

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

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

ЗА ПІДСУМКАМИ РОБОТИ 2019/2020 НАВЧАЛЬНОГО РОКУ

18 травня 2020 р.

Харків 2020

Всеукраїнська наукова конференція професорсько-викладацького складу і студентів ХДАДМ за підсумками роботи 2019/2020 навчального року // Збірник статей. 18 травня 2020 р., ХДАДМ. – Харків, 2020. – 234 с.

(Укр., рос, англ. мов.)

У збірнику представлено матеріали з актуальних проблем дизайнерської освіти.

Тематика конференції: дизайн (графічний, комп'ютерний, архітектурний, web, одягу, меблів, середовища, соціальний та інш.); новітні технології в мистецтві та дизайні; технічна естетика, інженерно-технічне забезпечення діяльності дизайнерів і художників; історія та теорія мистецтва, рисунок, живопис, графіка; монументальне, декоративно-прикладне мистецтво, реставрація творів мистецтва, дизайнерська і мистецька освіта з викладанням предметів гуманітарного циклу.

Збірник розрахований на пошукувачів вчених ступенів і знань, викладачів, науковців, студентів, магістрантів мистецьких спеціальностей.

Пропозиції, відгуки і побажання можна надсилати за адресою: editor2016@ukr.net.

Редакційна колегія:

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

**ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ
ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ ХДАДМ
за підсумками роботи 2019/2020 навчального року**

Акерман О.В.

викладач кафедри аудіовізуального мистецтва ХДАДМ

**ОСНОВНІ НАПРЯМКИ КУРСУ «ОСНОВИ ФОТО- ТА ВІДЕОЗЙОМКИ»
ДЛЯ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «РЕКЛАМА ТА ВІДЕО-АРТ»**

Основи фото- та відеозйомки — дисципліна, яка поєднує водночас як творчу, так і технічну складову. Фахівцям які працюють у галузі реклами та відео-виробництва важливо вільно використовувати сучасні технології створення та обробки як фото-, так і відеоматеріалів, для вільного володіння професійними графічними пакетами відео обробки.

Основною метою курсу «основи фото- та відеозйомки» є вивчення теоретичних основ і освоєння практичних прийомів фото- та відео зйомки, облаштування цифрового фотоапарата, обробки цифрових зображень та відео монтажу. Виконуючи практичні завдання, студенти отримують навички роботи з цифровою камерою, освітлювальними приладами, програмним забезпеченням для обробки цифрових зображень та відео монтажу.

Основною задачею курсу є забезпечення відповідної професійної підготовки майбутніх фахівців в галузі аудіовізуального мистецтва з професійною орієнтацією на створення цифрових зображень повного циклу, підготувати студентів до самостійного використання вмій та знань при виконанні завдань на основних профілюючих дисциплінах спеціалізації «Аудіовізуального мистецтва»: «Основи фото- та відеозйомки», «Рекламна фотозйомка», «Аудіовізуальні практики». Практичний курс будується на послідовному виконанні навчальних завдань зі зйомки та подальшої обробки цифрових зображень.

Принциповою відмінністю академічної системи освіти по спеціалізації «реклама та відео-арт» є можливість організації комплексного підходу до процесу навчання, при якому студент працює на стику дисциплін, за допомогою техніки виконання реалізуючі знання, отримані при вивченні художньо-мистецьких дисциплін, як то «композиція», «синтез мистецтв», «проекування», «аудіовізуальні практики» тощо.

В процесі навчання студенти поглиблено вивчають основне програмне забезпечення для обробки фото- та відеоматеріала, а також технології кінцевого виробництва рекламного фото- та відео контента.

При підготовці курсу «Основи фото- та відеозйомки» велика увага приділена теоретичному обґрунтуванню.

Традиційно заняття проходять у форматі лекцій та практичних аудиторних і домашніх робіт. Такий підхід до викладу матеріалу допомагає вирішити комплекс методологічних проблем. Перший блок лекційного курсу розглядає

наступні питання: історію фотографії та етапи розвитку; загальні принципи цифрової фотографії і облаштування цифрового фотоапарата; принципи роботи, взаємодія, вплив на кінцеве зображення; глибина різко зображуваного простору (об'єктиви, фокусна відстань та ін), поняття експозиції, витримки, діафрагми, ISO та їх взаємний вплив. Також лекційний курс присвячений завданням спрямованим на вивчення принципів роботи цифрового фотоапарата: типовим умовам використання гістограм, матриці фотоапарату, експомір, повний кадр і кроп. Другий етап лекційного курсу розглядає питання спрямовані на вивчення технологічних особливостей цифрової фотозйомки: аберация, дифракція, дисторсія, баланс білого, компресійні та безкомпресійні формати зберігання зображень, природне та штучне освітлювання. Далі розглядаються постійні та імпульсні джерела світла та імпульсні джерела світла, освітлювальні схеми. синхронізація, види і умови використання, вплив на кінцеве зображення., а також умови появи, методи боротьби з наслідками.

Другий блок лекційних занять присвячений Режимам фокусування, динамічному діапазон зображення та його корегування, та вивченню програмного забезпечення обробки цифрових зображень, роботи з растровою та векторної графікою. Практичні завдання спрямоване на вивчення принципів та інструментів обробки цифрових зображень.

Третій блок спрямований на вивчення загальних принципів та інструментів відео монтажу, розглядаються питання історії та базові принципи Експерименту Кульшова, голлівудська класифікація. Вивчення понять: відео- та аудіо трека, шкала часу, ключової анімації, лінійного та нелінійного монтажу, створення та налаштування епізоду. На практичних заняттях виконуються вправи художня ретуші зображення, методи частотного розкладання, склеювання планів.

Практична робота в аудиторії дозволяє відпрацювати навички студійної портретної та макрозйомки, роботу зі знімальною технікою та світловими приладами, демонструється робота з програмами, а самостійно студенти виконують практичну фото або відеозйомку, обробку зображень, створення відеокліпів, тощо.

Також важливою складовою організації процесу навчання є ознайомлення і детальний розгляд як сучасних зразків рекламної, телевізійної та кінематографічної продукції, так і класичних творів вітчизняного та мирового кінематографу.

Процес підготовки і методологія викладання курсу «Основи фото- та відеозйомки» для спеціалізації «Реклама та відео-арт» в умовах творчого вишу є можливістю фундаментальної підготовки спеціалістів з виробництва рекламної фото- та відео продукції и митців у галузі сучасного відеоарту.

Бедріна Н. С.

кандидат культурології, старший викладач кафедри аудіовізуального мистецтва ХДАДМ

ПІДГОТОВКА КУРСУ «ВЕБ-ДИЗАЙН» ДЛЯ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «РЕКЛАМА ТА ВІДЕО-АРТ»

Веб-дизайн – це сучасна галузь веб-розробки і різновид дизайну, в завдання якого входить проектування призначених для користувача веб-інтерфейсів для сайтів або додатків. Сучасним дизайнерам важливо знати про тренди і останні веб-технології, щоб завжди давати своїм користувачам передовий досвід, що вражає як естетично, так і функціонально.

Сьогодні існує велика кількість короткострокових курсів для дизайнерів, що продовжуються від 3 до 6 місяців. Вищі навчальні заклади, щоб залишатися конкурентоспроможними, теж повинні слідкувати за сучасними трендами в освіті.

Як правило, короткострокові курси «Веб-дизайн» або «UX/UI дизайн», спрямовані на суто практичну підготовку і структуровані наступним чином:

- «Пошук натхнення, тренди сучасного дизайну»;
- «Основні інструменти візуального дизайну: сітка, шрифт, колір»;
- «UX – дослідження досвіду користувачів»;
- «Прототипування: паперові та електронні прототипи»;
- «Створення сайтів: landing page, корпоративний сайт, інтернет-магазин, додатки для мобільних пристроїв»;
- «Створення анімації інтерфейсів»;
- «Пост-продакшн, верстка»;
- «Працевлаштування».

У ВНЗ є можливість дослідити історію веб-дизайну і немає необхідності зупинятися окремо на темі працевлаштування. До того ж, студенти спеціалізації «Реклама та відео-арт» на момент вивчення курсу «Веб-дизайн» вже знайомі з поняттями композиції, кольору, фотомистецтва, у них сформовані навички роботи з референсами.

Також студенти вже вміють працювати з деякими програмами, які необхідні для створення сучасного веб-дизайну: After Effects, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop. При викладанні дисципліни «Веб-дизайн» планується в основному працювати у програмі Figma, яка створена спеціально для розробки інтерфейсів.

При підготовці курсу «Веб-дизайн» велика увага була приділена теоретичному обґрунтуванню. На початку курсу студентам видається список обов'язкової літератури (7 найменувань), з якою вони повинні ознайомитись протягом вивчення дисципліни «Веб-дизайн». Література складається з актуальних позицій, які розташовуються у порядку від простішого до складного, і оновлюється щорічно. Також студентам рекомендується вивчати профільні статті з тематики веб-дизайну, приймати участь у профільних конференціях.

Традиційно заняття проходять у форматі лекцій (3-4 теоретичних питань) з мультимедійними презентаціями та практичних аудиторних і домашніх

робіт. Такий підхід до викладу матеріалу допомагає вирішити комплекс методологічних проблем:

- студенти сприймають інформацію з теоретичних питань візуально та аудіально, презентація дає можливість ілюструвати теоретичні питання, наприклад, історію веб-дизайну;
- при необхідності на лекції можна одразу звернутися до мережі Інтернет, щоб продемонструвати на проекторі складові сайту, або іншу необхідну інформацію;
- практичні завдання є доволі об'ємними: в аудиторії демонструється робота з програмами, а вдома студенти розробляють частини сайтів, анімації та інше.

Ознайомлення з патернами та найкращими практиками є важливою складовою курсу «Веб дизайн». Студенти повинні щоденно перед початком практики з предмету переглядати сайти з найсвіжішими роботами професійних веб-дизайнерів: Behance, Dribbble, Awwwards.

Отже, ми розглянули процес підготовки і методологію викладання курсу «Веб-дизайн» для спеціалізації «Реклама та відео-арт», і дійшли висновку, що в умовах творчого вишу є можливість фундаментальної підготовки спеціалістів з веб-дизайну.

Богачук О. В.

аспірантка кафедри ВП ХДАДМ

Наук. керів. проф. Т.В. Павлова

ПОВОРОТ ДО ІНТЕГРАЦІЇ ЦИФРОВОГО КОМПОНЕНТА В МАТЕРІЮ ТРАДИЦІЙНИХ ХУДОЖНІХ ЗАСОБІВ

Ключові слова: сучасне мистецтво, цифрові технології, віртуальний художній простір

На сьогодні, традиційні, вже відомі форми чи концепції художності радикально змінюються, оскільки мистецтво все більше осмислюється не як щось ізольоване, або окреме, а як те, що безпосередньо взаємодіє зі всіма проявами життя. В умовах глобальної промисловості та розвитку інформаційних технологій вбачається ситуація, в якій людина встановлює ставлення до реальності через акцентоване дизайном та культурою візуального середовища, в якому вона існує. З'являється потреба у візуальному обробленні сприйняття фізичного світу.

Багатоох художників надихає можливість конструювати віртуальне або частково віртуальний художній простір, синтезуючи різні форми та засоби. Художники розвивають імерсійні прийоми, тобто занурюють у віртуальність, або використовують можливості доповненої реальності, вбачаючи в технологіях нові засоби виразності.

У вітчизняному мистецтвознавчому дискурсі поворот до інтеграції цифрового компонента в матерію традиційних художніх засобів незмінно викликає питання про сенс створеного в новому контексті. Проблема-

тика впливу технологій, в першу чергу, пов'язана з тенденціями «нової антропології», процесами переосмислення ролі художника в процесі творчості та виникненням нових способів взаємодії з твором мистецтва з боку глядача. Саме на створення нового матеріального досвіду працюють сучасні художники, які використовують VR і AR технології.

Активно розвивається тенденція використання доповненої реальності, яка дозволяє поєднувати втілення образів у традиційних матеріалах живопису або графіки, з віртуальними статичними або анімованими образами. За допомогою планшета глядач поєднує зображення, або подорожує по виставці в віртуальних окулярах, опиняючись в тривимірному просторі образотворчого мистецтва.

Цікавим прикладом слугує японський арт-колектив teamLab, який своїми виставками та інсталяціями підкорив увесь світ, мета якого – поєднання мистецтва, дизайну, науки, техніки та природного середовища. TeamLab досліджує нові відносини та взаємозв'язок людини з природою через мистецтво. Арт-колектив створив teamLab Borderless и teamLab Planets - музеї, експозиції яких присвячені виключно мистецтву teamLab. TeamLab Borderless - це світ постійно мінливих творів мистецтва без кордонів, «музей без картин». TeamLab Planets - музей, в якому глядач рухається по воді. Відвідувачі музею гуляють босоніж по відкритому простору і можуть фізично занурювати свої тіла в твори мистецтва. Таким чином, художники переробляють і переосмислюють концепції і уявлення просторової свідомості, в тому числі досліджують традиційні прийоми мистецтва Японії, інтерпретуючи їх за допомогою цифрових технологій. Коли глядач вільно переміщується в арт-просторі, твори мистецтва трансформуються, в залежності від його поведінки і рухів. Глядачі можуть випробувати, пережити мистецтво за допомогою взаємодії та співробітництва, що відсилає до практики модерністів, але в новому віртуальному сенсі.

Список використаних джерел:

1. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: избранные эссе. М., 1996.
2. Бондаренко С.Д. Масова культура в контексті сучасних мистецьких технологій // Українська академія мистецтв: Дослід. та наук.-метод. праці. К., 2009. Вип. 16. С. 313.
3. Кун Т. Структура научных революций. М., 1977.
4. Lopes D. A. Philosophy of Computer Art. Routledge, 2009. 160 pp.
5. Wands B. Art of The Digital Age. L.: Thames & Hudson, 2006. 224pp
6. Портал Teamlab.art (<https://www.teamlab.art/>).
7. Портал Meow Wolf (<https://meowwolf.com/>).

