graphic design; social poster.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Скляренко Наталія Владиславівна, канд. мист., доцент, докторант факультету дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-9188-1947, Scopus 57338605300, **e-mail:** nata_skliarenko@ukr.net

Колосніченко Олена Володимирівна, д-р мист., професор, професор кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-5665-0131, Scopus 55791007500, **e-mail:** kolosnichenko.ov@kmutd.edu.ua

Єжова Ольга Володимирівна, д-р пед. наук, професор, професор кафедри ергономіки і дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-5920-1611, Scopus 57200291293, **e-mail:** oyezkhova70@gmail.com

Чупріна Наталія Владиславівна, д-р мист., професор, професор кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-5209-3400, Scopus 56835800000, **e-mail:** chouprina@ukr.net

Струмінська Тетяна Володимирівна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри ергономіки і дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-0449-4768, Scopus 57216967024, **e-mail:** tatiana935@gmail.com

Лю Хуамей, магістр, Київський інститут Технологічного університету Цілу, м. Цзінань, Китайська Народна Республіка, ORCID 0000-0001-6845-3733, **e-mail:** oyezkhova70@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Скляренко Н. В., Колосніченко О. В., Єжова О. В., Чупріна Н. В., Струмінська Т. В., Лю Х. Розробка рекламного плакату як актуального засобу адаптивної візуалізації соціальних проблем. *Art and design*. 2022. №3(19). С. 120–139.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2022.3.10](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.10)

Citation APA: Скляренко, Н. В., Колосніченко, О. В., Єжова, О. В., Чупріна, Н. В., Струмінська, Т. В., Лю, Х. (2022) Розробка рекламного плакату як актуального засобу адаптивної візуалізації соціальних проблем. *Art and design*. 3(19). 120–139.

УДК 736.2:7.012

DOI:10.30857/2617-0272.2022.3.11.

ТАН Ч., ПАШКЕВИЧ К. Л.

*Київський національний університет технологій та дизайну, Україна***ТРАДИЦІЇ ТА НОВАТОРСТВО У РІЗЬБЛЕННІ ПО НЕФРИТУ В КИТАЙСЬКІЙ КУЛЬТУРІ**

Мета дослідження: проаналізувати особливості нефриту та його різновиди, різноманітність використання від давніх часів до сучасності, мистецтво нефриту як історичне і культурне явище Китаю та світу.

Методологія дослідження зумовлена комплексним вивченням тематики та охоплює: методи аналізу, синтезу, індукції, порівняння, метод структурно-системного аналізу джерел, історичний, лінгвістичний, компаративний та метод експерименту. Застосовано історико-культурний та мистецтвознавчий наукові підходи у поєднанні із порівняльним і презентаційним методами.

Результати. Визначено ступінь вивченості теми у фаховій літературі, зокрема науковій літературі китайських авторів. Зазначено основні властивості нефриту, проаналізовано особливості обробки нефриту, наведено приклади виробів із нефриту. особливості та історію обробки нефриту в Китаї. Аналіз охоплює історико-матеріальний аспект китайських артефактів і творів мистецтва з нефриту, наведено приклади. Розглянуто особливості використання природних мотивів у прикрасах із нефриту. Проаналізовано роботи сучасних майстрів з нефритом.

Наукова новизна. Наукова новизна дослідження полягає в комплексному вивченні актуальної, малоопрацьованої теми, присвяченої нефритовому мистецтву Китаю, та охоплює історичний та матеріальний аспект китайських нефритових артефактів та творів мистецтва.

Практична значущість. Матеріали статті можна використати при вивченні теми з дизайн вищій школі та при написанні наукових робіт.

Ключові слова: нефрит, дизайн, прикраса, ювелірний виріб, мистецтво декорування, майстер, культура Китаю, мистецтво Китаю, промисловий дизайн.

Вступ. Китайський світогляд, як цілісна система поглядів на світ (наукових, філософських, соціально-політичних, морально-правових, естетичних та релігійних ідеалів та принципів), складався протягом усієї його історії. Однією із складових світорозуміння жителів Піднебесної є унікальна нефритова культура, яка займала одну з основних позицій у китайській цивілізації з найдавніших часів, а її розвиток значно впливає на всі сфери життєдіяльності сучасного суспільства. Культурна традиція нефриту виникла в добу неоліту, коли з цього матеріалу виготовляли знаряддя праці, зброю, поховальні символи та примітивні прикраси. Але найвищий рівень витонченості та художню цінність мають невеликі скульптури та ювелірні вироби з нефриту китайських майстрів, які втілили у

вироби всі культурні традиції народів Далекого Сходу. Через тисячі років використання нефрит вважається дорогоцінним каменем у багатьох країнах Далекого Сходу і входить до списків коштовного каміння Всесвітньої конфедерація ювелірних виробів CIBJO (The World Jewellery Confederation).

Китайська цивілізація зазвичай характеризується чотирма типами предметів: нефритові, лакові, шовкові та керамічні. Предмети з нефриту хронологічно з'являються раніше за всі інші та мають дуже багату культурну символіку, тож їх розглядають як своєрідну культуру – нефритову культуру.

Нефрит важливий для китайської культури через його красу, практичне використання та соціальну цінність. Дорогоцінний

камінь використовувався для створення багатьох похоронних та церемоніальних предметів, починаючи від декоративних предметів у приміщенні та закінчуючи похоронними костюмами з нефриту, відбиваючи давню китайську віру в те, що нефрит принесе безсмертя, продовжить життя та запобігатиме руйнуванню тілесної оболонки.

Аналіз попередніх досліджень. Взаємодієносини між нефритовою культурою та китайським світоглядом знайшли відображення в роботах Сюй Фен «Про культуру нефриту в китайській літературі» [6], де автор розглядає найменування виробів із нефриту та образ самого каменю в поезії Китаю.

Лі Фуцзюнь у статті «Вивчення цінностей китайської нефритової культури» [4] досліджує значення мистецтва обробки нефриту від зародження до XX ст.

Л. Горина у роботі «Дар небес: нефрит у китайській культурі: культурна спадщина» [1] детально описує творчість майстрів та їхні роботи з нефриту, розглядає класичні мотиви у виробках з нефриту та особливості авторського втілення цих образів.

У публікаціях В.В. Індутного, Н.В. Мережка, К.А. Пірковича [2; 3] наведено аналіз якості та прогнозування вартості окремих видів коштовного каміння і культурних цінностей, однак ювелірні прикраси з нефриту мають особливі якісні характеристики і, відповідно, розподіл вартісних показників.

Особливості музейної колекції музею Мюнстерського університету нефриту наведено у праці 馆藏玉器/尔尧山'博物馆编.北说 [12]. Використання нефриту в релігійних віруваннях та побуті за часів династії Північної Ці розглянуто в праці 数据. 北周隋所琪器/刘裘昧著.电庆 [13]. Вироби з нефриту, знайдені при розкопках Бансю в Аньяні, проаналізовані в праці 数据. 安阳殷墟出土 [14]. Шу Чжень дослідив особливості нефритового посуду із королівства Дянь у праці 数据. 滇国玉器/赵美, 张杨.王堀明著.北京[15].

Мета статті. Постановка завдання: дослідити значення нефриту для культури Китаю, дослідити причину зацікавлення нефритом у Китаї та розглянути різні варіанти його використання.

Результати дослідження та їх обговорення. У природі зустрічається велика кількість різновидів самоцвітів, причому як коштовних, так і напівкоштовних. Одним із таких каменів є нефрит – силікат калію, магнію, хрому, натрію і заліза. Сьогодні камінь нефрит використовується в ювелірній промисловості, у виготовленні сувенірів і навіть у літотерапії, де нетрадиційним для медицини методами лікують з допомогою коштовного каміння. Якщо розглядати нефрит – властивості його з давніх-давен привертають увагу.

Найчастіше нефрит називають нирковим каменем, тому що його форма нагадує форму нирки людини. Назва мінералу походить від грецького слова *nephros*, що перекладається, як «нирка». Самородний нефрит за своїми показниками міцності наближається до сталі. Щільність його більша, ніж у скла, але не досягає показників кварцу. Нефрит за шкалою твердості мінералів Мооса оцінений у 6–6,5 бали, проте, незважаючи на низький показник твердості, самоцвіт досить міцний та пластичний. Наприклад, якщо вдарити по нефриту твердим предметом, то на поверхні каменю утворюється лише вм'ятинка. Сам же камінь не розкришиться і не подряпається. Розрізати нефрит можна лише за допомогою алмазу – найтвердішого у світі каменю. При поліруванні нефрит набуває жирного блиску. Камінь має волокнисту структуру.

Самородки нефриту не відрізняються прозорістю: пропускати світло здатні лише тонкі пластини каменю. Зразок прозорого каменю – це велика рідкість, і коштує він дуже дорого. Ще одна ознака, що відрізняє нефрит, – це в'язкість. Цей показник також знаходиться на дуже високому рівні та

обумовлює міцність каменю, який досить складно розколоти на частини.