Горбачова В. В.

аспірантка ХДАДМ, спеціалізація «Мистецтвознавство»,

Наук. керівник: Соколюк Л.Д., доктор мистецтвознавства, професор, завідувачка кафедри теорії і історії мистецтва ХДАДМ

ІНДІЙСЬКИЙ НЕНАРАТИВНИЙ ЖИВОПИС КРИЗЬ ПРИЗМУ ТВОРЧОСТІ ВАСУДЕО ГАЙТОНДЕ

Вплив абстрактних картин Васудео С. Гайтонде (1924–2001) на сучасне індійське мистецтво важко переоцінити. Його мінімалістичні пейзажі, що викликають асоціації з абстракціями В. Кандинського, М. Ротко та К. Малевича, за словами мистецтвознавця Гейта Капура, були сміливим проривом в історії індійського мистецтва. Між тим, Васудео мав не менший вплив і в якості вчителя, виховавши багатьох митців, в тому числі й Насріна Мохамеді, який удосконалив мінімалізм свого педагога [1].

З огляду на живописні акценти Гайтонде — двовимірний з відсутньою перспективою простір, суцільні лінії та блоки яскравого кольору — можна виділити два специфічні впливи. Перший — це західноіндійський живопис XI — XV ст., який відзначався лінійністю форми та відсутністю будь-якої тональності. Художники із західної частини країни використовували обмежену палітру твердих кольорних блоків для визначення простору (червона земля символізувала поле дії для головних героїв) та прості геометричні межі для розподілу текстів і зображення. Гайтонде ж переосмислює ці здобутки індійського мистецтва, ще під час навчання в художній школі. Він створює власне розуміння та ставлення до «іконографічності», однак не пориває з тенденцією звернення до здобутків індійського мистецтва минулих століть.

Інша помітна тенденція — найнеорливарніша візуальна уява Клеє, його особлива виразність ліній, ліричність звучання кольору, блискучий талент до створення фантастичних світів та символістське наповнення пластичної мови. Утім, варто відзначити, індійський митець ніколи не вважав себе абстракціоністом. Він стверджував, що немає такої течії, як абстрактний живопис. Власні роботи Гайтонде називав персоналізованими ієрогліфами та каліграфічними винаходами. На поверхні полотна йшов пошук Дзена, пошук вічної тиші, що особливо помітно в роботах без назви, які датуються 80-и роками минулого століття.

Розуміння митцем та його принципи зображення людської постаті, простору та абстракції було зумовлене дослідженням традиційного живопису Індії, яке історично поставало з настінного живопису, ілюстрованих рукописів (на пальмовому листі або папері) і рисунків на тканині. Гайтонде винайшов і власний підхід до створення нових робіт. Він ніколи не ставив полотно на мольберт, а розміщував його горизонтально, ніби нову площину, хоча з 1968 року й відбуваються помітні зміни: художник починає працювати із вертикальним форматом, залишаючись вірним йому до кінця художньої кар'єри.

В. Гайтонде був відомий суворістю, навіть брутальністю, самокритичністю та впевненістю. Він зневажав будь-яку сентиментальність у власній біографії та художній практиці. Митець навіть розірвав відносини з сім'єю, підкреслюючи важливість художнього процесу та ту радість, яку він отриму-

вав від творчості. Мистецтвознавець Днянешвар Надкарні так скаже про художника: «Гайтонде стояв, як камінь у морі моди. Його досягнення настільки ж реальні, як й історичні» [2, с. 4].

Список літератури:

1. Partha Mitter. The Triumph of Modernism. India's Artists and the Avant-garde, 1922-1947. London: Reaction Books Ltd, 2007. 272 p., il.
2. V. S. Gaitonde. Painting as process, painting as life / [Sandhini Poddar]. London: Prestel Publishing Ltd, 2016. 65 p.

Жеріхова Г. А.

викладач кафедри аудіовізуального мистецтва ХДАДМ

РОЗКАДРОВКА – ЯК КОНСТРУКТИВНО-ПЛАСТИЧНЕ РІШЕННЯ РОЛИКУ У АУДІОВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ

Процес створення образу аудіовізуального твору передбачає синтез художніх і технічних завдань, організацію роботи над проектом. Управління увагою глядача, розуміння, що є головним у сцені, що відбувається зараз і що станеться через деякий час, в анімації називають постановкою мізансцени. Для того, щоб домогтися точного фокусування, використовується комплекс засобів: визначення композиції окремих кадрів починається з розкадровки, та перед візуалізацією. Створюються сюжетні нариси для візуалізації сценарію, щоб оформити історію, зобразити персонажів і їх оточення в найбільш ясній і цікавій формі

З розкадровки починається розбудова мізансцен фільму. У аудіовізуальному мистецтві розкадровкою називають конструктивно-пластичне рішення, яке визначає межі простору і місце сюжетної дії в композиції ролику. На відміну від суміжних видів мистецтва, де є поняття «конструктивна ідея», у створенні аудіо-відео продукту відбувається пошук динамічного рішення композиції, композиції в часі. Розкадровання — це не тільки візуальна інтерпретація сценарію, вона також дозволяє зрозуміти склад кадру із зображенням дії і мізансцени, описаних у сценарії.

Розкадровання складається з малюнків, які ілюструють мізансцени ролику та монтуються в аніматик (сторі рил), що складається з послідовності кадрів, зібраних відповідно до сценарію. З цього матеріалу будується хронометраж ролика, плануються всі рухи камери і затверджується кожна окрема сцена. Закінчений аніматик являє собою основу, яка дасть напрям усьому виробничому процесу створення кліпу. Ключовий етап анімації передбачає розташування елементів відносно один одного в кадрі, що допомагає спланувати розташування і рух камери, місце розташування і пози головних персонажів (блокінг), розрахунок часу (таймінг) кожного плану.

Розкадровка— представлення сценарію у вигляді послідовності кадрів. Є робочою схемою майбутнього фільму, що пропонує різні схеми, навіть малюнки, креслення із зображенням кадрів, місця, руху камери, а також вказівки щодо звуку (шуми, музика, голос за кадром, діалоги і т.

Одночасно створюється анімована розкадровка — аніматик. Аніматик — це спрощені начерки, що допомагають режисерові спла-

нувати постановку послідовних рядів кадрів, і, крім того, інтеграцію візуальних ефектів в підсумкові кадри. Тут визначається хронометраж усього фільму, його частин, епізодів і сцен, пропонується композиційне рішення мізанкадру. Термін «мізанкадр» був уведений режисером С. Ейзенштейном і позначає образне рішення дії в кадрі з урахуванням усіх різних засобів кінематографа. На цьому етапі виробляється чітке бачення майбутнього ролику, що є каркасом для всього виробництва.

Паралельно з написанням сценарію починається робота художників, які зрозумівши суть твору і ідеї, уявляючи сцени майбутнього ролику, починають творити під керівництвом режисера. Тут народжуються образи персонажів, опрацьовуються декорації локацій, народжується атмосфера твору. Потім відбувається візуалізація сценарію.

Створення розкадровки для ролику - це процес, що включає безліч кроків. Її можна створювати як вручну, так і з використанням комп'ютера. Якщо створювати розкадрування вручну, то спершу потрібно завантажити шаблон розкадровки. Він виглядає подібно пустому коміксу, в ньому відведено місце для коментарів або діалогів. Потім потрібно накидати «ескізний» розкадрування, додати короткий опис.

Деякі програмні додатки навіть сприяють постановці специфічних зображень для розкадровки, створюючи можливість швидкого малювання кадрів, що відображають задуми режисера. Ці розкадровки, як правило, містять більш детальну інформацію, ніж ескізи розкадровки, і краще передають настрої сцени. Вони далі передаються оператору проекту, який з цих ілюстрацій вивчає режисерське бачення сюжету.

Процес розкадровки для цифрової зйомки і режисури виявляється практично таким же, як і для кінематографа і телебачення, хоча і існують деякі незначні відмінності. У цифровому середовищі розкадровка складається, головним чином, з цифрового вмісту або цифрового вмісту, накладеного на реальний відзнятий матеріал. Дальні плани, діалоги і послідовності дій можуть стати опорою анімаційного проекту, а отже, вони є головними елементами розкадровки. Зокрема, багато короткометражні анімаційні фільми починаються з встановлення зв'язку з місцем дії і персонажами. Найбільш привабливими елементами анімації є діалоги персонажів і дії, що відбувається в проміжку між ними. Якщо всі три зазначених елемента вдасться включити в розкадрування, цього буде цілком достатньо для досягнення намічених цілей зйомки і режисури.

Процес розкадровки дозволяє не тільки окреслити весь хід зйомки ролику, а й дає можливість правильно сформулювати кожен кадр і скласти його композицію, визначити роботу з планами і ракурсами, фіксувати таймінг звукового ряду та ін. Зокрема, розкадровка допомагає вибрати спосіб пересування, панорамування, наближення і віддалення камер або нахилу цифрової віртуальної камери в конкретній сцені. Розкадрування - перший і важливий етап у створенні аудіовізуального продукту, який дозволяє вибудувати архітектуру і пластику майбутнього ролику .

Касьяненко Т. В.

аспірантка ХДАДМ

Керівник: Соколюк Л.Д., доктор мистецтвознавства

ЄГОР ШРЕЙДЕР: НОВІ ВІДОМОСТІ З БІОГРАФІЇ МИТЦЯ

Шрейдер Єгор Єгорович, 1844 – 1922, український художник, педагог. У період з 1868 до 1870 — вільний слухач Санкт-Петербурзької Імператорської академії мистецтв. У 1872 році отримав малу заохочувальну медаль, а в 1874 — звання класного художника III ступеня з пейзажного живопису. Відіграв визначну роль в художній освіті Харкова другої половини XIX ст. Є.Є. Шрейдер відкрив у місті в 1875 році першу художню студію [2, С. 104]. Був учасником Харківського товариства шанувальників витончених мистецтв. Це був період, коли в місті розгортався активний студійний рух, що вносив нові віяння у розвиток мистецької освіти в Харкові. У 1907 Шрейдер запатентував оригінальну електромеханічну машину, яка давала можливість набирати текст різними шрифтами сьома мовами. Роботи майстра зберігаються в Харківському художньому музеї, фондах Харківської Державної академії дизайну і мистецтв, Державному Російському музеї (музей Олександра III) у Санкт-Петербурзі і приватних зібраннях.

У квітні 2008 року з нагоди 200-річного ювілею Мюнхенська академія образотворчих мистецтв (Die Akademie der Bildenden Künste München) оприлюднила цифрове видання журналів зарахування студентів до Академії для вільного онлайн-доступу. Публікація у вигляді онлайн-бази даних пропонує інформацію про навчальний процес в Академії 1808-1920 років. База пов'язана з іншими бібліографічними порталами і може бути доповнена коментарями користувачів та додатковими матеріалами. Наявність такого документа дало змогу висвітлити факт та строки перебування Єгора Шрейдера в Мюнхенській академії [3].

До наукового обігу вводиться новий архівний документ стосовно навчання Єгора Шрейдера у Мюнхенській Королівській Академії (Königliche Akademie der Bildenden Künste) у 1867 – 1868 рр. [Лл.1]. З цього документу достеменно відомо, що Єгор Шрейдер (Schreider, Georg) вступив 15.10.1867 до античного класу (Antikenklasse) Мюнхенської академії. У примітках до запису 2327 зазначено: «Bemerkungen: Erhielt am 5. März 1868 die Matrikel.», тобто «Отримав матрикул* 5 березня 1868 року» [4]. Також у цьому документі вказано фах батька Єгора Шрейдера «Stand der Eltern, dessen Vater: Architekt». З архівних документів стає відомим: «Безпосереднім керівником будівельних робіт був архітекторський помічник 7-го військово-робочого батальйону, прусський підданий, вільно практикуючий архітектор і механік Єгор Шрейдер (народ. в 1792 році) ... В атестаті з Вовчанського повіту... від 14 березня 1829 р. перераховані види робіт, виконаних Шрейдером: «розташував в англійському смаку сад з облаштуванням в ньому для усамітнення дерев'яного будиночка і виготовив різні плани, як-то: альтанки, оранжереї, баню, лікарню, парадну стайню, манеж, каретний сарай і ін.» [1, С.4]. З 1829 до 1845 року Шрейдер-батько керував будівництвом 67-ми об'єктів у Чугуєві, зокрема «Покровського собору, дзвіниці, дерев'яного будинку

Zahl	Name	Geburtsort und Stand der Eltern	Alter	Kunstsach.	Tag				Bemerkungen	
					der Aufnahme	der Aufnahme	der Aufnahme	der Aufnahme		
					Jahr	Monat	Tag	Jahr	Monat	Tag
2220	Pentecoste Ludwig	1807 Jena 1807 Jena auf.	19	malen	1859	20	22			
2221	Lefft's Ludwig	1807 Göttingen 1807 Göttingen auf.	20	schn.	1859	20	20			
2222	Kunze's Ludwig	1807 Bonn 1807 Bonn auf.	19	schn.	1859	20	20			
2223	Georg's Ludwig	1807 Weimar 1807 Weimar auf.	20	malen						1859
2224	Mayer's Ludwig	1807 Jena 1807 Jena auf.	19	malen	1859	20	20			
2225	Unger's Ludwig	1807 Göttingen 1807 Göttingen auf.	19	schn.	1859	20	20			
2226	Schäfer's Ludwig	1807 Jena 1807 Jena auf.	20	malen	1859	20	20			
2227	Tasch's Ludwig	1807 Bonn 1807 Bonn auf.	20	malen	1859	20	20			
2228	Lechner's Ludwig	1807 Göttingen 1807 Göttingen auf.	19	schn.	1859	20	20			
2229	Bradt's Ludwig	1807 Göttingen 1807 Göttingen auf.	22	schn.	1859	20	20			

Іл. 1.