Види нефриту дуже різні, але найпоширенішим є мінерал зеленого кольору. Зелений спектр може мати різні відтінки: від яскравого насиченого до світлого та блідого. Колірна гама мінералу коливається від сірого до трав'янисто-зеленого, але також у природі зустрічаються блакитні, жовті та чорні нефрити. Інтенсивність забарвлення самоцвіту залежить від вмісту у ньому заліза, яке також надає деяким нефритам смугасте забарвлення – при окисненні залізо набуває коричневого відтінку, тому на камені утворюються коричневі смуги. Унікальним різновидом нефриту вважається так зване «котяче око», що поєднує в собі зелений, коричневий і жовтий кольори. Класифікація каменів заснована на інтенсивності та однорідності фарбування. Однорідна текстура наділяє самородок високою просвічуваністю.

Нефрит видобувається на всіх континентах планети, проте якісний камінь, придатний до застосування у промисловості, видобувається у Китаї, США, Канаді, Росії, М'янмі та Новій Зеландії.

Обробкою нефриту люди почали займатися ще в епоху неоліту. Індіанці, що населяли американський континент, цінували нефрит набагато більше, ніж золото. Оберіг із нефриту був невід'ємною частиною культури маорі, що населяли Нову Зеландію. Турки вважали, що нефритові кільця, пояси, ручки зброї, прикрашені нефритом, захистять воїнів [15].

У Китаї історія нефриту починається практично з перших днів становлення китайської цивілізації. Найперші знайдені вироби з китайського нефриту належить до культури Хемуду. Культура Хемуду – це археологічна культура неоліту у Східному Китаї. Названа за місцем першої знахідки біля селища Хемуду, повіт Юйяо, міський округ Нінбо, провінція Чжецзян (близько 5000–4500 років до н. е.). У провінції Чжецзян знайдено перші зразки

нефритових виробів, що є ранніми артефактами, пов'язаними з коштовним камінням [14].

До 4000–2500 років до н.е., тобто до періодів культур Хуншань (північно-східний Китай) і Лянчжу (дельта річки Янцзи в Китаї) нефрит набуває важливого значення для проведення ритуальних заходів. Вироби з нефриту були знайдені у Луншані (басейн річки Хуанхе, 2000–1500 рр. до н.е.), а також у місцях розкопок та вивчення культури бронзової доби західних та великодніх династій Чжоу (XI–III ст. до н. е.).

Нефрит дуже цінувався у Стародавньому Китаї. У китайському словнику «Шовень цзецзи / 說文解字 (shuo wen jie zi)», першому китайському словнику, опублікованому на початку II століття н.е., нефрит був описаний письменником Сюй Шенем як «красиве каміння». З нього робили не тільки гирьки для зважування дорогоцінних металів, але й використовували його як платіжний засіб. Коли влаштовувалися різні випробування на силу та витривалість воїнів, то переможець отримував нагороду з нефриту. Члени імператорської сім'ї навіть мали нефритові подушки [13].

Китайці люблять нефрит не тільки через його естетичну красу, а й через те, що він має певну соціальну цінність. У «Лі Цзи» («Книзі обрядів») Конфуцій сказав, що в нефриті представлені одинадцять «де», або чеснот: доброзичливість, справедливість, доречність, правда, довіра, музика, вірність, небеса, земля, мораль і розум [12].

«Мудрі порівнюють нефрит із чеснотою. Його блиск і світло символізують чистоту; його досконала компактність та надзвичайна твердість становлять надійність інтелекту; його кути, які не ріжуть, хоч і здаються гострими, представляють справедливість; чистий і тривалий звук, який він видає під час удару, символізує музику. Його колір уособлює вірність; його внутрішні недоліки, які завжди виявляють себе крізь прозорість, нагадують про

щирість; його яскравість, що переливається, уособлює небеса; його чудова субстанція, народжена від гори та води, уособлює землю. Якщо використовувати його без прикраси, то нефрит є цнотливістю» [5].

У книзі «Ши Цзин» («Книзі од») Конфуцій писав: «Коли думаю про мудреця, його заслуги здаються нефритами» [5].

Нефрит для китайців у всі часи був не просто камінь, прикраса чи коштовність, це окреме божество. Навіть якщо порівняти захоплення золотом у європейців, то нефрит означав ще більше для китайців. Як говорить китайське прислів'я: «золото має цінність, нефрит безцінний».

Оскільки нефрит представляє бажані чесноти, слово для нефриту («юй») включено до багатьох китайських ідіом і прислів'їв, щоб позначити красиві речі або людей.

冰清玉洁 (bingqing yujie), що у перекладі з китайської означає «чистий, як лід, і чистий, як нефрит», означає, що хтось чистий і благородний.

亭亭玉立 (tingting yuli) – це фраза, що використовується для опису чогось або когось, хто чесний, стрункий і граціозний.

玉女 (yunnü), що означає «нефритова жінка», означає «леді або красива дівчина» [5].

Надзвичайно популярно також використовувати китайський ієрогліф, що позначає нефрит, в іменах. Навіть Верховне Божество Даосизму відоме як Юй-хуан або Юй-Ді (Нефритовий Імператор – верховне божество даоського пантеону. Його зображують як безпристрасного мудреця, який править небом та справами людей).

З давнини в Китаї нефрит був відомий як «небесний камінь». Нефритові відзнаки виготовлялися як для імператора, так і високопоставлених придворних. Існувала традиція, під час спілкування з іноземцями, сановники змушені були надягати спеціальні нефритові диски, серед яких був отвір на удачу. В імператорському палаці всі придворні прикривали рота нефритовими

пластинами, коли зверталися до Його Величності. Китайські придворні дами носили нефритові застібки і шпильки, які позначали їх становище і придворний чин.

У китайському різьбленні по нефриту переважали релігійні мотиви. Протягом більшої частини історії Китаю різьбярі вільно вибирали релігійні теми, натхненні будь-якої з релігій Китаю. Більшість нефритових виробів є натуралістичними зображеннями сцен з буддизму, конфуціанства або даосизму. Проте даоська любов до природи є основною темою всіх нефритових виробів. Нефритові вироби уособлюють китайську повагу до природи та даоське бажання знайти притулок у спокійній країні.

Археологічні знахідки нефриту складаються з великої різноманітності предметів: жертвні судини, інструменти, прикраси, посуд тощо. Навіть деякі стародавні музичні інструменти були зроблені з китайського нефриту, такі як дунсяо (відкрита поздовжня бамбукова флейта із закритим нижнім торцем) і китайські традиційні дзвіночки. Зберігся давній музичний інструмент, виготовлений з цього каменю – літофон, на якому грав філософ Конфуцій, який описав те, яку потужну енергетику має нефрит. Через гарний колір нефриту в давнину китайцями йому надавалося особливе сакральне значення, тому нефритові вироби були популярні як жертвні судини, які часто знаходять у похованнях.

Одним із прикладів ритуального значення нефриту є так званий «нефритовий принц». У 1968 році в повіті Маньчен 满城县, провінція Хебей, солдати випадково виявили могили Лю Шена, принца Чжуншаня, та його дружини Доу Вань, що жили у II столітті до н.е. Їхні тіла повністю зотліли, але похоронні шати збереглися, тому що були зроблені з тисячі шматочків огранованого та полірованого нефриту. Кожен шматочок був з'єднаний із сусіднім золотим дротом [5].

Також нефрит використовувався і з цілющою метою. Люди вірили, що змішування порошку нефриту з водою створює ліки, які зміцнюють організм і продовжують життя. Якщо ця суміш проковтується безпосередньо перед смертю, то, можливо, навіть уповільнюватиметься розкладання організму [12].

Таким чином, вироби з нефриту мали державне та релігійне значення у культурі Китаю. Даоська любов до природи і китайська любов до символів об'єдналися, щоб перетворити образи тварин і рослин на символи, що використовуються в невеликих різьблених фігурках або як декоративні мотиви на більших предметах.

Наявні вироби з нефриту можна поділити на декілька груп.

1. Прикраси.

Найдавнішим відомим артефактом із зеленого нефриту є браслети, знайдені біля підніжжя Нагсабаран у долині Кагаян [5]. Мінеральний склад цих артефактів відповідає фентяньському нефриту; їх вік був визначений приблизно в 3500–4000 років [6].

Теорія походження нефриту з Тайваню припускає, що носії австралійської мови з південного Китаю прибули в Китай у 2000 р. до нашої ери, почавши міграцію на Філіппіни. Перша хвиля мігрантів висадилася на головному острові Лусон або Батанес, Філіппіни [7]. Хоча невідомо, чи був нефрит привезений сюди поселенцями з самого початку, чи він був завезений в результаті торгівлі між північними Філіппінами та Тайванем приблизно в 1000 році до нашої ери. Однак точно відомо, що торгівля нефритом припинилася, а переробка та повторне використання нефриту означало, що пізніші артефакти стали меншими за розміром [8].

Різьблений кулон з нефриту із зображенням п'яти кажанів є яскравим прикладом тваринних мотивів у культурі Китаю. Кулон зроблено у символічній формі

циклічності буття. Фігурки кажанів, які є символом достатку, удачі та благополуччя, розташовані також по колу, мордочками до центру, що спрямовує енергію в одну точку (рис. 1).

Сучасна китайська майстриня-ювелір Ван Пейнань захоплюється китайською культурою з раннього віку і відтворила привабливі нефритові прикраси, які носили китайські жінки в давнину, та сучасні аксесуари з використанням нефриту (рис. 2) [10]. Ван Пейнань зазначає, що нефритові прикраси були дуже модними у стародавньому Китаї, але в наші дні вони здебільшого забуті: «Я думаю, це несправедливо. Після невеликої обробки нефрит може стати таким же модним, як за старих часів». Кожна робіт Ван Пейнань – унікальний шедевр, що включає метали та коштовне каміння, які природно доповнюють нефрит. Ван Пейнань виготовляє ювелірні вироби у вигляді підвісів, кілець та браслетів з нефриту та жадеїту. Жадеїт та нефрит часто стають вставками в ювелірних виробах з дорогоцінних металів.

2. Наступною групою виробів з нефриту є скульптури, зокрема храмові.

Усі культові храмові комплекси у Китаї наповнені скульптурами із нефриту. У знаменитому Храмі Нефритового Будди, що знаходиться у китайському місті Шанхай, зберігаються дві величезні скульптури Будди, виконані з цілісних шматків білого нефриту (рис. 3), адже за легендою Будда сидів саме на троні, зробленому з нефриту.

Сьогодні можна придбати статую Будди із нефриту на багатьох сайтах. Це налагоджене автоматизоване виробництво, а статуї є прикрасами для будинків по всьому світі, але не несуть особливої культурної цінності (рис. 4).

3. Посуд з нефриту посідає чільне місце у культурі Китаю. Китайська знать їла нефритовими паличками із нефритового посуду, а посуд у знатних та заможних китайців до винаходу порцеляни практично

весь був нефритовий. З нефриту також вирізали курильниці, табакерки і флакони для парфумів (рис. 5, рис. 6).

4. Вироби у техніці «шань цзи».

Нефрит набирає популярності у сучасному Китаї. Різьбярі переробляють цей матеріал у прикраси, що називаються «шань цзи». Китайською мовою «шань» означає пагорби або гори, вказуючи, що нефрит був вирізаний так, щоб зберегти свою первісну структуру та форму. У порівнянні з іншими методами «шань цзи», ймовірно, найприродніший спосіб обробки нефриту, але це також найдорожчий і трудомісткий процес.

Різьбярі працюють з відносно великими каменями з ідеальними контурами для різьблення шань цзи. Такі великі камені важко знайти та обробити, тому декілька різьбярів разом можуть довго працювати над окремими частинами каменю. У минулому лише королівська сім'я чи надзвичайно багаті люди могли дозволити собі шань цзи, особливо з великим та багатофігурним малюнком. Тому, вироби у техніці «шань цзи» також є символом багатства та влади [8]. Загальні теми шань цзи – мальовничі краєвиди, життя рослин, традиційні символи, стародавні відомі картини тощо (рис. 7).



Рис. 1. Різьблений кулон з нефриту із зображенням п'яти кажанів. Автор невідомий. Нефрит, Китай. Початок XX ст.



Рис. 2. Ван Пейнань на виставці власних виробів з нефриту. Китай, 2013 р.



Рис. 3. Будда у Храмі Нефритового Будди. Привезена до Шанхаю з Бірми ченцем на ім'я Хуїген (Huigen). Нефрит, Китай. 1882 р.



Рис. 4. Нефритові статуї Будди. Китайське автоматизоване підприємство. Нефрит, Китай. 2000 р.



Рис. 5. Чайник із білого нефриту.
Автор невідомий. Нефрит, Китай.
II половина XX ст.



Рис. 6. Посуд для промивання пензлів.
Автор невідомий. Нефрит, Китай.
Різьблення Доба Цін



Рис. 7. Скульптура у техніці «шань цзи». Автор: Xingchun Fang. Нефрит, Китай, початок XXI ст.

Одним із сучасних продовжувачів стародавньої традиції «шань цзи» є відомий майстер Xingchun Fang. Він народився у 1975 році у місті Фуцзянь на півдні Китаю. Це місто славиться своїми різьбленими дерев'яними скульптурами і Фан спочатку теж починав як різьбяр по дереву. З 17 років Фан працює різьбяр по нефриту. Вибір теми його робіт цілком і повністю залежить від форми та контуру, а іноді і кольору вихідного каменю.

Висновки. Розглянуто властивості нефриту та його значення в культурі Китаю. Оскільки нефритове різьблення так тісно пов'язане з розвитком китайської історії, у статті прикраси, посуд та інші вироби з нефриту досліджено в історичному аспекті. Виявлено, що для китайського народу нефрит має неоціненне значення на духовному рівні. Нефрит видобувається на

всіх континентах планети. В'язкість, яка обумовлює міцність каменю, який не так просто розколоти на частини, – це та особливість нефриту, яка стала однією з визначальних при роботі з каменем. Саме тому нефрит також дуже цінують у всьому світі. Обробкою нефриту люди почали займатися ще в епоху неоліту, а у Китаї – практично з перших днів становлення китайської цивілізації. У китайському різьбленні по нефриту переважають релігійні та природні мотиви, зокрема рослинні. Нефритове мистецтво в своєму роді неповторне та має глибокий сакральний сенс. Майстри, працюючи з цим матеріалом, знаходили тонкий зв'язок між каменем та кінцевим витвором мистецтва, – це глибокий та тонкий аналіз матеріалу та роботи з ним, що робить вироби такими коштовними.

Література;

1. Горина Л. Дар небес: нефрит в китайской культуре: культурное наследие. *Исторический журнал: научно-популярный журнал*. Москва: ООО «НБ-Медиа», 2011. № 12 (84). С. 94-103.

2. Індутний В. В., Мережко Н. В., Піркович К. А. Аналіз якості та вартості антикварних декоративно-ужиткових і мистецьких творів з бронзи на ринку України. *Товарознавчий вісник*. 2017. Вип. 10. С. 71–82.

3. Індутний В. В., Мережко Н. В., Піркович К. А. Аналіз ринку рубінів за якісними та вартісними показниками. *Технічні науки та технології*. 2017. № 2 (8). С. 66–74.

4. 李富金. 中國玉文化價值觀研究: dis. 雜誌 中國哲學: 01.01.02/ 李福君. 浙江, 2016. 69 頁. Лі Фудзін. Дослідження китайських нефритових культурних цінностей: дис. Журнал китайської філософії: 01.01.02/ Лі Фуцзюнь. Чжецзян, 2016. 69 с.

5. 陸峰. 論玉在古代文學中的文化意蘊: dis. 雜誌 美學理論: 01.01.06 / 馮璐. 雲南, 2013. – 42 頁. Лу Фен. Про культурні наслідки нефриту в стародавній літературі: дис. Журнал Естетична теорія: 01.01.06 / Фен Лу. Юньнань, 2013. 42 с.

6. 徐峰. 論中國文學中的玉文化[J]/馮旭//安徽: 安徽文學, 2011.-第11期--第61頁 Xu Feng. About jade culture in Chinese literature [J]/Feng Xu//Anhui: Anhui Literature, 2011. No. 11. 61 с.

7. Саймон Шустер. Панорамний вид китайської культури. Дінмін, 2014.

8. Китайская резьба по нефриту и жадеиту. URL: http://jewelrypreciousmetal.ru/jewellery_design_chinajade.php (дата звернення 12.06.2022)

9. Отражение мировоззрение китайской цивилизации в нефритовой культуре. URL: http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/81241/1/Chzhan_Tszin.pdf (дата звернення 12.06.2022)

10. Ювелірні вироби з нефриту – мода стародавнього Китаю. URL: <https://www.epochtimes.com.ua/china/culture/yuvelirni-vuroby-z-nefrytu-109920.html> (дата звернення 12.06.2022).

11. The Spirit of Jadeite Carving. URL: <https://www.gia.edu/UK-EN/gia-news-research-largest-jadeite-carving-lucas> (дата звернення 12.06.2022).

12. 馆藏玉器/尔尧山'博物馆编.北说: 文物. 出版社, 2009. Колекція нефриту музею WWU / Гора Ерлонг. Північна розмова: культурні реліквії. 2009.

13. 數據. 北周隋所珎幾tr器/劉裘咪著.电慶: 重庆出版fl., 2000. Спадок династії Північної Чжоу / Лю

Цю. Dianqing: Heavy Waste Publishing fl., 2000.