на випадок приїзду Государя Імператора (Шляховий палац), мостів через Сіверський Донець, комплексу будівель Школи сільського господарства...» [1, С.4]. Тепер зрозуміло стає схильність Шрейдера-сина до художньої справи.

З архівних онлайн документів Мюнхенської академії відоме ім'я наставника Шрейдера. Ним був Едуард Шлейх (Eduard Schleich, 1812 – 1874), якого часто називають батьком мюнхенського пейзажного живопису.

Згодом Єгор Шрейдер потрапив до Парижу, де до кінця 1880-х років перебувала ціла колонія митців з Російської імперії. У Парижі Єгор Єгорович захопився творчістю барбизонців — Руссо, Кору, Мілле, Діаза, Добіньї, та імпресіоністів. Таким чином, розвиток творчої особистості Єгора Шрейдера знаходився під впливом двох європейських художніх шкіл — німецької та французької. Німецька школа вимагала від художника більше думати, а французька — ще й відчувати.

Треба зазначити, що значна кількість згодом видатних митців відвідували приватну студію Є.Є. Шрейдера в Харкові, а згодом і в інших містах України і вважали себе його учнями. Серед них — П. Левченко, М. Ткаченко, Г. Верейський, К. Істомін, О. Делла-Вос-Кардовська та ін.

*Матрикул (лат. matricula — список) — витяг у вигляді свідоцтва, посвідчення

Літературні та архівні джерела:

3. Бучаста С.І. Будівля торгових лавок військового поселення ХІХ сторіччя в Чугуєві: історія будівництва та існування. / С.І.Бучаста // Пам'яткознавчі погляди молодих вчених ХХІ ст. Збірка наукових статей з пам'яткоохоронної роботи. Харків: Курсор, 2013. Випуск 3. С. 33–39. Режим доступу: https://repin.in.ua/sites/default/files/pdf/torgovye-gyady_1.pdf
4. Соколюк Л.Д. Студія Є. Шрейдера у Харкові // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура. 2008. № 10. С. 103 – 108. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2008_10_17
5. Режим доступу: <https://www.adbk.de/de/akademie/archiv-historisches/matrikelbuecher.html>;
6. Режим доступу: https://matrikel.adbk.de/matrikel/mb_1841-1884/jahr_1867/matrikel-023

Лисенко Ганна Олександрівна

аспірантка кафедри теорії та історії мистецтв, Харківської академії дизайну та мистецтв, ORCID ID: 0000-0003-3781-5572

Науковий керівник: Мельничук Людмила Юріївна, канд. мистецтвознавства, доцент, доцент кафедри теорії і історії мистецтв, ХДАДМ

ХУДОЖНЬО - СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТВОРІВ АНАТОЛІЯ ЯКИМЦЯ

Український митець, Заслужений художник України Анатолій Якимець працює в області монументального та станкового живопису, є автором багатьох тематичних картин, портретів, натюрмортів, настінних розписів, мозаїчних панно, учасником численних виставок.

Вивчення особливостей творчості цього мистця дає можливість висвітлити окремі, особливі грані художнього життя Запоріжжя, поглибити уявлення про сучасний національний мистецький процес та внести результати цього дослідження у науковий обіг сучасного українського мистецтвознавства.

Метою дослідження є аналіз художньо-стилістичних особливостей творів художника Анатолія Якимця та виявлення індивідуальних рис його творчості.

Український митець Анатолій Якимець народився у 1943 році в селі Ново-Семенівка Чернігівського району Запорізької області. З ранніх років в ньому проявилася любов до малювання, про що він згадував у інтерв'ю регіональному виданню [1; 3]. Початкові навички малювання майбутній художник отримав у Запоріжжі, в студії образотворчого мистецтва будинку культури «Металург», під керівництвом художника Ф.Ф. Шевченка.

Подальше навчання в Одеському художньому училищі ім. Грекова під керівництвом Д.М. Фрумїної дає панували традиції імпресіонізму надало митцю досконалого відчуття кольору.

Після Одеси майбутній художник вступив у Московське вище художньо-промислове училище де навчався на факультеті монументального мистецтва. Саме вивчення таких різних напрямків образотворчого мистецтва породило художню мову живопису Анатолія Якимця: синтез монументального мистецтва та імпресіоністського методу ліпки мазка.

Ще в сімдесяті роки ХХ століття проявилась цікавість художника до національної української історії та культури. Закінчуючи Московське вище

художньо-промислове училище він обрав тему з української історії «Запорізька вольниця».

Повернувшись після навчання до Запоріжжя Анатолій Якимець продовжував працювати згідно до своїх поглядів. Сам митець визначив своє мистецьке призначення так: «...Художник повинен реалізувати у роботах себе та свій світогляд... Дуже люблю нашу українську землю. Я пишу портрети оточуючи мене людей, український типаж. І на моїх натюрмортах овочі, фрукти, квіти – ті, що виростили на нашій землі...» [2; 6].

Серед найвідоміших натюрмортів художника – «Натюрморт з хлібом» (1984), «Весняні квіти» (1994), «Осінній натюрморт» (2000), «Осінній натюрморт з кавуном» (2002) тощо.

Часто художник складає натюрморт не тільки з урожаю, повсякденних предметів побуту але й предметів, що мають символічне значення. І це перетворює звичайний постановочний натюрморт у символічну картину, яка має безліч підтекстів, як, наприклад, «Натюрморт з хлібом» (1984). Натюрморт побудовано на контрастах кольору, світла і тіні, першого і другого просторових планів. Насичений, яскравий колорит роботи справляє сильне емоційне враження. Теплий промінь вечірнього сонця вихоплює з густої холодної тіні сніп пшеничного колосся, прикрашений червоною стрічкою та коровай, викладений на вишитий рушник. А поруч лежить серп, що додає символізму всій композиції. Характер, напрямок та фактура мазків створює враження мозаїки, а колорит роботи будеється за принципом фіксації зміни кольору під впливом освітлення, багатства колірних та тонових взаємозв'язків. Сам художник зазначає: «Люблю яскравий колір... Натюрморти самі по собі мальовничі, багатоколірні. Тут я можу імпровізувати, «посилювати» колір. У них я «відвожу» душу, «остигаю» від основної та улюбленої роботи – портретів» [2; 6].

Портрет є головним жанром у творчості Анатолія Якимця. В його роботах проявляється глибокий інтерес до особистості людини, її психологічної характеристики: «Коли вдається передати сутність людини, її внутрішній психологічний склад, тоді робота має художню цінність» [3; 10]. У своїх портретах митець зображує образи сучасників – друзів, родичів, знайомих. І в кожному з них він шукає та втілює національний дух, як, наприклад, у портретах «Учасник народного хору «Козацька родина» О. Іванюк» (2003), «Портрет священника Олексія запорізької єпархії» (2001) тощо. З особливою теплотою художник звертається у своїй творчості до своїх рідних – матері, батька, діда. У цих портретах він розкриває не тільки психологічний образ портретованих, але й звертається до історії їхнього життя, яка нерозривно пов'язана з історією України: «Рік 1937. Своєму дідові Єременко Андрію Максимовичу присвячую» (2000); «Портрет матері» (1997); «Чекання весни (портрет батька)» (1987); «Спогади» (1980). У останньому, парному портреті батьків художника, незважаючи на яскравий, святковий колорит, відчувається сум його героїв, які згадують важкі часи Другої світової війни, на що вказують деталі картини. У своїй роботі художник окрім психологічної характеристики людини часто закладає ще й філософський сенс – у кожному з них є якісь деталі, що вказують на важливу подію, період часу з нашої історії

або наводять на роздуми. Найбільш значні роботи художника у цьому жанрі: диптих «І вернувся солдат...» (1985), «Пам'ять» (1985); «Сімейні реліквії», (1987); «Багрянний вечір», (1988) тощо.

Можна зазначити, що Анатолій Якимець творить у руслі української культурної традиції. Індивідуальний стиль митця склався після завершення навчання на основі синтезу одеської імпресіоністичної школи живопису та московської школи монументального мистецтва. Художник працює створюючи влучні поєднання майже декоративної композиції та колориту, який він буде за рахунок збагачення колірних та тонових відносин, контрастів світла і тіні, особливого, «мозаїчного» способу нанесення мазків.

Література:

1. Алексеева О. Художник повинен робити відкриття. Молодіжна інформаційна газета. 2008. №9. С. 3.
2. Олійник С. Художник Анатолій Якимець. Індустріальне Запоріжжя. 2003. № 206. С. 6.
3. Серета В. Кольори життя Анатолія Якимця. Запорізька правда. 2010. № 33-34. С. 10.

Литвинюк Л. К., доцент каф. «ГД», кандидат мистецтвознавства

Шауліс К. К., ст. викладач каф. «АВМ», ХДАДМ

СУЧАСНІ ЕКОЛОГІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ЯПОНСЬКІЙ ГРАФІЦІ

На сучасному етапі формування японської екологічної графіки можна виділити декілька головних аспектів та тенденцій розвитку. По-перше це космополітизм, що проявляється крізь призму прийняття художньої мови різних країн світу, та поєднання її разом з японською. Причиною таких тенденцій є вільна міграція, як результат не можливо інколи віднести художника до певної нації.

Інтеграція у сучасний мистецький простір посилює космополітичні тенденції у мистецтві Японії, проте у той же самий час породжує бажання художників винайти свій власний художній стиль та мову, щоб виокремити японське мистецтво із широкого загалу. Таке прагнення проявляється й у дотримуванні японських традицій у мистецтві та бажанні спорідненості з корінням. Художники часто звертаються до наслідування автентичних художніх заведень, проте це не просте копіювання, це переосмислення художніх доктрин минулих поколінь та винайдення свого власного стилю.

Сучасні мистці продовжують розвивати дві основні тенденції екологічної графіки, що були закладені ще у XVII ст. Це зображення природи, як символу прекрасного та вічного і продовження тематики катастрофи, до них додаються продиктовані необхідністю та загрозливою екологічною ситуацією теми природозбереження та раціонального природокористування, а також проблематика збереження тварин та рослин, що знаходяться на межі вимирання.

На ряду із основними тенденціями, сучасні майстри продовжують використовувати прийоми та засоби художньої виразності, що були закладені їхніми попередниками. Серед найрозповсюдженіших – використання принципів вабі – сабі, що диктують звернення до простих речей та пошук прекрасного у всьому оточуючому середовищі. Актуальними залишаються й

укладені віками образотворчі елементи, такі як площинність, декоративність. Так само популярним лишається використання яскравих кольорів, проте з часом намічається тенденція до переходу від «природних» колористичних рішень до «штучно-яскравих».

Графічна мова робіт неоднозначна, адже створюючи екологічні плакати, автор ставить перед собою на меті, не лише виготовлення «гарної картинки», він вкладає певний зміст, та використовує різноманітні художні прийоми, щоб детальніше та якомога краще передати бажаний зміст глядачеві.

Оскільки плакат є не лише особливою галуззю графічного мистецтва, а й інструментом впливу, засобом поширення певних ідей, порушення громадських дискусій, то цілком закономірно, що поступове усвідомлення відповідальності суспільства за збереження навколишнього середовища актуалізувало розвиток екологічного плакату у 90-ті роки ХХ століття. За минулі десятиліття зазначений жанр отримав постійну позицію в мистецтві японського плакату. До його розробки долучилися такі відомі постаті, як Фукуда Шигео, Йошитеру Асаї, Аракі Юко, Конесато Андо та ін.

В плакатах 1991–2009 років виділяються основні тенденції. Найбільша група плакатів – виконана за допомогою *графічних* прийомів. Роботи цього блоку мають надзвичайно широкий спектр сюжетів, серед яких привалюють зображення тварин, птахів та комах. Роботи групи *фотоколажних* плакатів, в основному зосереджені на зображенні людини та природи. Та на відміну від попередньої групи роботи якої варіюються від реалістичних до надмірно фантастичних, фотоколажні плакати в основному реалістичні, це пов'язано в першу чергу з технікою виконання. Адже створюючи свої роботи, майстри використовують фотографії реального навколишнього середовища чи людей. *Шрифтові* плакати складають найменшу за кількістю групу робіт. Але не дивлячись на незначну кількість, роботи цього блоку сповнені глибокого змісту, адже несуть в собі «подвійне» навантаження, бо за допомогою лише шрифту авторам вдається вкласти серйозний зміст у плакати.

Огляд сучасної художньої практики Японії свідчить, що на зміну старим майстрам, котрі створювали свої плакати наприкінці ХХ та початку ХХІ століття приходять нові. Серед них Хаджіме Цушіма, Хісае Оба, Кей Сато, Кен Маруяма, Лінда Ріто, Такаші Йосомія, Тойоцугу Іто.

На сучасному етапі розвитку японського екологічного плакату простежуються як збереження традиційних прийомів і підходів в осмисленні та художніх рішеннях проблематики «людина – природа», так і пошуки оновлення художньої мови, прагнення виразити змісти універсальними засобами.

Останнє пояснюється не лише процесами глобалізації, що суттєво позначаються на характері та змісті художньої освіти, арт-ринку і творчій практиці. Опанування західних прийомів у плакатній графіці й інших видах мистецтва триває вже понад століття -- після відкриття Японії світові і початку процесу модернізації країни. Відтоді налічується декілька поколінь митців, що працюють у західній художній системі. Деякі з них сьогодні успішно репрезентують художні досягнення інших країн. У контексті нашої проблематики важливо відзначити й той факт, що елементи західного мистецтва протягом століття тактовно використовуються і в національних школах живопису та

графіки. Тож творче використання принципів і прийомів західного мистецтва є вже сталою традицією у японській художній практиці.

Відносно національного надбання і його переосмислення в розробці екологічного плакату на початку XXI століття, відзначимо зображення природи, як символу прекрасного та вічного та продовження тематики катастрофи. Останнє доповнюється темами природозбереження та раціонального природокористування, збереження тварин та рослин, що знаходяться на межі вимирання.