14. 数据. 安阳殷墟出土: 器/中国社会科学院考古研究岍编著.一北京:科学 出阮什, 2005. Excavations at Banxiu in Anyan: K Ware. Chinese Social Science and Archaeological Research, Compiled Ming. One Beijing: Xue Xue Chuan Shi, 2005.

15. 数据. 滇国玉器/赵美, 张杨.王堀明著.北京: 科学出版社, 2003. Shu Zhen. Jade ware from the Dian Kingdom / Zhao M, Zhang Yang. Wang Jieming.Beijing: Science Press, 2003.

References:

1. Gorina, L. (2011). Dar nebes: nefrit v kitayskoy kul'ture: kul'turnoye naslediye. *Istoricheskij zhurnal: nauchno-populyarnyy zhurnal*. Moskva: ООО «NB-Media». 12 (84). 94-103 [in Russian].

2. Indutnyy, V. V., Merezhko, N. V., Pirkovich, K. A. (2017). Analiz yakosti ta vartosti antykvarynykh dekoratyvno-uzhytkovykh i mystets'kykh tvoriv z bronzy na rynku Ukrayiny. *Tovaroznachyy visnyk*. 10. 71–82 [in Ukrainian].

3. Indutnyy, V. V., Merezhko, N. V., Pirkovich, K. A. (2017). Analiz rynku rubiniv za yakisnymi ta vartisnymi pokaznykamy. *Tekhnichni nauky ta tekhnolohiyi*. 2 (8). 66–74 [in Ukrainian].

4. 李富金. (2016) 中國玉文化價值觀研究: dis. 雜誌 中國哲學: 01.01.02/ 李福君. 江. Li Fujin. (2016) Research on Chinese jade cultural values: thesis. Journal of Chinese Philosophy: 01.01.02/ Li Fujun. Zhejiang. 69 p.

5. 陸峰. (2013) 論玉在古代文學中的文化意蘊: dis. 雜誌 美學理論: 01.01.06 / 馮璐. Lu Feng. (2013) On the cultural consequences of jade in ancient literature: Diss. Journal of Aesthetic Theory: 01.01.06 / Feng Lu. Yunnan. 42 p.

6. 徐峰. (2011) 論中國文學中的玉文化[J]/馮旭//安徽: 安徽文學.- 第11期--第61頁 Xu Feng. (2011) About jade culture in Chinese literature [J]/Feng Xu//Anhui: Anhui Literature.

7. 吳定民. (2014). 中國文化全景. 西蒙和舒斯特 Wu Dingmin. (2014). A Panoramic View of Chinese Culture. Simon Schuster.

8. Kytayskaya rez'ba po nefrytu y zhadeytu. URL: http://jewelrypreciousmetal.ru/jewellery_design_china_jade.php (data zvernennya 12.06.2022).

9. Otrazhenye myrovozzrenenye kytayskoy tsyvylyzatsyy v nefrytovoy kul'ture URL: http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/81241/1/Chzhan_Tszin.pdf (data zvernennya 12.06.2022)

10. Yuvelirni vyroby z nefrytu – moda starodavn'oho Kytayu. URL: <https://www.epochtimes.com.ua/china/culture/yuvelirni-vuroby-z-nefrytu-109920.html> (data zvernennya 12.06.2022).

11. The Spirit of Jadeite Carving. URL: <https://www.gia.edu/UK-EN/gia-news-research-largest-jadeite-carving-lucas> (data zvernennya 12.06.2022).

12. 物馆藏玉器/尔尧山'博物馆编.北说: 文物. 出版社, 2009. WWU Museum Jade. Collection / Mount Erlong. Northern Talk: Cultural Relics. 2009.

13. 數據. 北周隋所璣幾tr器/劉裘咪著. 電慶: 重慶出版fl., 2000. Legacy of the Northern Zhou Dynasty

/ Liu Qiu. Dianqing: Heavy Waste Publishing fl., 2000.

14. 数据. 安阳殷墟出土:K器/中国社会科学院考古研究岼编茗. 北京:科学 出阮什, 2005. Excavations at Banshu in Anyang: K Ware/Chinese Social Science and Archaeological Research, Compiled Ming. One Beijing: Xue Xue Chuan Shi, 2005.

15. 数振. (2003) 滇国玉器/赵美, 张杨.王堀明著. 北京: 科学出版社. Shu Zhen (2003). Jade ware from the Dian Kingdom / Zhao M, Zhang Yang.Wang Jieming.Beijing: Science Press.

TRADITIONS AND INNOVATIONS IN JADE CARVING IN CHINESE CULTURE

TANG Z., PASHKEVYCH K. L.

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

The aim of the article is to analyze the features of jade and its varieties, the variety of uses from ancient times to the present, the art of jade as a historical and cultural phenomenon of China and the world.

Methodology. The research methodology is determined by a comprehensive study of the subject and includes: methods of analysis, synthesis, induction, comparison, method of structural and systemic analysis of sources, historical, linguistic, comparative and experimental method. Historical, cultural, and art history scientific approaches combined with comparative and presentational methods are applied.

Results. The degree of study of the topic in professional literature, in particular scientific literature by Chinese authors, is determined. The main properties of jade are indicated, the features of jade processing are analyzed, and examples of jade products are given. features and history of jade processing in China. The analysis covers the historical-material aspect of Chinese jade artifacts and works of art, examples are given. The peculiarities of using natural motifs in jade jewelry are considered. The works of modern masters with jade are analyzed.

Scientific novelty. The scientific novelty of the study consists in the comprehensive study of the topical, little-researched topic dedicated to the jade art of China, and covers the historical and material aspects of Chinese jade artifacts and works of art.

Practical significance. The materials of the article can be used when studying the topic of design in higher education and when writing scientific papers.

Key words: jade; design; jewelry; art of decoration; craftsman; culture of China.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Тан Чжунянь, аспірант, факультет дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-7576-8423, **e-mail:** tangzhongyan940711@gmail.com

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

Цитування за ДСТУ: Тан Ч., Пашкевич К. Л. Традиції та новаторство у різьбленні по нефриту в китайській культурі. *Art and design*. 2022. №3(19). С. 140–148.

Citation APA: Тан, Ч., Пашкевич, К. Л. (2022) Традиції та новаторство у різьбленні по нефриту в китайській культурі. *Art and design*. 3(19). 140–148.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.11>

УДК 736.2:7.012

РИБАЛКО С. Б.

Харківська державна академія культури, Україна

DOI:10.30857/2617-0272.2022.3.12.

КОНЦЕПТОСФЕРА МОВЧАННЯ В ХУДОЖНІХ ПРАКТИКАХ ЯПОНІЇ

Мета дослідження: висвітлити філософсько-релігійного підґрунтя концепту мовчання та його похідних, що складають разом єдине семантичне поле, визначити його функції та репрезентації у різних галузях художньої практики.

Методологія. Використано комплексний підхід до вивчення концептосфери мовчання, що дозволило визначити її складові та прояви у розмаїтті традиційних та сучасних художніх практик Японії. В процесі дослідження були використані методи та прийоми формального, образно-стилістичного, семіотичного, компаративного та контент-аналізу. Робота спирається на дослідницькі праці різних галузей гуманітаристики; результати польових досліджень 2005-2019 рр.

Результати. Розглянуто основні чинники формування та складові концептосфери мовчання у японській культурі. Висвітлено основні форми та засоби репрезентації мовчання на прикладі творів образотворчого мистецтва, візуальних та перформативних практик: скульптури, живопису, графіки, ікебани, чайної церемонії, традиційних та сучасних форм танцю та театру, кіномистецтві.

Наукова новизна. Визначено засоби візуалізації концепту мовчання в японському мистецтві, пов'язані з ним сюжетно-тематичні комплекси та провідні підходи. Встановлено, що концепт мовчання реалізується в аудіальному та візуальному вимірах і є одним із засадничих стрижнів мистецтва Японії.

Практичне значущість. Розглянуті принципи використання мовчання як художньо-виражального засобу можуть застосовуватися при розробці методології аналізу творів японського мистецтва та подальших дослідженнях його морфології. Результати роботи можуть також творчо інтерпретуватися у візуальних та перформативних практиках, використовуватися при розробці виставкових проєктів.

Ключові слова: культура Японії; образотворче мистецтво; перформативні практики; символізм; сюжетно-тематичний комплекс.

Вступ. Мовчання є не менш важливою, ніж красномовство складовою культури. На думку вчених воно притаманне «високо контекстним культурам», до якої належить і Японія. Однак, якщо мовчання у мовній практиці здобуло широкого висвітлення у працях вітчизняних та зарубіжних дослідників, то його прояви у мистецьких галузях не здобуло системного вивчення. Між тим, поняття «мовчання», пауза, є одним із засадничих принципів японської художньої культури, без розуміння його функцій та форм прояву унеможливилося адекватне сприйняття її явищ, текстів, творів. Отже, осмислення концепту мовчання є важливим як у суто теоретичному сенсі, так і в практичному, воно сприятиме розвитку міжкультурного діалогу, стане в нагоді й українським митцям.