На ряду із використанням традиційних образотворчих елементів та засобів художньої виразності таких як використання локальних кольорів, площинність та декоративність, набувають популярності й нові. Серед таких є уживання «штучно-яскравих» фарб, що, вочевидь, пов'язується із зміною міського середовища. Фарби, виготовлені на основі природної сировини добре сприймаються у закритому середовищі музею, або житлових приміщень. Плакат же призначений для відкритого простору, який на сьогоднішній день перенасичений неоновим світлом, рекламними щитами, різноманітними візуальними знаками.

Спектр художніх прийомів, що їх застосовують сучасні плакатисти розширюється завдяки значній комп'ютеризації та появі нових графічних редакторів. Серед нових прийомів - використання акварельних мазків та максимально наближеного до рукописного шрифту (новітніні технології дають можливість не просто імітувати, а відтворити рукописний шрифт); також використання 3D ефектів, які додають відчуття реальності зображуваному. Відкрита композиція, до якої також вдаються японські плакатисти, створює ефект розмивання рубежів, та вихід за межі звичних спостерігачу кордонів плакату. Не меншою популярністю користуються різноманітні оптичні ілюзії, що створюють відчуття деформації простору. Оптична гра з типографікою надає зображуваному більшої пластичної експресії, через розмаїття візуальних ефектів утворює змістовні акценти, підтексти тощо.

Список джерел:

1. 4-й Блок. URL : <http://www.4block.org/ru/association/participants/id29> (дата звернення :18.02.2019).
2. Виставка-спутник Триеннале «4-Блок» : 27.04 — 16.05.2009 «В отсутствии автора 5 : nature more». Муниципальная галерея : анонс події. URL : <http://news.kh.ua/kharkov/anons/12892-vystavka-sputnik-triennale-4-blok-2704-16052009-v.html> (дата звернення : 25.03.2019).
3. Стельмашук Г. Багатовекторність сучасного мистецтва. Сучасне мистецтво, 2015. Вип. 11. С. 37–39. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/S_myst_2015_11_9 (дата звернення : 15.08.2018).
4. Akiko Katsuta URL : <https://www.fmirobcn.org/en/exhibitions/5738/ito-shinsui-tradition-and-modernity> (дата звернення : 15.05.2019)
5. Guide to modern Japanese Prints. URL: <https://books.google.com.ua> (дата звернення : 07.05.2019)
6. Naifa museums/ six museums in one frame. URL : <https://www.hms.org.il> (дата звернення : 25.03.2019).
7. Holman B. Japanese ARP posters. 11 February 2006. URL : <http://airminded.org/2006/02/11/japanese-arp-posters/> (дата звернення :15.08.2018).

8. Japan. URL : <http://www.pressreference.com/Gu-Ku/Japan.html> (дата звернення : 22.03.2019).
9. Ronin Gallery. URL: <https://www.roningallery.com> (дата звернення : 15.05.2019).
10. The History of Japanese Print. URL : http://www.ehow.com/about_5158067_history-japanese-print.html (дата звернення : 15.02.2018).

Логачова Белла

викладачка кафедри ВП ХДАДМ

ДІЯЛЬНІСТЬ ГАЛЕРЕЇ-ЛАБОРАТОРІЇ “SOSKA” В ХУДОЖНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ ХАРКОВА 2000-Х РОКІВ

Ключові слова: SOSka, Харків, сквот, акціонізм, фотографія, нові медіа

Харківське художнє середовище 2000-х на деякий час завмерло в очікуванні появи нової генерації митців, що можуть нарешті зрушити надбане поколіннями радянських часів та сповненої тоталітарної ідеології стереотипне мислення у всіх шарах суспільства і соцкультури. Нові молоді художники були покликані зайнятися проблематикою перехідного періоду і переходу від радянського до нового українського мистецтва. Паралельне виникнення в різних регіональних центрах України творчих само-організованих утворень, що існували без зовнішнього фінансування, призвело до того, що нарешті про них почали говорити у художніх колах, як про новаторів та митців-активістів. Новий час по перших десятиліттях української незалежності та необхідність бути не заангажованими досвідом реакції на радянську дійсність – стали головними виразними засобами нового українського стилю і нового часу.

Одночасність виникнень груп молодих художників: Києва (РЕП) та Харкова (SOSka), їх протиріччя та взаємодія, як традиційно між двома найбільш культурними та розвиненими центрами України, спочатку призвели до конфронтації, та згодом сталося об'єднання зусиль задля більшої мети по оновленню всього контексту сучасного українського мистецтва. Установка та висловлювання столичних молодих митців в протиставленні мейнстріму образотворчого мистецтва, а в “маргінальному” й “провінціальному” Харкові – критична фотографія в стилі “ХШФ” та застосовування фотографії як акції з залученням відео і медіа мистецтв, за епатажним та соціокультурним присмаком, давало культурній сцені країни більш експериментальний та модернізований характер. Все це мало потужно спрацювати на користь національним інституціям та виходу з пострадянського ідеологічного простору. Харківські інституціональні (муніципальні) фестивальні рухи, починаючи з 2003-го, були спробою залучити молоде покоління митців до колаборації зі своїми експериментальними майданчиками і працювали в річищі глобалізму, націленому на розважальний характер в художньому середовищі, з тенденцією та практикою “виключення” митців та розподілу на «своїх» та «чужих». Вперше яскраві публічні висловлювання, що звернули увагу всієї художньої спільноти та вишли за межі міст, – були створені в контексті “Помаранчевої революції”. Цей період для Харківського художнього середовища став потужним внесенням динамічної мобільної енергії в

соціальний рух. Молодими митцями була обрано методіку перформативної подачі мистецтва і швидкого реагування на події у вигляді звичної для естетики Харківської Школи Фотографії соціальної тематики. Конфліктність художніх спільнот всередині одного міста була помітним явищем. Утім, на ґрунті цих настроїв з'явилась необхідність і особиста ініціатива самоорганізованих художників для створення альтернативної інституції “SOSka” за моделлю “лівих”, її діяльність саме було спрямовано проти монополії на мистецтво.

“SOSka” ґрунтувалася й запозичувала досвід, у першу чергу, в дуже яскравого явища пострадянського періоду – “Групи швидкого реагування”. Ця група існувала з 1993 року по 1996 рік та складалася з трійки всесвітньо відомих фотографів: Бориса Михайлова, Сергія Браткова, Сергія Солонського, які одними з перших використали в Україні акціонізм як творчий засіб висловлювання. Ця методика та естетика глобально вплинула на всю діяльність молодих художників “SOSka”.

Феномен Харкова полягає в тому, що його географічне розташування на перетині київського та московського векторів культури й мистецтва йде всупереч його провінціалізму, з ним пов'язаний ряд дуже знакових постатей, які революційно змінили та трансформували художні думки початку ХХ століття. У 20-30-ті роки це були Василь Єрмілов та Володимир Татлін з передовими ідеями авангардизму і конструктивізму, футуристичні тенденції, пов'язані з Велемиром Хлебниковим, який був магнітом тяжіння культурної спільноти. У 50-60-ті в андеграундному середовищі фотохудожників були сформульовані нові естетичні принципи, які лягли пізніше в основу харківської фотографічної школи 70-80-х. У центрі їх уваги опинилося табування тематики інтимного й особистого, що в умовах радянської дійсності було радикальним нонконформістським жестом, з'явившись відправною точкою формування школи естетики негативного.

Ця естетика приваблювала молоду генерацію митців 2000-х своєю критичністю та спрацьовувала на досягнення головної мети - бути почутими та радикально заявити про себе більш широкому загалу, вийти зі стану маргінальності та провінціалізму, розгойдати харківське культурне середовище. Перша виставка “Художники SOSki” була проведена восени 2005 року та стала відправною точкою у мистецтві 2000-х. Було створено субкультурний альтернативний простір за формою “Сквот”. Дуже активно було розпочато використання медіа мистецтв та відеоарту, нових медіа та тотальної інсталяції, звертаючись до творчого надбання Іллі Кабакова, а також перетворення фотографії на медіа акцію та анонімну фотографію з подальшими документальними формами на користь збільшення швидкого та провокативного впливу на глядача та нашарування персонального медіа реаліті архіву. У першому складі групи “SOSka” проіснувала до 2007 року, зробивши квантовий стрибок у технологічній прірві, змінивши уявлення харківського середовища на можливості засобів візуалізації в сучасному медіа мистецтві.

Лю Фань*аспірант, ХДАДМ**Науковий керівник: Соколюк Л.Д., доктор мистецтвознавства, професор, завідувачка кафедри теорії та історії мистецтв ХДАДМ***СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕЙЗАЖІВ ВАНГ КЕДЖУ**

Відомий китайський пейзажист Ванг Кеджу (1956) пройшов чималий шлях від реалізму до символізму. Народився майбутній митець в живописному місті Циндао, розташованому в південній частині півострову Шаньдун, що зі сходу омивається Жовтим морем. Назва місцевості складається з двох ієрогліфів, що в перекладі означають «зелений острів». Чарівність рідних пейзажів найбільше розкривається з вершини гори Лаошань. Саме ці гірські ландшафти стали певним «іконографічним каноном» багатьох творів художника.

Як живописець Ван Кеджу формувався під час активного розвитку реалізму в китайському олійному живописі. Його творчість зазнала чимало стильових змін та сублімацій. Ван Кеджу полюбає працювати з природи. У 2017 році художник здійснив подорож по китайським видатним місцям, створивши низку етюдів і картин в живописних місцях Китаю — Нандайхе та Чжаншіяні в провінції Хебей, Вейхай у Шаньдуні, Чжунцзяцзяо в Шанхаї, Венчанг в Хайнані. В цей час Кеджу працював і в інших країнах, включаючи Чехію та США (Сан-Франциско), створивши понад сто нових картин.

Своєрідним підсумком плернерних практик митця стали декілька виставок у Національному художньому музеї Китаю та Художньому музеї Чжучжуна в 2017 році. Найбільш повно живописні здобутки майстра останніх років були представлені на персональній виставці «Стиль Ванг», яка пройшла в січні – лютому 2018 року в Pifo gallery (Пекін) під кураторством Imatrendge Space. В експозиції, окрім нових творів, були представлені фотографії пейзажів, виконаних майстром, у більш ранні періоди творчості.

Творчість Ванг Кеджу є невід’ємною ланкою сучасного олійного пейзажу Китаю. Завдяки складному перекриттю кольорів, динамічній композиції та ритміці його твори набувають певних зорових ефектів, що легко ідентифікується в самобутній «стиль Кеджу». Починаючи з 1980-х років Ванг сформував своєрідні принципи образотворення, що ґрунтуються на синтезі західного олійного живопису і традиціях та новаціях китайського мистецтва.

За словами самого Кеджу, натурні враження при пильному спогляданні «природних ритмів», допомагають йому відійти від класичних «штампів» і стереотипів. Він вважає, щоб досягти справжньої сутності мистецтва, не потрібно намагатися фотографічно передавати просторові співвідношення природи, реалістично трактувати світлоповітряне середовище, форму об’єктів тощо. Він вважає, що можливість відчуття сонця в природі, прямий зв’язок між серцем митця і навколишнім середовищем наповнюють емоціями, своєрідною атмосферою, яку неможливо досягти при роботі в майстерні. В такому сенсі кожен з його творів походить від природних вражень, не є пасивною копією, а стає певним емоційним відображенням натурних вражень.

Незважаючи на великий вплив імпресіоністів і постімпресіоністів на пейзажний живопис Ванг Кеджу, його твори набувають стильових ознак авангардного мистецтва. Художник за допомогою графічних елементів і абстрактних плям передає різні емоційні стани, від суму до екзальтації. В такому сенсі міркування про засоби побудови форми, кольорових сполучень, ритму, цілісності зображення стають основними засобами виразу емоцій майстра.

В інтерв'ю Лі Даджуну, куратору проекту, Ванг окреслив свою мистецьку концепцію останніх років як шлях до витоків національного китайського мистецтва, а саме каліграфії. Підтвердженням цього є чимало робіт майстра, включаючи найбільш відомі — «Прекрасний Тайхань — Чжаншіян», «Щаслива риба під мостом, де риба була звільнена — Чжуцзяцзяо». Стиль цих творів відрізняє витонченість лінії, колір і багатство текстур.

На картині «Щаслива риба під мостом, де риби були звільнені — Чжуцзяцзяй» (2017) художник зображає один із найкрасивіших природних мотивів околиць Шанхаю. На водній поверхні, як в дзеркалі, відбиваються численні старовинні споруди і кам'яні мости. Пожвавлення полотна надають силуети дерев на світлому тлі неба і води та одинока постаць рибалки в човні, що немов насолоджується красою краєвиду. Картина написана в радісних світлих тонах, техніка штрихування різнокольоровими мазками поверхні полотна надає роботі особливої динаміки. Завдяки цим засобам твір немов оживає: хмарки біжать по небу, дрібне хвилювання води підганяє невеликий човник до рідних берегів.

Яскравий талант пейзажиста, вміння передавати найрізноманітніші стани рідної природи простежуються у картині «Прекрасний Тайхан» (2017). Робота побудована на гармонії кольорових сполучень: плавні ніжні переходи тонів створюють відчуття умиротворення. Краса гірського масиву Тайхан, що є унікальним за своїм рельєфом, високими вершинами, глибокими ущелинами і водоспадами, з давніх часів привертала увагу художників і поетів. Композиція твору нагадує давні китайські сувої. Пейзаж, розміщений на довгому горизонтальному полотні, представляє собою погляд на місцевість з висоти пташиного польоту, що надає роботі відчуття неосяжності простору.

Творчість Ванг Кеджу репрезентує розвиток сучасного пейзажного мистецтва Китаю. Звертання до природних мотивів як джерела набуття мудрості і вдосконалення є головною ознакою його живопису. Картини художника сповнені любові до рідної природи та схожі на ліричну мелодію та витончену поезію.