Аналіз попередніх досліджень.

А. Хелкроу, розглядаючи мовчання у діловому спілкуванні, зазначає, що воно набагато частіше зустрічається в культурах з високим контекстом, які застосовують імпліцитну комунікацію та невербальні сигнали. До висококонтекстних він відносить більшість африканських, азійських, латиноамериканських, арабських культур і, зокрема японську [8].

Терміни висококонтекстна та низькоконтекстна культури (англ. *high- and low-context cultures*) були сформульовані антропологом Е. Холлом у 1976 р. Він характеризує висококонтекстні культури як такі, яким притаманні слабка артикульованість, прихована манера мовлення, багатозначність паузи, велика роль невербального спілкування [9].

А. Хелкроу пояснює схильність японців до мовчання відбиттям культурної концепції харагей¹ (кращий стиль спілкування – без слів).

Важливість мовчання в японській культурі спілкування вже стала «загальним місцем» у працях, присвячених міжкультурній комунікації. Завдяки працям японського антрополога Такіе Сугіяма-Лебра [12; 13], яка розглядаючи японські паттерни поведінки, особливості усвідомлення «я» японцями, особливості комунікації – підкреслює значення мовчання, розмаїття його змістів та зумовленість багатьма соціокультурними факторами. Спостереження вченої стали основою для подальших досліджень концепту мовчання у різних галузях гуманітаристики.

Нацуко Цудзімура у книзі «Вираз мовчання: місце зустрічі мови і культури в японській мові» визначає лінгвістичні механізми, котрі сприяють розвитку симбіотичних відносин між звуком і тишею, глибоко вкорінених в японському культурному досвіді [23]. Комунікативні аспекти мовчання висвітлюються і в роботі М. Мураяма, яка підкреслює принципові відмінності у значенні та сприйнятті мовчання в японській та американській культурах [18]. Українська вчена В. Заморська не обмежується оглядом значень мовчання [1], вона суттєво розширює поле дослідження до вивчення релігійних факторів формування його концептосфери та слушно зауважує, що дзен-буддизм справив вплив на естетизацію мовчазної комунікації з природою. «Цей вплив і досі відображується в таких напрямках творчої діяльності, як архітектура, садове мистецтво тощо, в традиціях милування квітами вишні, місяцем та іншими явищами природи» [2].

А. Дошен у роботі «Мовчазні тіла» японське мовчання та образне мислення» розглядає прояви концепту мовчання у

театральній практиці. Вона вбачає в інтервалах між різними частинами партії, що виконується актором театру *Но* і засобами виразності в сучасному *Будо* прояв *Ма* – пустоти, порожнечі, яку можна інтерпретувати як візуалізацію мовчання [6].

Узагальнюючи викладене відзначимо, що концепт мовчання здобув значно більшого висвітлення з точки зору психології, лінгвістики, ділової комунікації. Натомість мовчання у всій сукупності та розмаїтті його проявів у візуальних практиках не отримало всебічної наукової розробки. Спостереження, що містяться у працях спорідненої, або локальної тематики, потребують осмислення у контексті більш загальної парадигми. Безумовно, у межах однієї статті неможливо досягнути увесь спектр проблем, пов'язаних із досліджуваною темою, але спробуємо окреслити основний її контур, визначити загальний обсяг понять та явищ.

Мета роботи полягає у висвітленні філософсько-релігійного підґрунтя концептосфери мовчання, його функцій та проявів у різних галузях художньої практики.

Результати дослідження та їх обговорення. У японській мові мовчання та тиша позначаються єдиним словом – *чінмоку* (沈黙). Мовчання – відсутність мови, відсутність звуків – тиша. Отже, спільною складовою обох понять є відсутність, пустота. Спорідненим до них поняттям є поняття *Ма* (間) – інтервал, пауза, порожній простір, що мисляться містилищем потенційних змістів. За влучним висловом Масайоші Маріюка, *Ма* – це простір, що створює сенс. У своїй праці він так тлумачить: «...*ма* породжується під час паузи, збереження тиші та переживання поглибленого хронотопу. У традиційній японській культурі люди сприймають простір і час відповідно до динаміки, притаманній неподіленості простору і часу» [17, с. 84]. Звідси випливає й методологічна проблема дослідження явища, яке охоплює

¹ Тут і далі використовується система транскрипції за В. Рубелем (лістопад 2009) для української мови.

різноманітні, подекуди й протилежні галузі культурної діяльності.

На формування концептосфери мовчання справили вплив автохтонні культу та релігійно-філософські вчення, що запозичувалися з материка. Це, перш за все, шінтоїстське вірування в душу слова *котодама*, згідно якому слово має силу дії. Перекази про відому поетку Оно-но Комачі², яка підчас засухи за допомогою віршів викликала дощ, ґрунтується саме на цих уявленнях. Промовлене слово може мати як позитивні, так і негативні наслідки, тому японці ставляться дуже обережно до слів, що простежується у спілкуванні на найрізноманітніших рівнях. Сатоші Ішії з цього приводу зазначає, що страх перед магічною силою *котодама* сформував впевненість в тому, що мовчання є чеснотою, а мовлення – пороком [11].

Формуванню концепту мовчання сприяло й поширення китайських релігійно-філософських вчень – даосизму, *чань* (яп.:дзен)-буддизму. Даоське вчення сформувало на тисячоліття недовіру до передачі істини засобами слова: «той, хто знає – не доводить, а той, хто доводить – не знає». Недовіра адептів дзен-буддизму до вербального висловлювання виразно артикульована у численних дзенських історіях (часто анекдотичних) про неопіта, який намагається отримати від вчителя вербальне пояснення. Звідси й поширення принципу *Ішін-деншін* (від серця до серця), який, зазвичай, характеризує тип спілкування між учасниками чайної церемонії, вчителем та учнем і передбачає розуміння без слів. Навчання без використання вербальної комунікації позначається терміном *мікікі* (сидіти поруч, спостерігати, повторювати). Автор цих рядків пам'ятає зауваження своїх сенсеїв на перших етапах навчання: намагайся менше питати і більше спостерігати і повторювати», «менше слів, намагайся розуміти серцем» тощо³.

Спираються усі перелічені настанови на зразковий приклад мовчазної проповіді Будди з квіткою Лотоса у руці.

На думку дослідниці О. Морської «важливим чинником формування японської комунікативної поведінки (та ролі мовчання в ній) можна вважати вплив конфуціанства з його ієрархічною стратифікацією суспільства і повагою до старших за віком та соціальним статусом [2]. Конфуціанство було основою освіти та виховання самурайського класу, чие правління протягом сімох століть позначилися майже на всіх галузях культури та нормах побутової поведінки, уявленнях про чесноти. У середовищі самураїв схвалювалися стриманість, скромність, ввічливість, одним із проявів яких було мовчання. Мовчання стає ознакою доброчесності, відповідно надмірна вербальна активність сприймалася як ознака невихованості, нескромності, зверхнього ставлення до присутніх, розглядалася як соціально-небезпечна поведінка. А. Дошен наводить прислів'я, які вказують на сприйняття багатослів'я як соціальної чи політичної загрози і, відповідно, на позитивну оцінку мовчазності: «рот є причиною багатьох бід», «не кажи про квітку», «кішка, що м'явчить – не ловить мишей» [6, с. 115]. Вербальна нестриманість мала й виразні гендерно-орієнтовані стереотипи, що знайшло відбиття як у фразеології (наприклад, вираз «розмови біля колодязя» у сенсі «плітки») та, навіть у юридичній практиці (за часів правління шьоґунів Токуґава язикатість жінки служила одним з 10 офіційних приводів для розлучення).

Схвальна оцінка суспільством вербальної стриманості спирається на буддистський постулат запобігання злу: не бачити зла, не слухати зле, не говорити зле, не творити зло. Згодом буддистська настанова стає зразком вихованості, про який згадується і в промовах Конфуція⁴. Поступово релігійне та естетичне значення мовчання стає етичною

² Оно-но Комачі (бл. 825–900) – поетка, японцями вважається однією з «Шести геніальних поетів Японії».

³ Навчання чайній церемонії у Сунага Юкіко, Токіо, 2006 р.

⁴ Конфуцій (551р. до н.е. – 479 р. до н.е.) – видатний китайський філософ, шанувався у Японії; тексти його промов, записані учнями, стали основою освіти.

нормою і набуває розмаїття змістовних та візуальних конотацій у різних спільнотах.

У сюжетно-тематичному репертуарі японського мистецтва концепт мовчання реалізується у різних іконографічних мотивах. Серед них, перш за все, такі, що сформувалися у межах буддистського зображального комплексу. Це живописні та графічні образи Бодгідгарми⁵, який просидів у мовчазній медитації обличчям до стіни 9 років, після чого «прозрів». Визначальною ознакою славетного патріарха є його витріщені очі (натяк на тривале медитативне мовчазне споглядання).

Не меншого поширення здобуло й зображення т.зв. трьох містичних мавп (*самбікі-сару*), які візуалізують ідею небачити зла, не слухати зло, не казати зло. Зазначена ідея не має жодного стосунку із тваринним світом. Образ мавп виникає через гру слів: сама вербальна формула (*мі зару, кі зару, іва зару*) співзвучна до *сару* (мавпа), що й викликало візуалізацію вербального вислову в образах трьох мавп, де перша затуляє очі, друга закриває вуха, третя – прикриває рота (наприклад, різьблений декор храму Тошьюгу в Нікко, живописні сувої, мініатюрна пластика).

Буддистська та конфуціанська інтерпретація вказаного сюжету здобула й значення кодексу мовчання, що зумовило його популярність серед представників кланів якудзи та у т.зв. кварталах *ханамачі*⁶, де вміння зберігати мовчання було основою корпоративної культури (варто згадати численні фото гейш, які імітують групу *самбікі-сару*).

Трактовка мовчання у дусі конфуціанства спостерігається також в малюнках Утаґава Кунійоші⁷ для Ілюстрованої етики

для дітей, виданої у 1842 р. Художник візуалізує частину японської говірки «У стін є вуха» (завершення: а у дверей є очі), що свідчить про розуміння суспільством розмови як потенційно публічного акту. Згодом зображення велетенського вуха у значенні вуха ворога будуть використовуватися у пропагандистській графіці часів Другої світової війни. Серед репрезентативних зразків такої іконографії М. Леноне наводить гру *іроха-ґарута* 1930-х рр., що мала як розважальний, так і навчальний аспекти [14]. Гра являє собою дві колоди і будується на вмінні поєднати зображальне повідомлення з текстовим. Одна з пар репрезентує слоган «ворог може використати твою неухважність», де поруч з текстом у верхній частині зображено аеродром, у нижній – корабель. Друга композиція поєднує зображення велетенського вуха, рота, руки у білій рукавичці. Останнє вказує на потенційного користувача неухважного висловлювання – західного шпигуна.

Одним із аспектів мовчання є тиша. У межах знаково-символічної структури та форми чайної церемонії мовчання, що зрідка переривається внормованими ритуалізованими короткими фразами стає засобом змістовного діалогу, як це не парадоксально. Тиша, яка утворюється через мовчання, є не лише одним із чотирьох, сформульованих ще Лу Юй⁸ принципів чайної церемонії⁹.

Вона є також виявом стриманої поведінки, засобом досягнення соціальної гармонії, відчуття єдності між усіма присутніми. Паузи, які виникають між окремими діями майстра – посилюють і відчуття тиші, і вагомість кожного жесту та руху.

Як вже зазначалося, поняття «тиша» корелює з поняттям *ма*, що мислиться як пауза, пустота, простір, що сповіщає ефект

⁵ Бодгідгарма (яп.: Дарума, 440 – бл. 528 р.) – 26-й патріарх секти Чань, шанований у всій східній Азії

⁶ Ханамачі (досл.: кварталі квітів) – мережа закладів розваг. Назва вказує на зв'язок із спільнотою гейш, які належали до світу «квітів та верб» (друга назва кварталів – «вербові»).

⁷ Утаґава Кунійоші (1798–1861) – майстер японської гравюри, останній крупний майстер укійо-е.

⁸ Лу Юй (733–804) – китайський поет, філософ, автор першого трактату про чай (Чайний канон).

⁹ Принцип дзяку (寂) – спокій: перебувати у тиші та спокої.

мовчазної сугестії багатьом творам традиційного мистецтва. Візуальна тиша простору чайної кімнати надає особливої значущості кожному предмету, який поступово з'являється у руках майстра. Тиша (аудіальна та візуальна) стає простором для нюансованого сприйняття простих речей та явищ: співу цикади, шелесту листя, що доносяться ззовні, булькотіння води у горщику, шурхотіння шовкових кімоно.

У живописі *ма* виявляється у незаповнених зображеннями місцях – візуальних паузах, які дають простір для до-уявлення. Принцип використання незаповненого простору був запозичений у Китаї, куди японські буддистські ченці приїздили навчатися, приблизно у XII ст. Яскравим прикладом зображальності пустоти є розпис двох парних ширм «Сосновий ліс», що належить пензлю Хасегава Тохаку¹⁰ (рис. 1).

Кількома сильними ударами згущеної туші художник лише позначив верхівки окремих дерев, розбавленою тушшю намітив ще кілька силуетів, які немов тануть у тумані. У такий спосіб незаповнений простір сприймається як візуалізація того, що не видно, але є присутнім. Згодом цей принцип вийде за межі суто дзенського живопису і пошириться в інших пластичних мистецтвах. Унаочненням зображальності пустого простору є, наприклад, ікебана, де три гілки різного розміру окреслюють пустоту. Завдання майстра – винайти такий баланс нахилів гілок та інтервалів між ними, щоб утворилося певне енергетичне поле. Цей перенос акценту з квітів на те, що ними не є, влучно відмітив Р. Браун: «...У той час як західні інтерпретації ікебани зазвичай зосереджуються на квітах як головній окрасі, в японській традиції вони служать для надання глибини тіням, створеним між квіткою і стіною або всередині ніші, де вона розташована» [4, С. 66]. Розмаїття проявів *ма* як візуальної паузи яскраво представлено у каталозі Купера [5].

Ілюструють концептосферу мовчання й розмаїті перформативні практики. Танець у культурах Східної Азії, що розвивався під значним впливом буддизму і в Японії, зокрема, вважався (і вважається сьогодні) однією з найвиразніших форм мовчазного висловлювання. Хореографічний текст нерідко використовувався для передачі глибоких почуттів – вдячності, кохання, суму, співчуття. Як приклад можна навести «танці окупації» у таборах біженців у повоєнній Окінаві або хореографічні послання як вияв солідарності Україні у 2014 р. та китайському народу у зв'язку з епідемією COVID-19.

У театральній практиці *Но* складові концептосфери мовчання простежуються у декількох вимірах – часовому, просторовому, пластичному. Перший реалізується в інтервалах у музичному та хореографічному текстах, і саме ці миті причаровують максимальним напруженням, сугестією. Для позначення цього інтервалу у середовищі *ногаку* використовують спеціальне слово *комі*. «Для виконавця *комі* – це дія, спрямована на те, щоб сконцентруватися на виступі. Рівень концентрації може бути *асаї* (поверховий) або *фукаї* (глибокий)... звернення уваги до тиші, сповненої зосередженістю виконавців, а також до звуків зі сцени наближає публіку до глибокого сприйняття вистави» [19]. У зазначеному контексті варто пригадати й один з найбільш повторюваних афоризмів засновника театру *Но* Мотокійо Дзеамі¹¹ про те, що відсутність руху актора являє собою великий інтерес. Д. Шней коментуючи цю тезу, зазначає: «Ця ідея пов'язана із застосуванням того, що відоме як *ма* в японському образотворчому — глибоке використання простору або тиші; момент, «вагітний» можливостями. У випадку театру *Но* це емоційний стан, коли нічого не відбувається, але відчувається «неосяжна присутність» емоцій» [22].

¹⁰ Хасегава Тохаку (1539–1610) – майстер монохромного живопису тушшю та поліхромного розпису.

¹¹ Мотокійо Дзеамі (1363–1443) – японський актор, драматург, теоретик *Но*.



Рис. 1. Хасеґава Тохакі. Сосновий ліс. Ширма. Папір, туш. ХУІ ст. Токийській національній музеї

Другий вимір реалізується у візуальній «тиші», що виникає внаслідок відсутності декорацій, пустоти сценічного простору; третій – у повільних, лаконічних жестах, стиглих масках з нерухомими губами, відсутності емоцій та будь-якої міміки акторів, що виступають без маски (т.зв. «обличчя *Но*»). Кожен жест, звук немов прорізає атмосферну тишу, в якій мовчазно рухається загорнутий в розкішні шовкові шати актор. Так само сплеск у воді, спричинений зеленою стрибуючою у славнозвісному хайку Мацуо Башьо¹² «Старий ставок» набуває виразності саме через різке співставлення тиші та сплеску, після якого тиша запала ще більш глибока. Отже тиша є тим простором, в якому уява змальовує неявлені образи так само, як пустоти у класичному живописі, які «можна наповнити своїм серцем».

Принцип зупинки, не-гри, близький до принципу *комі*, використовується і в театрі *Кабукі*, який є протилежною до *Но* традицією. Там де в *Но* стриманість, мовчазність актора в масці, в *Кабукі* – експресія, відкрите з виразною мімікою обличчя. Однак і тут присутня пауза – т.зв. *міе*, що дозволяє актору зафіксувати (а

глядачу оцінити, відчути) виразність пози та настроїв героя. Саме ця мить напруженої не-дії є одним із найцінніших аспектів акторської майстерності.