Мамедов К. С.

доцент кафедри аудіовізуального мистецтва ХДАДМ

ХУДОЖНЯ ІНСТАЛЯЦІЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МІЖДИСЦИПЛІНАРНИХ ЗВ'ЯЗКІВ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ ДЛЯ СТУДЕНТІВ НАПРЯМУ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА

У сучасному художньому світі термін «інсталяція» розуміється як форма сучасного мистецтва, що представляє собою просторову композицію, ство-

рену з різних матеріалів і готових форм (природних об'єктів, промислових і побутових предметів, фрагментів текстової та візуальної інформації) і що являє собою художнє ціле. У такому вигляді вступаючи в різні комбінації річ звільняється від своєї практичної функції, набуваючи функцію символічну. Розмір інсталяцій варіюється від гранично малого, до масштабів просторів великих музеїв. Інсталяція, на відміну від плоских картин-зображень і одиничних об'єктів, орієнтується, як правило, на створення форми наповнення простору, середовища. Ключову роль у створенні інсталяцій грають фактура матеріалу, символіка зображення і масштаб. Прості доступні матеріали мають можливість активно змінювати навколишній простір. Головним є не декор, а створення необхідного художнього образу.

Розрізняють типи інсталяцій: сюжетно-розповідний, об'єктно-предметний, зорові (робить акцент на споглядання якогось зображення або споруди). Одною з форм сучасного відео-арту є звукова інсталяція заснована на синтезі різних художніх засобів, як класичних, так і сучасних. Звукова інсталяція відрізняється тим, що глядач може не тільки споглядати її з боку, але і бути її учасником. При створенні інсталяцій можливе застосування всіх видів матеріалів. В інсталяції можуть бути використані як звичайні матеріали: дерево; метал; папір; камінь, так і абсолютно незвичайні: створення за допомогою високих технологій, використання перероблених матеріалів, частин цілого, обладнання і так далі. При створенні інсталяцій художник не має ніяких меж у виборі матеріалу, для створення своєї задумки.

Головний етап при створенні інсталяцій - об'ємно-просторове ескізування, яке формують творче мислення, що дозволяє створювати складні об'ємно-просторові композиції, оперувати пластичними масами в просторі. Робота з ескізами розвиває основи проектно-художнього мислення, композиційної цілісності сприйняття, розкриває властивості матеріалів і навички роботи з ними. При виконанні роботи вирішується завдання проявити креативні композиційні якості. Можливість наочно презентувати і захистити свої ідеї, сформулювати суть ідей, грамотно і доступно донести їх до глядача.

Робота з співвідношеннями планів, площин і об'ємно форм, дозволяє розвинути об'ємно-просторове мислення, навчає оперувати масштабами, дозволяє отримати досвід в підборі технології виготовлення, проаналізувати асортимент матеріалів і кріпильних елементів і застосувати найбільш підходящі з них для вирішення цих завдань. Монтаж інсталяції на об'єкті дозволяє отримати практичні навички та сприяє згуртуванню творчого колективу авторів інсталяції.

Впровадження міждисциплінарних зв'язків і активної взаємодії завдань є активізація пізнавальної діяльності студентів, взаємне проникнення і доповнення завдань, що вирішуються в ході вивчення комплексу дисциплін. Це дає майбутнім фахівцям інструменти і можливості для вирішення складних професійних творчих завдань.

Практика впровадження інсталяцій в учбовий процес показала ряд помітних результатів. Вивчення методів і прийомів створення інсталяцій дає можливість художнику усвідомлено поставитися до формування

експозиції в цілому, і арт-об'єкту зокрема. Це мотивує студентів до залучення різнобічних знань, використовуючи інформацію з різних дисциплін, по-новому впроваджуючи її в відео та арт проектах. Такий синтез знань призводить до більш цілісного сприйняття образу інсталяції та навчального процесу в цілому, формуванню творчої особистості самого автора. Студентом для реалізації ідеї здійснюються дослідницька, пошуково-експериментальна проектна діяльність. У процесі створення інсталяції доступними засобами реалізуються задумані образи і проходять перевірку авторські ідеї в конкретному заданому приміщенні виставкового простору.

Мосендз Оксана Олегівна

аспірант, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Науковий керівник – Соколюк Л. Д., завідувач кафедри теорії та історії мистецтва, професор, доктор мистецтвознавства

СИМВОЛІКА ЧЕРВОНОГО КОЛЬОРУ В УКРАЇНСЬКОМУ АВАНГАРДІ ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Для створення виразного, наповненого глибоким змістом художнього образу, художники в усі історичні епохи використовували арсенал художніх засобів, прийомів та елементів живопису. Одним з найважливіших елементів живопису є колір. Використання в картині символічного значення кольору, без сумніву, посилює емоційний та психологічний вплив картини на глядача, допомагає створенню художнього образу.

Символіка кольору, починаючи з античності, цікавила не тільки художників, а й письменників та філософів. Трактати, книги, дослідження цих авторів дають нам інформацію про розвиток символічного значення кольору. Аналізуючи ці дослідження, а також колорит картин, виконаних в різних стилях і напрямках, ми можемо зробити висновки, що в різні історичні періоди і під впливом багатьох чинників символіка кольору мінялася.

Епоха революцій, переворотів, глобальних змін в світогляді, асоціюється з червоним кольором. Починаючи з кінця XVIII століття в багатьох сферах життя слово «червоний» стає синонімом таких слів, як «соціалістичний», «комуністичний», «революційний». Цьому сприяли революційні події, які відбулися у Франції в ті роки. Тоді ж прапор червоного кольору стає символом революції: «в июле 1791 года, обгагранный кровью мучеников Марсова поля, превратился в грозный символ Революции» [5; 109].

Розглянутий нами період – початок ХХ століття – був часом змін в укладі життя і свідомості людей. Повсюдне використання червоного кольору на прапорах, транспарантах, плакатах впливало на свідомість людей, стимулюючи їх до більш рішучих дій. Художник і педагог, автор книги «Искусство цвета», І. Іттен говорить про асоціацію червоного кольору з планетою Марс, про зв'язок червоного кольору з уявленнями про війну [1; 87]. Бурхливий час, в якому жили художники, без сумніву, наклав відбиток на колорит їхніх робіт. Українські художники-авангардисти, що діяли в епоху революцій початку ХХ століття, використовуючи символічне значення червоного кольору, надавали своїм роботам більшого емоційного забарвлення. В. Кандинський

в своїй роботі «О духовном в искусстве» пише про психологічний вплив червоного кольору: «Красный цвет может вызывать душевную вибрацию, подобную той, какую вызывает огонь, так как красный цвет есть в то же время цвет огня» [2; 45].

Неперевіршений художник-колорист Віктор Пальмов, представник українського авангарду, у своїх статтях, присвячених значенню кольору в живописі, писав про особливості використання червоного кольору у своєму «кольорописі»: «Червоний колір переливається через межі форми речової, через форму постатів» [4; 28]. Наприклад, про картину «Зміна» (1927) він пише: «Червоний колір революції в цій роботі ілюструється двома постатями молодих енергійних людей. Але, проте, сюжет тут тільки доповнює кольорову функціональність картини, бо спочатку сприймання впливає саме колір і вже потім, коли вглядаєшся в глибину кольора, зустрічаєшся з сюжетом» [4; 28].

Михайло Сапожников в роботі «Світанок» з другої серії картин 1917-1924 років, написаних під враженням революції 1917 року, для посилення емоційної складової роботи теж використовував червоний колір великими площинами, алегорично зображуючи світанок нового життя. Як і Пальмов, Сапожников головний акцент картини ставить на символічному звучанні червоного кольору.

Вміле використання українськими авангардистами символіки червоного кольору в деталях картин відіграло важливу роль для розкриття сюжету. Про символіку кольору революційних прапорів писав Іттен: «Прапори революцій також були пофарбовані в червоно-оранжевий колір» [1; 87]. Цей найважливіший пролетарський символ ми бачимо на картинах художників - Івана Падалка «Атака» (1927), Віктора Пальмова «За владу Рад!» (1927). При чому, якщо в першій роботі червоний прапор заряджає енергією, надихає тріпотінням на вітрі, то в другій картині прапор перетворюється на символ болі, символ червоної крові, яка розтікається під вбитою людиною, яка віддала своє життя «за владу Рад!»...

Одним з популярних елементів жіночого образу революційної епохи, як елемент приналежності до робочого, пролетарського класу, була хустка червоного кольору. Багато художників використовували цю деталь для передачі настрою поновлення, що панував в революційному суспільстві. Таку хустку на головах дівчат ми бачимо в роботах Михайло Бойчука «Українка» (поч. 1910-их років), Василя Седяра «Портрет Оксани Павленко» (1926), Віктора Пальмова «Мати з дитиною» (1927), та інших митців.

Один з образів, який неодноразово зустрічається в живописі українських авангардистів початку ХХ століття, є образ червоного коня. Завдяки символіці червоного кольору ми відчуваємо силу, енергію коня, який асоціюється з революцією, з новим життям, що мчить від старих традицій.

На картини Юхима Михайліва «Червоний кінь» (1921) контраст плями багряного кольору, в образі коня, що рветься вгору, в блакитну далечінь, і залишає позаду себе внизу темну пляму минулого, справляє дуже сильне психологічне враження.

Велике емоційне враження революційної міцності створює картина Казимира Малевича «Червона кіннота» (1928-1929). Багаторазово повторювані

червоні силуети коней, потужною енергією заповнили лінію горизонту і не-вблаганно просуваються вперед в безкрайніх просторах революційної країни. К. Малевич в своїх статтях, розкриваючи сутність живописного мистецтва як зв'язок художника зі світом через його відчуття, відводить кольору провідну роль, яка допомагає висловити таємну силу відчуттів: «Цвет и форма не оформляют ничего, а только стремятся выразить тайную силу опущенный» [3; 77]

Символічне зображення коня червоного кольору ми можемо побачити в роботах: Віктора Пальмова «Об'їжджають коня» (1927) і «Кузня» (1923), Олександра Довгаля «Цирк», «Стайня» (1927), Давида Бурлюка «Козак-Май» (1910-ті) і «Карусель» (1921) та ін.

Символіка червоного кольору наповнює також авангардні агітаційні плакати, обкладинки книжок і журналів, промислового графіку, ескізи театральних декораций і костюмів. Наприклад, більша частина обкладинки журналу «Авангард» (1929), яку зробив Василь Єрмилов, заповнена червоним кольором, який сам став символом Авангарду.

Література:

1. Иттен И. Искусство цвета / И.Иттен; пер. с нем. Л.Монахова. – М.: изд. Д.Аронов, 2018. – 96 с.
2. Кандинский В. Точка и линия на плоскости. О духовном в искусстве/ В.Кандинский; пер. с нем. Е. Козиной. – М.: Издательство АСТ, 2019. – 352с.
3. Малевич К. Черный квадрат / К. Малевич, - СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2014. – 288 с.
4. Пальмов В. Про мої роботи / В. Пальмов. Нова генерація. Журнал лівої формації мистецтв №8, – Х.: Державне Видавництво України, 1929. – 27-29с.
5. Пастуро М. Красный. История цвета / М. Пастуро, пер. с фр. Н. Кулиш. – М.: Новое литературное обозрение, 2019. – 160 с.

Мудаліге О. І.

*зав. музею екологічного плаката «4-ий БЛОК: музей, архів, лабораторія»,
кафедра графічного дизайну ХДАДМ*

ЕПІГРАФІЧНА І РУКОПИСНА ТРАДИЦІЯ РИМСЬКОЇ АНТИЧНОСТІ

Письмо стародавніх римлян сталося від грецького алфавіту, який, в свою чергу, був створений на основі фінікійського приблизно в X ст. до н.е. і до 300 р. до н.е. поширився на великі території завдяки Олександру Македонському, та виявився настільки досконалим і зручним для передачі звуків мови, що послужив основою переважної більшості сучасних буквених алфавітів.

Латинських написів зберіглося мало, оскільки тільки в другій пол. I ст. до н.е. їх стали наносити на мармур, а до цього наносили на туф і вапняк, які з часом руйнувалися від вітру і дощу. Написи, що зводились на громадських будівлях, триумфальних арках, колонах, надгробних плитах, ставали засобом публічної і найбільш урочистої репрезентації Римської імперії на величезній території від Британських островів до Єгипту, від Гібралтару до глибинних областей Азії, і були відображенням військових, соціальних, релігійних та культурних аспектів історії римського суспільства.

Наявність збережених написів підтверджує широке поширення писемності в римському світі і високий відсоток грамотного населення. Зростання бібліотек у Давньому Римі, відкриття підприємств по листуванню і поширенню книг, публічні читання — все це сприяло розвитку мистецтва красивого письма і появи професії «майстер шрифту» [1].

Мистецтво шрифту з часом розвивалось і здобувало нових оригінальних форм. Так, в I–III ст. найбільшого поширення отримав капітальний квадратний шрифт, що дає широкий штрих при русі вниз і вправо, і тонку лінію при русі вліво і по горизонталі, та розміщується між двома прямими лініями, без пробілів між словами і реченнями. Легкі в прочитанні, строгі, пропорційні форми капітального квадратного шрифту тяжіють до монументальності і найчастіше їх можна спостерігати на пам'ятках, висічених на камінні (епіграфіка).

Прикладом римського монументального письма I ст. до н. е. є присвячений загиблому в бою консулу напис на плиті, знайдений в Римі на території колишнього Марсового поля. Зараз плита зберігається в музеї Ватикану (див. ілюстрацію 1). Інший приклад — напис на плиті в честь імператора Августа, що підкорив Єгипет і привіз єгипетський обеліск в Рим (див. ілюстрацію 2). Напис на останньому має більш витончені і менш приземкуваті літери [2]. Обеліск з написом знаходиться на П'яцца ді Монтечіторіо в Римі.

Найбільш досконалим, класичним зразком капітального квадратного шрифту, яким доволі довго надихались творці латинських шрифтів, служить напис на п'єдесталі колони імператора Траяна в Римі (II ст. н. е.), який теж зберігся до сьогодні. Напис прославляє останнє велике завоювання в історії Стародавнього Риму, а саме, перемогу римських легіонерів над Дакією (частиною території сучасної Румунії) і введення її до складу імперії (див. ілюстрацію 3). Розташовані на висоті 2,5 м від землі, літери напису при читанні знизу здаються однаковими завдяки майстерному врахуванню законів перспективи і реальному збільшенню висоти літер на верхніх рядках.

Структура римського капітального шрифту гармонійно співіснує і нерозривно пов'язана з античною архітектурою, що простежується в чергуванні його прямих і округлих ліній літер, схожих з архітектурними складовими римських будівель — колонами, напівкруглими склепіннями, горизонтальними карнизами.

Особливостями капітального квадратного шрифту є використання тільки заголовкових літер (маюскул); розташування літер між двома паралельними лініями; відстань між рядками дорівнює висоті букв, літери разом із карбами вписуються в квадрат; оптично рівномірна відстань між літерами, що складаються з поєднань простих елементів: коло, півколо, лінія; чітко виражене чергування тонких і товстих штрихів; кут написання 25–30°; нахил осі округлих букв вліво становить 18°; наявність легких карбів, що підкреслюють горизонтальність сторінок ряду.

Такий шрифт добре зрозумілий, лаконічний, акуратний, має стійку форму і є економічним за своїм зображенням, що і сприяло його популярності серед широких верств римського суспільства, а в епоху Відродження привернуло

*Лл.1 Напис
на плиті з
Марсового поля
в Римі. I ст. до
н.е. Ватиканські
музеї*



*Лл.2 Напис на
египетському
обеліску.
П'яцца ди
Монтечіторіо.
Рим.
I ст. до н.е.*



масу наслідувачів і стало основою безлічі латинських шрифтів іменованих «антикви».

Для написання книг і ділових паперів, які вимагали прискореного темпу письма і економічного розташування в рядку якомога більше знаків, паралельно з капітальним квадратним використовувалося капітальне рустичне письмо (т. зв. «селянське» — лат.), літери якого здаються стисненими, вузькими і високими завдяки наявності тонких вертикальних і широких горизонтальних штрихів. Міжрядкова відстань складає половину корпусу літер. Напис має суцільний вигляд, лише інколи слова поділяються точками. Кут нахилу пера не менше 60°. Капітальне рустичне письмо, як і капітальне квадратне, складається виключно з великих літер.

Рустичне письмо використовувалося до кінця XI ст., незважаючи на розвиток нових видів письма. У ватиканській апостольській бібліотеці зберігаються античні рукописні тексти поч. V ст. н.е. з творами римського поета I ст. до н.е. Вергілія, виконані капітальним рустичним письмом (див. ілюстрацію 4).

Великі літери, що використовувались в класичних римських написах, є найбільш живим елементом спадщини, переданим нам античністю. Ніяка



Іл.3 Напис на п'єдесталі колони імператора Траяна. Рим. II ст. н е/



Іл.4 Текст з поеми Вергілія Енеїда. V ст. н.е.
Ватиканська бібліотека

інша цивілізація не наділила свої написи таким безпомилковим характером, такою формою, що не втратила жодної актуальності і досі становить засоби спілкування на мовах багатьох людей [3].

Література:

1. Таранов Н. Н. Рукописний шрифт/ Н. Н. Таранов. – Л.: Вища школа, 1986. – 159 с.
2. Федорова Е. В. Введение в латинскую эпиграфику/ Е. В. Федорова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982, – 256 с.
3. Gunhee Isaac Lee. Latin Inscriptions in the San Antonio Museum of Art. A Thesis Submitted to the Faculty of Baylor University, 2013. – 49 p.— Режим доступу: <https://baylor-ir.tdl.org/handle/2104/8640?show=full>

Найденко В. О.

аспірант ХДАДМ, спеціалізація «Мистецтвознавство»,

Наук. керівник: Соколюк Л.Д., доктор мистецтвознавства, професор, завідувачка кафедри теорії і історії мистецтва ХДАДМ

ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЧИХ ПОШУКІВ ОЛЕКСАНРА ШЕХОВЦОВА

Творча спадщина представника сучасного арт-угруповання «Слобожанське буриме», дизайнера і живописця Олександра Шеховцова являє одну з яскравих сторінок українського мистецтва XXI століття. Навчаючись на дизайнерському відділенні Харківського художньо-промислового інституту (1964–1970 рр.), він отримав фундаментальну професійну освіту. Вчителями були провідні харківські художники-педагоги В. Єрмілов, В. Ландкоф, О. Хмельницький. М. Шапошніков. З 1967 року Олександр Шеховцов працював провідним дизайнером у Харківському філіалі ВНДІТЕ (Всесоюзний науково-дослідний інститут технічної естетики), а з 1980 року вже обіймав тут посаду заступника директора. Із створенням у 1987 році Співки дизайнерів України став її членом. З цього ж року і

до 1989 року був директором Харківського художнього музею, балансуючи таким чином між дизайном та образотворчим мистецтвом.

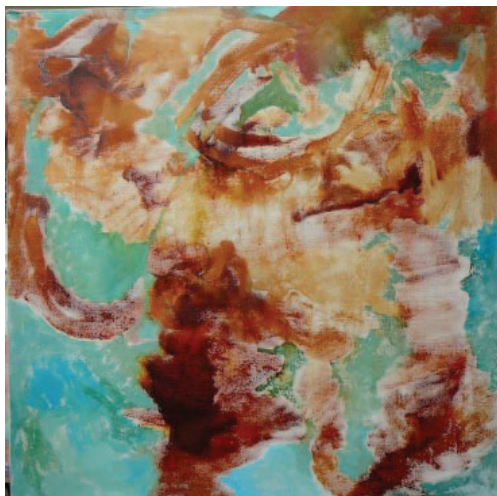
З початком нового етапу в мистецькому розвитку художньої культури України, пов'язаної із включенням у постмодерністські пошуки, Шеховцов з кінця 1980-х активно долучається до них, беручи участь у регіональних, всеукраїнських і міжнародних виставах, стає лауреатом мистецької премії ім. В.Д. Ермілова Харківського міськвиконкому (1997, в галузі дизайну), лауреатом Третьої Артеади (Росія, 1997). У 2010 році він отримав звання Заслуженого діяча мистецтв України.

Маючи за плечима дизайнерську освіту, працюючи творчо як дизайнер, Шеховцов починає порушувати міждисциплінарні межі, все більше вторгаючись в галузь образотворчого мистецтва. Він надихається стилістикою модерну з його прагненням до синтезу мистецтв, зв'язками з символізмом, поєднанням зображальних і незображальних елементів й включенням абстрагованих форм. Митець починає експериментувати з різними техніками та методиками живопису. І тут в пригоді стали особливості педагогічної системи в Харківському художньо-промисловому інституті в період навчання Шеховцова, коли визначні майстри станкового мистецтва були включені в процес викладання і важлива роль відводилась оволодінню студентами-дизайнерами рисунком й живописом.

Лірично-поетичні пейзажі Шеховцова просякнуті ніжністю та сентиментальністю (іл. 1). В них відчувається продовження традицій барбізонців та представників харківської пейзажної школи з їхнім замилюванням національними краєвидами, імпресіоністична світлочуттєвість та левітанівська одухотвореність ландшафту. За словами художника, всі його роботи мають незавершений характер, що дозволяє працювати безкінечно та «нанизувати все нові й нові деталі» [2, с.11]. В численних



Іл. 1. О. Шеховцов. Молитовна тиша. П., о., 2001.



Іл. 2. О. Шеховцов. Терні Ван Гога.
Авт. техніка, 2009



Іл. 3. О. Шеховцов. Ню.
Пан., туш, 2001

акварельних та олійних етюдах митець розкриває як неповторну красу краєвидів Слобожанщини (на прикладі Наталіївки), так і сповнених містики ландшафтів християнських святинь — Святогірська, Стамбула, Дамаска, не обходить увагою і природу Кримського півострову.

Кардинально інший за характером та манерою є так званий «стохастичний живопис» О. Шеховцова (іл. 2), що своїм корінням сягає ташизму та абстрактного експресіонізму [1, с. 12]. Природа цієї техніки полягає в тому, що спершу на полотно несвідомо наносяться колірні мазки у вигляді ліній і плям, а потім, після тривалої саморефлексії та медитативного споглядання, митець виявляє акцентні елементи та доопрацьовує зображене. Символічна абстракція знайшла своє втілення в низці живописних творів митця. Такими є, наприклад, «Елегії», «Стихії», «Лики», «Еклоги».

Третя грань творчих пошуків художника — мерехтлива техніка графіки олівцем, тушшю, сангіною, пастеллю. Тонкі лінії на малюнку переплітаються між собою, клубочаться, створюючи ефект різноракурсної пульсуючої тілесності. Оголена фігура жінки із серії еротичних «ню» (іл. 3) розгортається в багатовимірній проекції. Тіло неначе динамічно рухається по колу, створюючи ілюзію вихру. та розкриває перед глядачем кожну свою грань. Графічне зображення відображає лише фрагменти жіночого тіла, немовби воно вирвано з бурхливого потоку і нам слід самим подумки «домалювати» зображення, залучаючись до цього нестримного дійства.

Багатогранна творча постать Олександра Шеховцова гармонійно вписується в контекст сучасних світових та вітчизняних мистецьких процесів. Його тонка поетика, емоційність, які тісно переплітаються з авторською живописною технікою, притягують увагу глядача. Мистецька спадщина художника різноманітна і потребує подальшого дослідження.

Література:

1. Пузанов В. Послание в цвете из будущего // Олександр Шеховцов. Живопис. Графіка. Харків, 2003. С. 12 – 13.
2. Шеховцов О. Каталог живопису. Харків: НТМТ, 2009. 144 с.
3. Яновский В. Н. «Буриме»: Утопия Ван Гога. Монография // Сост., подгот. текстов и предисл. Л. В. Стародубцевой; под общ. ред. Н.Ф. Колосовой. Харьков, 2008. 542 с.

Осадча О.А.

викладач кафедри мистецтвознавства ХДАДМ

АРТЕФАКТИ САКРАЛЬНОГО: ХРИСТИЯНСЬКА ТЕМАТИКА В ГРАВЮРАХ АЛЬБІНИ ЯЛОЗИ

Сакральне, як таке, що належить до царини позачуттєвого, згідно гегелівського трактування, розвиненим далі Славоєм Жижеком, є непізнаним і не може бути дане в чуттєвій формі [2, 3]. Воно постійно «втікає» від репрезентації, набуваючи те, що Сергій Зенкін назвав «континуальністю» [8]. Внаслідок цієї континуальності, як визначає Михайло Ямпольський у діалозі з Зенкіним, сакральне стає «необхідним продуктом переводу “фактів” в сферу зображень, репрезентацій в широкому сенсі слова» [8]. Відтак, чуттєвий вимір стає важливою частиною проєкції сакрального в бутті. В матеріальній культурі ця тенденція втілюється у численних формах вотивних об'єктів (об'єктів поклоніння), що присутні у більшості релігій та вірувань. Численні їх приклади - від ікони, скульптури до мощей та релікваріїв, - дає нам і християнство. Саме ці артефакти віри стали об'єктом мистецького дослідження художниці Альбіни Ялози.

Відправним пунктом у роботі з сакральною тематикою для авторки стало знайомство з церковною дерев'яною скульптурою [4]. А Ялозу зацікавила її тактильність й, водночас, присутність як фізичне нагадування про трансцендентне. Саме тому для проєкту «По той бік» (2014) вона відтворила в ліногравюрі фрагменти давніх скульптур, обираючи подекуди конвенційні ракурси, майже недоступні при спогляданні їх у храмовому просторі - види зворотної сторони, види з декількох точок одночасно, або ж імітація рентгенівського знімку (важливого етапу реставраційного процесу). Однак, вся сукупність зображень не переростає в жагуче накопичення та архівування, навпаки, разом з копіюванням на частинах фігур інвентарних номерів, пошкоджених ділянок, кожен відбиток дає враження надзвичайно інтимного, особистісного зв'язку з об'єктами. Цікавим є й аспект ізоморфності інструментів створення предмету зображення і самого зображення, оскільки, як в дерев'яній скульптурі, так і в ліногравюрі, використовуються різці, що дозволяє глибше відчутти сам характер копіюваного матеріалу.

В серії «По той бік» використовується той прийом, який визначатиме візуальну стратегію авторки в інтерпретації релігійних сюжетів в подальшому - це наскрізна фрагментарність, коли композиції організується з частини скульптур та вихоплених з контексту символів. Катерина Носко формулює цей прийом як прийом синекдохи або *pars pro toto* [5]. Цей принцип є однією з ключових характеристик трансцендентального мислення, сформованого ще

в межах міфологічної свідомості [7]. Pars pro toto був виразником синкретичного, холистичного переживання світу. Філософ і релігієзнавець початку ХХ ст. Сергій Булгаков, говорячи про «портрет-ікону», зазначає, що «Він, хоча й при неминучій однобічності, свідчить про свій оригінал: в ньому міститься дійсна pars pro toto, тому що душа неподільна та єдина. В той самий час, залишається і ця непереборна відмінність між частиною та цілим» [1]. А. Ялоза і використовує це протиріччя задля втручання в усталений біблійний наратив, та відшукування в ньому індивідуальних сенсів та значущості.