Естетична цінність мовчання, яке дозволяє унаочнити найдрібніші нюанси акторської гри, виразно продемонстрована Бандо Тамасабуро¹³ – видатним актором сучасності, у виставах із його участю та пластичній мініатюрі «Сутінкова гейша»¹⁴, де протягом 17 хвилин без жодного слова «розповідається» історія про кохання, самотність, смерть.

Пошуки пластичної виразності, що красномовніше слів, визначають й творчість Кадзуо Оно¹⁵, одного із засновників авангардного танцю *Буті*. Успіх його хореографічно-пластичних композицій полягає не стільки в синтезі японських та європейських хореографічних традицій, скільки в ефектній концентрації енергії буття в кожному русі та ще більш – не-русі, в статичності.

¹³ Бандо Тамасабуро V – видатний актор традиційного театру Кабукі, носить титул «людина – національний скарб Японії».

¹⁴ Мініатюра «Сутінкова гейша» представлена у стрічці швейцарського режисера Деніела Шміда (1941–2006) «Намальоване обличчя» (1995).

¹⁵ Кадзуо Оно (1906–2010) японський танцюрист, один із засновників авангардного танцю Буті.

¹² Мацуо Башьо (1644–1694) – японський поет, майстер хайку (коротких віршів у три рядки).

Використовував мовчання як естетичний прийом й Акіра Куросава¹⁶. У стрічці «Ран» є грандіозна батальна сцена, що триває майже 6 хвилин екранного часу, позбавлена не тільки слів а й взагалі живих звуків, пов'язаних з битвою. Напружений зображальний ряд (картини боїв, поранень, смерті, пожежі, самогубства) контрастує з мовчанням головного героя, навколо якого руйнується світ без жодного слова чи звуку. Постріл, що раптом лунає у картині, повертає звуки і з ними – відчуття реальності.

Зазначений прийом спостерігається і в творчості сучасного кінорежисера Кійоші Куросава¹⁷. А. Морган, аналізуючи фільми майстра, зняті з 1997 по 2001 р., відмічає, що використання ним «тиші» спирається на естетичну концепцію *Ма*. На думку дослідника звук у роботах Куросави є елементом творчої структури та підтверджує ідею Бели Балаша¹⁸ про те, що кіно – єдина форма мистецтва, здатна придати тиші «живе обличчя» [16].

Послідовно розробляє досліджувані нами принципи сучасний японський режисер Ота Шього¹⁹. Його вистава «Водяна станція», прем'єра якої відбулася 1981 р. в Токіо й до сьогодні виконується на кращих сценах світу. Режисер повністю позбавив акторів слів, а єдиним звуком, який пронизує усю виставу є звук води, що потрохи тече із зламаного крану. Відтак глядач стає інтерпретатором невербального тексту, і водночас, через уважне споглядання, значно глибше сприймає тонко нюансовану акторську гру, переживає розмаїття станів, співчуває. Мовчання підкреслює й універсальність

репрезентованих «історій» біженців, біда яких не має географічних чи культурних маркерів. Показані події могли відбутися та відбуваються будь-де, будь з ким. Відтак мовчання, як це не парадоксально, стає умовою міжкультурної комунікації.

Організація сценічного простору так само відповідає зазначеному принципу: на сцені нема нічого, крім крана з водозбірником. Пустий простір, в якому по черзі з'являються люди, щоб зупинитися біля води і знов продовжити свій шлях – дає широкі можливості для інтерпретацій – звідки приходять персонажі і куди вони йдуть далі. «Прагнення інсценувати живу тишу є бажанням передати ту галузь почуттів, що неможливо перефразувати» – зазначає режисер [21].

Повертаючись до значення тиші у чайній церемонії зазначимо, що смиренне мовчання її учасників було засобом відновлення гармонії та терпимості і, можливо, саме тому сьогодні японці вбачають в *ча-но-ю* пропозицію миру. Мистецтвознавець Акіра Татехата (нар. 1947) писав: «Мовчання у наш час застосовується для того, щоб врятувати світ від руйнації» [10].

Висновки. Узагальнюючи викладене, відзначимо, що широта та ємність концептосфери мовчання формувалася та підтримується багатьма світоглядними чинниками і соціокультурними нормами, серед яких шінтоїстські вірування у силу слова, даоські та дзен-буддистські вчення з їх недовірою до слова та медитативними практиками мовчазного споглядання, охоплення істини серцем; конфуціанський поведінковий кодекс, що схвалює стриманість. Встановлено, що в японській культурі концепт мовчання реалізується не тільки у сфері лінгвістики і є одним із інструментів невербальної комунікації, а й має розмаїті прояви у часовому, просторовому та пластичному вимірах, визначається у таких суміжних поняттях як пустота, інтервал, пауза. Серед візуальних образів, пов'язаних із концептосферою мовчання вирізняються дидактичний та

¹⁶ Акіра Куросава (1910–1998) – видатний кінорежисер ХХ ст., чия творчість й до сьогодні впливає на світовий кінематограф та театральне мистецтво.

¹⁷ Кійоші Куросава (нар. 1955) – японський кінорежисер, майстер хоррору. Не має родинних стосунків з Акірою Куросава.

¹⁸ Бела Балаш (1884–1949) теоретик та критик кіна.

¹⁹ Ота Шього (нар. 1939) – японській режисер; керівник, драматург та директор театру Тенкей (театр Трансформацій).

символічний напрям. Перший представлений переважно знаково-ілюстративними зображеннями, що акцентують увагу на органах, пов'язаних із мовленням, виразно містять позитивну оцінку мовчання. Другий – використовує мовчання (у всіх його проявах – аудіальному, візуальному, пластичному) як один із засадничих естетичних принципів. Мовчання у перформативних практиках реалізується засобами заміщення (відмова від вербального тексту на користь пластичного,

мови тіла) та сугестії (пауза, зупинення дії, фіксована поза з максимальним відчуттям енергійної присутності). Сучасні експериментальні художні практики у свій спосіб розвивають палітру використання мовчання як виражального засобу. Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні композиційних структур і художніх прийомів візуалізації принципу *ма* в мистецьких та архітектурно-дизайнерських практиках.

Література:

1. Заморська Ю. Комунікативне мовчання в японській лінгвокультурі. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 45. С. 18-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_45_6. (дата звернення: 10.09. 2022)
2. Заморська Ю. В. Буддійська складова формування концепту мовчання в японській лінгвокультурі. *Сходознавство*. 2009. № 45-46. С. 3-10.
3. Boyd M. The Aesthetics of Quietude: Ota Shogo and the Theatre of Divestiture. Tokyo, Sophia U.P. 2006. P. 169-205.
4. Brown R. Learning through Ritual: An Exploration of the Tea Ceremony Provides Insight into Japanese Sensibilities of Design. *CEBE Transactions*, 2007. Vol. 4, Is. 1, P. 55-75. URL: <https://pearl.plymouth.ac.uk/bitstream/handle/10026.1/19501/RobertBrown4%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (21) (дата звернення: 05.11. 2022).
5. Cooper G. Project Japan: Architecture and Art Media Edo to Now. Mulgrave, Images Publishing Group Pty LTD, 2009. 240 p.
6. Došen A. Silent Bodies: Japanese taciturnity and image thinking. *Issues in Ethnology and Anthropology*. 2017. Vol. 12. Is. 1. P. 113-128.
7. Hahn T. Sensational knowledge: embodying culture through Japanese dance, Wesleyan University Press. 2007. P. 67.
8. Halcrow A. Conversational Silence: The 'Modern Art' Of Cross-Culture Business Communication. *CultureWizard*. 2020. URL: <https://www.rw-3.com/blog/conversational-silence-the-modern-art-of-cross-culture-business-communication> (дата звернення: 10.05. 2022).
9. Hall E. The hidden dimension. N. Y.: Anchor Books Doubleday, 1990. 240 p.
10. Heilman Brooke E. East Asian art and the virtue of silence. *The New York Times*. 2005. URL: <https://www.nytimes.com/2005/05/10/arts/east-asian-art-and-the-virtue-of-silence.html> (дата звернення: 04.10. 2022).
11. Ishii S. Enryo-sasshi Communication: A Key to Understanding Japanese interpersonal interactions. *Cross Currents*, 1984. № 11(1). P. 49-58.
12. Lebra T. Japanese Patterns of Behavior. Honolulu, University of Hawaii Press, 1976. 318 p.
13. Lebra T. The cultural significance of silence in Japanese communication. *Multilingua: Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication*. 1987. №6. P. 343-357.
14. Lenone M. Silence Propaganda: A Semiotic Inquiry into The Ideologies of Taciturnity. *Signs and Society*, 2017. № 5(1). P. 154-182.
15. Malm W. Nōgaku, the Music of Noh Drama. *Traditional Japanese music and musical instruments*. USA: Kodansha., 2000. P. 119-148.
16. Morgan A. Visible Silence: Kiyoshi Kurosawa's Cinematic Representation of Contemporary Japanese Characters. *Film International*. 2018. № 16 (3). P. 80.
17. Morioka Masayoshi. How to create MA – the living space – in the landscape of the mind: the wisdom of Noh theater. *International Journal for Dialogical Science*. 2015. Vol. 9, №1. P. 81-95.
18. Murayama M. Silence: A Comparison of Japanese and U.S. Interpretation. Dissertations and Theses. 1995. URL: <https://doi.org/10.15760/etd.6811> (дата звернення: 04.10. 2022).
19. Schnee D. Aesthetic Concepts in Japanese Noh Theatre: 能楽の美. 2014. URL: <https://danielpaulschnee.wordpress.com/> (дата звернення: 04.10. 2022).