Роздроблення сюжетів ущільнює візуальний простір, уповільнюючи сприйняття. Погляд виводиться з режиму автоматизму: руйнація традиційних канонічних комунікаційних схем змушує включатись в активний інтерпретаційний процес не лише художниці, але й публіку. Інтерактивність набуває більш завершеної форми в проєкті «Біль білила» (2017), який отримав інсталяційний формат: білими і кольоровими хустками із надрукованими на них ex voto та середньовічними символами завішені «“знайдені об’єкти” - фотографії, гравюри, рентгени, закони, газетні шпальти, книжки і казки. Всі вони промовляють про особистий біль або є спробою порозумітися із досвідом суспільної історії болю, що постійно вертається» [6]. Хустка, як відмічає в кураторському тексті Борис Філоненко, безумовно відсилає і до символіки «покрову», проте в даному випадку цей покров не відмежовує сакральне від профанного, а підштовхує глядача до вибору зіштовхнення / не-зіштовхнення з чужим боєм. За завісою трансцендентного відкривається цілком повсякденний вимір віри. На нього ж натякає і колорит та компоновання частини хусток, що нагадує ворголівські шовкотрафарети.

У нещодавніх серіях, «Архангели» (2019) та «Творення» (2020), де А. Ялоза продовжує досліджувати християнську тематику, так само розвивається лінія роботи з виокремленими з контексту символами. Щоправда, на відміну від «По той бік» та «Біль білила», в яких складові канонічного корпусу формують персональні перспективи, тут принцип синекдохи використовується для репрезентації поширених християнських наративів. «Архангели» (2019), присвячена ієрархії небесних чинів, використовуючи в якості центрального мотиву руки, що тримають атрибути кожного з архангелів. Пластика рук заміщує портрет, а також наповнює задум потенціалом одного з найдавніших ідеографічних знаків, що в християнстві фігурує в великій кількості коннотацій: «десниця Божа», «нехай не збідніє рука того, хто дає», «умивати руки», «твоя ліва рука не знає, що робить твоя права». Жести є вагомою частиною храмової літургії, де велика частина таїнств супроводжується рукоблагословеннями. Цей же мотив став основою серії «Творення» (2020), що оповідає про сім днів «винайдення» Всесвіту.

Експериментуючи з поєднанням графічні техник з різноманітними видами авторських матеріалів, Альбіна Ялоза використовує прийом цитатції як інструмент, що вказує не тільки на предмет сакрального, а й на саму цитату. В такий спосіб надзвичайно чітко оприявнюється гіпертекстуальність самої християнської культури.

Література:

1. Булгаков С. Икона, ее содержание и границы. Философия русского религиозного искусства XVI –XX веков : антология. Москва, Прогресс, 1993. С. 261 –281.
2. Гегель Г. Феноменология духа. Санкт-Петербург: «Наука», 1992.
3. Жижек С. Возвышенный объект идеологии. Москва: Художественный журнал, 1999.
4. Носко Е. Альбіна Ялоза: «Якби мені сказали йти знімати Ісуса з Хреста, я би обра- ла жінку кліщата». ArtUkraine, 2015. URL: http://artukraine.fitel.io/a/albina-yaloza--menevede-sam-material/#.Xqg_4ZIS9GB.
5. Носко Е. Художниця Альбіна Ялоза: слої поту-сторонності. URL: <http://styleinsider.com.ua/2015/01/albina-yaloza-sloi-po-tu-storonnosti/>.
6. Філоненко Б. Біль білила. URL: <https://mitec.ua/bil-bilila-2/>.
7. Франкфорт Г., Дж. Уилсон, Т. Якобсен. В предверии философии. Москва: Наука, 1984.
8. Ямпольский М. Сакральное и воображение. URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2012/6/sakralnoe-i-voobrazhenie.html/>.

Павлова Тетяна*доктор мистецтвознавства, професор, зав.кафедри ВП ХДАДМ***ЕКСПРЕСІОНІЗМ І НЕОПРИМІТИВІЗМ У ТВОРЧОСТІ МАРІЇ СИНЯКОВОЇ***Ключові слова: М. Синякова, харків, авангард, експресіонізм, неопримітивізм.*

Межевою віхою для художнього життя Харкова 1910-х, для усього мистецького світу, як і для всіх людей, став початок Першої світової війни. Попри те, що італійські футуристи возвеличували гасла війни, технократичні сили цивілізації невдовзі надали воєнним діям масштабів масового знищення, узвичаївши такі поняття, як «гарматне м'ясо», «газова атака», «кулеметна черга». З кола італійських мистців загинув один із найобдарованіших художників – футурист Умберто Боччоні. На полях бойових дій опинилися Велемир Хлебников та Василь Єрмілов.

Трагічний ракурс війни найпотужніше відтворили представники експресіоністичного напрямку в Німеччині. Цей вплив відчутний у творчості харківських мистців, що творили в руслі футуризму й експресіонізму. Передусім це краснополянський осередок, з його футуристичними уподобаннями.¹ Хлебников переводить «будетлян» «з розряду людей в розряд марсіан». Варто зазначити, бог війни згадується не тільки у цій самоідентифікації. У той же час Отто Дік подає свій автопортрет у вигляді Марса (1915), а перед тим у вигляді солдата (1914). Войовничі настрої пронизують і Маніфест «Сурма марсіан», підписаний 1916 року в Красній Полянї. Вони втілюються, як есхатологічний мотив війни «винахідників» і «накопичувачів» хлебниковських поезій: «<...> Ми приречені виборювати мірою й часом наше право на свободу від брудних звичаїв людей минулих століть<...>»².

Тема війни своєрідно простежується в образотворчому ряді харківського авангардного кола. У цей контекст вписуються твори Марії Синякової, зокрема «Бомба» (1915). У творчості мисткині архетипний шар прочитується сильно і очевидно, і при усій бурхливій динаміці футуризму примітивам Марії Синякової властива усталеність мандали.

Ще за часів «Блакитної лілії» у гравюрах Синякової (в альманасу, випущеному об'єднанням) домінували переважно кілька мотивів, витоки

яких знаходимо з-поміж найдавніших в образотворчому мистецтві. Ранні композиції мисткині ґрунтуються на простих сюжетах, втілених зазвичай у двофігурних композиціях. Асоціації з Брейгелевими графічними серіями, мабуть, цілком слушні. Дмитро Гордєєв, який карбував ці гравюри для Синякової, згадував, що на відміну від Євгена Агафонова (керівника «Блакитної лілії») з його прихильністю до франко-італійського мистецтва, «у Рії проглядає захоплення нідерландсько-німецьким»³. Значимо, що інтерес до старовинних технік гравюри, передовсім, мідьориту та деревориту, певною мірою посилюється в експресіоністів. І хоча в ранніх гравюрах Марії Синякової ще не так відчувається притаманна німецьким художникам енергія деформацій, Марія Синякова «пройшла, – як зауважує Д. Гордєєв, – фази захоплення старовинним та новітнішим живописом»⁴. Хоча можна й виокремити у цій низці гравюр гротеск як ознаку експресіоністської стилістики.

Художники-сучасники згадували про вплив німецьких художніх видань, зокрема журналів, що їх можна було отримувати на теренах Російської імперії. А Синякова (знов-таки зі слів Гордєєва, співучня по студії «Блакитна лілія»), до речі, побувала в Німеччині. Гравюри Марії Синякової тяжіють до середньовічних зразків календарного пейзажу, де переважала лаконічність символічного. Відштовхуючись від цієї традиції, Марія Синякова виходить на ще глибший рівень – від райського перебування під «деревом життя» до апокаліптичних мотивів, зреалізованих у контексті миру і війни, що запанував у світі.

Футиристичні уподобання харківських мистців значною мірою пов'язані з Велимиром Хлебниковим, котрий був центром тяжіння для всього товариства. Слов'янський романтизм краснополянського гуртка органічно вписувався в творчість художників харківського авангарду. У це русло природно вписуються і художні пріоритети Марії Синякової. У тій естетиці примітиву, що вона сповідувала, значна роль належала європейським тенденціям, що панували у світовому художньому просторі в 10-ті роки ХХ ст. І безперечно, що саме Гоген, Сезанн і Матісс надихали українську мисткиню в її експериментах з брутальною формою – як художнім прийомом.

У примітивах Марії Синякової, певна річ, відчутні німецькі й французькі впливи⁵, що спрямовували її у цей бік, але є суттєва відмінність у враженнях, що вони справляли на глядача своєю оригінальною і неповторною суттю. Виразність робіт Марії Синякової засновувалась на витоках народного мистецтва, яке вона всотала на теренах України, зокрема слобідського краю. І саме її впливи на мистців Харкова, – «Спілки семи» й усього авангардного кола, що оберталось навколо цього об'єднання, простежуємо наприкінці 1910-х і навіть у 1920-х роках, коли Марія Синякова покинула харківське середовище й облаштувалась у Москві. Про винятковість впливу творчості мисткині, що надихала тодішнє художнє оточення, свідчили у своїх спогадах і Василь Єрмілов, і Борис Косарев.

Література:

1. Павлова Т. Василь Єрмілов жде весну. К.: Родовід, 2012. 108 с.
2. Труба марсіан /Велимир Хлебников. Творення. 1986. с.258.
3. Лист Д. П. Гордєєва П. Ф. Оболенцеву від 26.10.1962. ЦДАМЛМУ, ф. 208, оп. 2,

- од. збереж. 160, арк. 33.
4. Лист Д. П. Гордєєва П. Ф. Оболенцеву від 11.07.1960. – ЦДАМЛМУ, ф. 208, оп. 2, од. збереж. 160, арк. 33.
 5. Найбільшим апологетом Матісса у Харкові був О. Грот, але відвідування його студії М.Синяковою не підтвержене.

Пандирєва Єлизавета

аспірант кафедри ТІМ ХДАДМ

Наук. керівник - Т.В. Павлова

АСПЕКТИ АРХІТЕКТОНІКИ НАПИСІВ У ВІЗУАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ МІСТА

Ключові слова: архітектоніка написів, внутрішній зміст написів, форма вираження написів, візуальне середовище міста.

Провідну роль у сучасному вуличному просторі відіграють написи, тому що характерною рисою сьогодення є домінування візуалізації в зчитуванні інформації. Це вимагає пошуків нових шрифтових образів та виразних художніх та образотворчих засобів для їх втілення.

Всі написи, що пишуться чи малюються у середовищі міста, створюються за певними «граматичними» правилами архітектоніки. Архітектоніка (від грец. *ἀρχιτεκτονική* — будівельне мистецтво) — це побудова художнього твору напису. Найчастіше вживається в тому ж значенні термін «композиція», причому в застосуванні не тільки до твору в цілому, але і до окремих елементів його: композиція образу, сюжету, напису і т. д. Поняття «архітектоніка» обіймає собою співвідношення частин твору, розташування і взаємний зв'язок його компонентів (складових), що утворюють разом деяку художню єдність. До поняття архітектоніки входить як зовнішня структура композиції напису, так і його будова: поділ фраз на частини (слова, літерні зв'язки, літери), розставлення акцентів для підсилення художнього образу напису чи більшої інформативності тощо. Прийоми архітектоніки є суттєвим елементом будь-якого напису у міському середовищі, оскільки архітектурна побудова будівлі, ландшафт чи певне місце, де створюється напис, впливає на вибір мови архітектоніки.

Засоби художньо-композиційної гармонізації, пластика, світло, зображальні елементи, фактура утворюють у сукупності специфічну знакову систему — архітектонічну мову, що спирається на певні стереотипні уявлення й асоціації і становить сукупність різноманітних засобів, прийомів і елементів виразності напису, які виконують інформаційно-естетичну, архітектонічну функцію, що дозволяє відобразити характер напису та викликати певні емоції, допомагають сприймати інформацію.

Палітра архітектоніки містить у собі групу найважливіших засобів цілеспрямованого художнього виразу задуму і взаємозв'язку внутрішнього змісту з формою вираження. Вони спираються на наявні, сформовані в історичному просторі базові складові літери — графеми, на основі яких за допомогою виражальних засобів створюються написи, що візуально та емоційно впливають на людину. Також використовуються засоби візуальної організації, вибору місця для напису у вуличному середовищі, колірної гамми тощо.

У мові архітекtonіки, як і в будь-якій іншій мові, літери з'єднуються у «літерні зв'язки» (дві, три літери), слова у фрази, а останні в свою чергу в написи з урахуванням певних правил «граматики» архітекtonіки. Головне «граматичне» правило мови архітекtonіки — доцільність застосування того чи іншого художньо-виразного засобу, гармонійний взаємозв'язок окремих літер і підпорядкування загальній композиції, а також інформативність та втілення авторського бачення напису. В ролі правил мови архітекtonіки виступають також композиційні закономірності візуальної цілісності і гармонійності форми: симетрія, асиметрія, ритм, контраст, нюанс, масштабованість, читабельність тощо.

Головними аспектами архітекtonіки є: внутрішній зміст та форма вираження. Внутрішній зміст являє собою сутність напису як самостійної системи і включає компоненти, що виражають її найважливіші ознаки:

- утилітарний зміст — призначення напису (масова інформованість чи засіб передачі індивідуальної інформації для певної особи, групи тощо);
- функціональний зміст — написи, що створюються з певною метою (стихійні, комерційні, арт-написи);
- структурний зміст — загальна візуально-образна композиція напису, взаємне розташування і взаємодія його частин;
- конструктивно-матеріальний зміст — конкретний засіб втілення напису, вибір композиції, стилю, техніки, взаємозв'язок літер в написі (переплетення, накладення однієї літери на іншу, лігатури тощо);
- технологічний зміст — спосіб виготовлення (вибір матеріалів та інструментів, вибір чи підготовка поверхні напису тощо).

Говорячи про архітекtonіку напису у візуальному середовищі міста, слід враховувати й інші найважливіші складові загального змісту напису: внутрішні — це соціальні й ідейно-художні компоненти та зовнішні — це візуальний образ напису.

Ці аспекти взаємозалежні від внутрішнього змісту напису, проте виражають його суть як елементи більш загальної системи навколишнього соціально-культурного і предметного середовища.