20. Shaap R., Rimer Th. *The Beauty of Silence: Japanese No and Nature Prints by Tsukioka Kogyo 1869-1927*. Leiden : Hotei Publishing, 2010.

21. Shōgo Ōta, and Boyd M. "The Water Station (Mizu No Eki)." *Asian Theatre Journal*. 1990. Vol. 7, №2. P. 150–183. URL: <http://www.jstor.org/stable/1124337> (Last accessed: 02.11. 2022).

22. Trivia. Q67: What does "komi" mean in the Noh world? URL: <https://www.the-noh.com/en/trivia/067.html#:~:text=This%20is%20a%20special%20Noh,to%20concentrate%20on%20the%20performance> (дата звернення: 10.05. 2022).

23. Tsujimura Natsuko. *Expressing Silence: Where Language and Culture Meet in Japanese*. Lexington Books, 2022. 172 p.

References:

1. Zamors'ka, КРІЗЬ ДОДАТИ ПІСЛЯ ПРИЗВИЩ КОМУ Yu. (2013). *Komunikatyvne movchannya v yapons'kiy linhvokul'turi* [Communicative silence in Japanese language culture. Linguistic and conceptual pictures of the world]. *Movni i kontseptual'ni kartyny svitu*. Vyp. 45, 18-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_45_6 (Last accessed: 10.09.2022). [In Ukrainian].

2. Zamors'ka, Yu. V. (2009). *Buddiys'ka skladova formuvannya kontseptu movchannya v yapons'kiy linhvokul'turi* [The Buddhist component of the formation of the concept of silence in Japanese linguistic culture.]. *Skhodoznavstvo*. 45-46, 3-10. [In Ukrainian].

3. Boyd, M. (2006). *The Aesthetics of Quietude: Ota Shogo and the Theatre of Divestiture*. Tokyo, Sophia U.P., 169-205 [In English].

4. Brown, R. (2007). *Learning through Ritual: An Exploration of the Tea Ceremony Provides Insight into Japanese Sensibilities of Design*. *CEBE Transactions*, 4. 1. 55-75. URL: <https://pearl.plymouth.ac.uk/bitstream/handle/10026.1/19501/RobertBrown4%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (21) (Last accessed: 05.11.2022). [In English].

5. Cooper, G. (2009). *Project Japan: Architecture and Art Media Edo to Now*. Mulgrave, Images Publishing Group Pty LTD. 240 p. [In English].

6. Došen, A. (2017). *Silent Bodies: Japanese taciturnity and image thinking*. *Issues in Ethnology and Anthropology*, 12. 113-128. [In English].

7. Hahn, T. (2007). *Sensational knowledge: embodying culture through Japanese dance*, Wesleyan University Press, 67 [In English].

8. Halcrow, A. (2020). *Conversational Silence: The 'Modern Art' Of Cross-Culture Business*

Communication. URL: <https://www.rw-3.com/blog/conversational-silence-the-modern-art-of-cross-culture-business-communication> (Last accessed: 10.05. 2022) [In English].

9. Hall, E. (1990). *The hidden dimension*. N. Y.: Anchor Books Doubleday. 240 p. [In English].

10. Heilman Brooke, E. (2005). *East Asian art and the virtue of silence*. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2005/05/10/arts/east-asian-art-and-the-virtue-of-silence.html> (Last accessed: 04.10.2022) [In English].

11. Ishii, S. (1984). *Enryo-sasshi Communication: A Key to Understanding Japanese interpersonal interactions*. *Cross Currents*, 11(1), 49-58. [In English].

12. Lebra, T. (1976). *Japanese Patterns of Behavior*. Honolulu, University of Hawaii Press. 318 p. [In English].

13. Lebra, T. (1987). *The cultural significance of silence in Japanese communication*. *Multilingua: Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication*. 6. 343–357. [In English].

14. Lenone, M. (2017). *Silence Propaganda: A Semiotic Inquiry into The Ideologies of Taciturnity*. *Signs and Society*. 5(1). 154-182 [In English].

15. Malm, W. (2000). *Nōgaku, the Music of Noh Drama*. *Traditional Japanese music and musical instruments*. USA : Kodansha. 119-148. [In English].

16. Morgan, A. (2018). *Visible Silence: Kiyoshi Kurosawa's Cinematic Representation of Contemporary Japanese Characters*. *Film International*. 16(3). 80 [In English].

17. Morioka Masayoshi (2015). *How to create MA – the living pase – in the landscape of the mind: the wisdom of Noh theater*. *International Journal for Dialogical Science*. 9. 1. 81-95. [In English].

18. Murayama, M. (1995). *Silence: A Comparison of Japanese and U.S. Interpretation*. *Dissertations and Theses*. URL: <https://doi.org/10.15760/etd.6811> (Last accessed: 04.10. 2022) [In English].

19. Schnee, D. (2014). *Aesthetic Concepts in Japanese Noh Theatre: 能楽の美*. URL: <https://danielpaulschnee.wordpress.com/> (дата звернення: 04.10. 2022) [In English].

20. Shaap, R., Rimer, Th. (2010). *The Beauty of Silence: Japanese No and Nature Prints by Tsukioka Kogyo 1869-1927*. Leiden: Hotei Publishing [In English].

21. Shōgo, Ōta, and Boyd M. (1990). *The Water Station (Mizu No Eki)*. *Asian Theatre Journal*. 7. 2. 150–183. JSTOR, URL: <http://www.jstor.org/stable/1124337> (Last accessed: 02.11. 2022) [In English].

22.Trivia. Q67: What does "komi" mean in the Noh world? URL: <https://www.the-noh.com/en/trivia/067.html#:~:text=This%20is%20a%20special%20Noh,to%20concentrate%20on%20the%20performance> (Last accessed: 10.05. 2022) [In English].

23.Tsujimura, N. (2022). Expressing Silence: Where Language and Culture Meet in Japanese. Lexington Books. 172 p. [In English].

THE CONCEPTOSPHERE OF SILENCE IN ARTISTIC PRACTICES OF JAPAN

RYBALKO S.

Kharkiv State Academy of Culture, Ukraine

Purpose: to highlight philosophical and religious basis of the concept of silence and its derivatives, which together form a single semantic field, to determine its functions and representations in various areas of artistic practice.

Methodology. An integrated approach to the study of the conceptsphere of silence was used, which made it possible to determine its components and manifestations in a variety of traditional and modern artistic practices in Japan. In the process of research, methods and techniques of formal, figurative-stylistic, semiotic, comparative and content analysis were used. The work is based on the research work of various branches of the humanities; results of field research were carried out in 2005–2019.

Results. The main factors of formation and components of the conceptsphere of silence in Japanese culture are considered. The main forms and means of representing silence are highlighted on the example of works of fine art, visual and performative practices: sculpture, painting, graphics, ikebana, tea ceremony, traditional and modern forms of dance and theater, cinematography.

Scientific novelty. The means of visualizing the concept of silence in Japanese art, subject-thematic complexes associated with it and leading approaches are determined. It has been established that the concept of silence is realized in audial and visual dimensions and is one of the fundamental cores of Japanese art.

Practical significance. The considered principles of using silence as artistically expressed means can be applied in the development of a methodology for the analysis of works of Japanese art and subsequent studies of its morphology. The results of the work can be creatively interpreted in visual and performative practices and used in the development of exhibition projects.

Key words: *culture of Japan; Fine Arts; performative practice; symbolism; subject-thematic complex.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРА

Рибалко Світлана Борисівна, д-р мист., професор, завідувачка кафедри мистецтвознавства, Харківська державна академія культури, ORCID 0000-0001-5873-2421, **e-mail:** rybalko.svetlana62@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Рибалко С. Б. Концептосфера мовчання в художніх практиках Японії. *Art and design*. 2022. №3(19). С. 149–158.

Citation APA: Рибалко, С. Б. (2022) Концептосфера мовчання в художніх практиках Японії. *Art and design*. 3(19). 149–158.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.12>