Форма вираження є другою сутністю напису, «зовнішнім», візуально-образним проявом змісту напису. Форма — це активний компонент, об'єднаний зі змістом не лише прямим, а й і зворотнім зв'язком і спроможний впливати на нього. Форма містить у собі дві органічно взаємозалежні сторони: внутрішню — структуру будови (взаємозв'язок елементів в написі: літер, розчерків, декоративних елементів тощо) та зовнішню — авторська інтерпретація напису.

Для визначення простору міського середовища і візуально-естетичної організації напису визначаються два головних елемента — функціональні та композиційні: візуальний образ напису (вибір матеріалу, інструменту, техніки, стилістики тощо) та простір в якому створюється напис (композиційний вибір поверхні напису у візуальному середовищі міста).

Зовнішня форма проявляється через сукупність складових частин і додаткових елементів: фактура поверхні, палітра кольорів, різноманітні шрифтові експерименти (деформації літер, акцентування окремих елементів

в написі тощо), наявність декоративних елементів, світлотіньові ефекти тощо.

Отже, форма, будова і зовнішній вигляд є те, у чому віддзеркалюється зміст напису та складає поняття архітекtonіки написів.

Полетаєва Г.Н.

доцент кафедри дизайну ХНТУ

КЛАСИФІКАЦІЯ ІГРОВИХ ПЕРСОНАЖІВ

На сьогоднішній день в гейм-дизайні зростає інтерес гравців до персонажів. Це супроводжується стрімким зростанням якості використовуваних технологій і бажанням гравця брати активнішу участь у процесі формування образів і дій персонажу. В процесі цього зростання відбувається переосмислення існуючих засобів вираження, їх доповнення новими специфічними особливостями. Всіх ігрових персонажів можна поділити на чотири великі групи: людиноподібні, звіроподібні, механічні, абстрактні.

Людиноподібні. Людський персонаж в головній ролі - це найприродніший і поширений варіант в іграх. Але він же і самий складний у виконанні. Щоб правильно зобразити людину, потрібно добре знати анатомію. Будь-яке спотворення тіла відчувається гравцем навіть на підсвідомому рівні. У зображенні допускаються спотворення, якщо вони зроблені спеціально і виставляються напоказ (непропорційно великі голови, довгі кінцівки, занадто виразні риси обличчя). Прикладами таких ігор є: Джо Барбаро (Mafia 2, розробник: 2K Czech), Елізабет (BioShock Infinite, розробник: Irrational Games) (рис.1).

Звіроподібні. У свідомості людини не існує чітких шаблонів для будови тварин тіл, які існують для людських. Художник, який малює звіроподібних героїв, нічим не обмежений. Він може зобразити будь-яке поєднання частин тіла. Однак при різноманітності реальних тварин, в іграх відсутня різноманітність істот, що вражають унікальністю. Найчастіше героїв-звірів олюднюють, ставлячи їх на

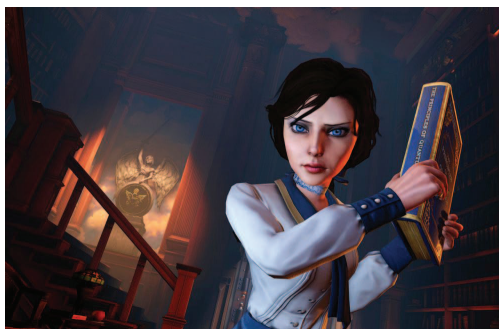


Рис. 1. Приклади ігор, головні персонажі - людиноподібна істота



Рис. 2. Приклади ігор: Ratchet & Clank, розробник Insomniac Games; Тейлз (Sonic), автору Sega, Ясуси Ямагучі, DiC Entertainment, Юдзі Уекава

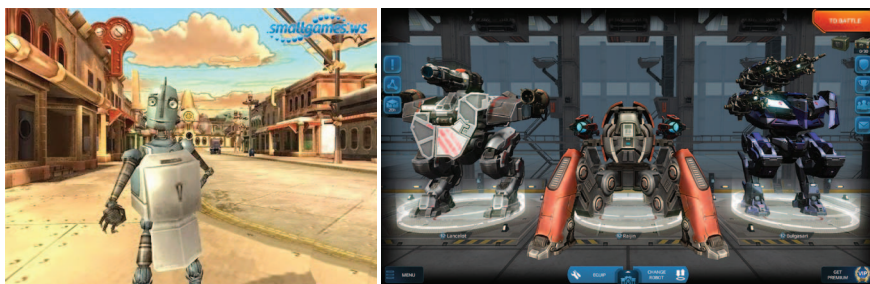


Рис. 3. Приклади ігор: Robots, розробник: Eurocom, Eurocom Entertainment Software, Gryptonite Games; War Robots, розробник Pixonic

границю між першою і другою групою класифікації. В якості головних героїв дуже рідко зустрічаються звірі, які мають свій натуральний образ (рис.2).

Механічні. Як герої виступає якась конструкція, робот, бойова техніка, автомобіль. Такий герой побудований або людиноподібним, або звіроподібним. При дизайні засобів пересування, зазвичай вкладають образи тварин: танки схожі на огрядних носорогів, вантажівки - на потужних буйволів, волів, літаки - на літаючих птахів, вертольоти - на маневрених бабок, спортивні автомобілі - на ягуарів, гепардів, коней, газелей і інших швидкісних тварин. Вони не володіють універсальністю - механічних героїв можна використовувати лише в певних сетінгах (майбутнє, стімпанк) і жанрах (симулятори, гонки, битви, стратегії) (рис. 3).

Абстрактні. Це такі персонажі, як рухомі квадрати, кола, трикутники, палички, згустки енергії, ожилі предмети, незрозумілі обриси. Здавалося б, ось це продукти чистої фантазії, ніяк не пов'язані з природою. Насправді це точно такі ж запозичення з навколишнього середовища, але тільки не у вигляді цілісних істот, а у вигляді їх складових частин. Це добре підходить для експериментальних інді ігор (рис. 4).

Таким чином можна зробити висновок про те, що весь спектр ігрових персонажів можна класифікувати за чотирма групами: людиноподібні, звіроподібні, механічні та абстрактні. У кожній групі є основні складові, такі як форма людини, тварин, конструкції і прості геометричні фігури.

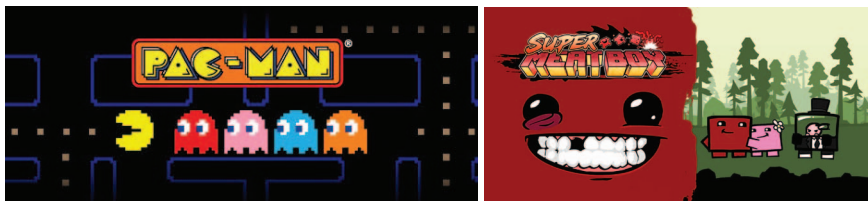


Рис. 4. Приклади ігор: Pac-Ман, розробник: Nintendo, Namco, Bandai Namco Games; Super Meat Boy, розробники: Team Meat, Рефенес, Томмі, Blitworks

Література:

1. Egenfeldt-Nielsen S., Heide Smith J. & Tosca P.S. Understanding Video Games: The Essential Introduction. (Second Edition). United Kingdom: Routledge, Taylor & Francis Group, 2015. 200 p.
2. 22. Masuch Maic, Röber Niklas GAME GRAPHICS BEYOND REALISM: THEN, NOW, AND TOMORROW DiGRA '05 - Proceedings of the 2005 DiGRA International Conference: Changing Views: Worlds in Play, 2005. Volume: 3.
3. Хорев Т. От лампочек до наших дней: история графики в играх: [Электронный ресурс] / Тимур Хорев // Онлайн-журнал «Лучшие компьютерные игры» №3(112), март 2011 г. — Режим доступа: <http://www.lki.ru/text.php?id=6269>, свободный доступ.

Сбітнєва Н.Ф.

кандидат мистецтвознавства, професор кафедри графічного дизайну, Харківська державна академія дизайну і мистецтва

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ: МІНІМАЛІЗМ ЧИ МАКСИМАЛІЗМ?

Останнім часом у дизайнерських і навколо-дизайнерських колах популярною темою став мінімалізм. Мінімалізм в одязі, в інтер'єрі, способі життя і, звичайно, у графічному дизайні. Розумне обмеження графічних засобів, спрощення побудови, відмова від зайвих деталей є свідомим вибором дизайнерів у відповідь на неухильне зростання кількості інформації і часто низький художній рівень її представлення. Мінімалізм у світовому графічному дизайні насправді набув величезної популярності, оскільки розглядається як альтернатива зловживанню усілякими ефектами, трансформаціями, декоруванням, як спроба подолати роздратування й втому, спровоковані надмірним інформаційним шумом і перевантаженим дизайном.

Якщо простежити історію зародження мінімалістичних принципів у дизайні, то стає цілком очевидним, що коріння мінімалізму слід шукати на початку ХХ ст. у роботах представників руху де-стейл, конструктивізму і школи Баухауз. Аналізуючи етапи розвитку мінімалістичної естетики, А. Фоменко у статті «Мінімалізм у мистецтві та дизайні» підкреслює її бунтарську природу як самобутнього контр-руху по відношенню до популярних художніх течій і напрямків, що панували у світовому (насамперед, американському) мистецтві 1960-х років, потім під час інтернаціональної популярності неоекспресіонізму й еkleктики 1980-х [2]. На початку ХХІ ст. мінімалізм знов актуалізувався в якості альтернативи «глянсовому» дизайн-

ну з його ефектами скла, виблискування й відображення. Тож можна зазначити, що тяжіння до мінімалістичного підходу завжди було реакцією на «засміченість» візуального середовища й на надмірну перенасиченість, декоративність і чуттєвість мистецтва та дизайну. На тлі таких розробок мінімалістичні рішення сприймаються як приклад чистого, рафінованого, по-справжньому «високого» дизайну.

Авторка книги «Максималізм. Графічний дизайн нової доби» [1] Шарлотта Ріверз розглядає чергування мінімалізму й максималізму як частину безперервного історичного циклу, що триває і зараз, при цьому наполягає на тому, що на початку XXI століття нарешті настав час саме максималістського підходу з його лозунгом «чим більше, тим краще». На її думку, найсучасніші дизайнери намагаються підсилювати емоційність розробок завдяки «композиції й макетуванню, вибору матеріалів і процесів. Графіка, якої можна торкнутися, понюхати й скоштувати, використовується задля привертання уваги аудиторії», — зазначає дослідниця [1: 11]. Її точку зору поділяють багато бізнесменів, які намагаються привернути увагу до свого товару або бренду, розраховуючи на його емоційне сприйняття адресатом. Насправді, комерційний дизайн не варто сприймати як експериментальну площадку для мінімалістичного підходу, оскільки тренди у цій сфері задають комерсанти і споживачі, на смаки яких розраховані рішення. Тому переважання більш декоративних, емоційно насичених розробок у пакованні й рекламному супроводі товарів, призначених для масового споживача, є безперечним фактом.

Креативний директор і співзасновник компанії Apparatus Габріель Хендіфар у 2017 році в інтерв'ю для видання «Fast Company» зазначив: «Ми напевно спостерігаємо момент, коли дизайн знов отримує декоративний імпульс» [3]. Дійсно, на тлі лаконічних і стриманих прикладів мінімалізму більш деталізовані, багато декоровані рішення здатні створювати враження таємничості, розкоші, статусності. Це може перетворити звичайне пакування на дорогоцінну скриньку, а журнальну рекламу — на фантазійний об'єкт, який хочеться роздивлятися, смакувати повільно, із задоволенням. У певному сенсі максималізм у дизайні можна трактувати як своєрідний протест проти стерильної сухості і лапідарної простоти, які іноді стають атрибутом мінімалізму.

Цілком очевидно, що вибір принципів мінімалізму чи максималізму не є питанням моди або особистих вподобань дизайнера. Це питання доцільності, його слід розглядати у контексті функціонування конкретного об'єкту графічного проектування. Афіші й постери, елементи навігації та ідентики, що передбачають розташування у міському середовищі й швидке зчитування з певної відстані, під час руху, створюються з урахуванням особливостей їх сприйняття. Надмірна деталізація таких об'єктів може зменшити їх функціональність, завадити їхньому розпізнаванню і зчитуванню інформації. Водночас пакування, журнальна реклама, буклет чи листівка, що припускають безпосередній контакт зі споживачем і надають можливість повільного сприйняття, роздивляння, можуть бути вирішені на основі засобів і прийомів, притаманних максималізму, зокрема, багатой колірної палітри,

контрастної типографіки й експериментальної верстки, деталізованих зображень, орнаментів і паттернів, фактур і текстур.

Висновок. У сучасному дизайні, з одного боку, з кожним роком усе сильніше затверджується на своїх позиціях мінімалізм як цілком природна реакція на проблему засмічення візуального середовища. З іншого боку, розмаїття поглядів на гарний дизайн і контекстів, в яких він функціонує, припускає існування і протилежної концепції — максималізму, що ґрунтується на сполученні різноманітних засобів, технік і прийомів, здатних забезпечити створення оригінальних й неочікуваних рішень. Але у цьому підході варто відчувати межу, що розділяє прояв дизайнерської фантазії і відвертий несмак, кітч. Як зазначено у статті зі знаковою назвою «Мінімалізм у дизайні живий і ніколи не помре»: «попри значну виразність елементів максималізму, чим більше ви їх використовуєте, тим складніше досягти краси» [3].

Література:

1. Риверз Ш. Максимализм. Графический дизайн новой эпохи / пер. с англ. М.: Астрель, 2008. 160 с.
2. Фоменко А. Минимализм в искусстве и дизайне. Мир Дизайна. 1999. № 3. С. 54–59.
3. Akkawi Yazin. Minimalism is not, and never will be, dead. URL: <https://uxdesign.cc/minimalism-is-not-and-never-will-be-dead-e0aaa201a5cb> (дата звернення 30.04.2020).

Супрун Олександр Данилович

кандидат технічних наук, доцент кафедри графіки ХДАДМ

АКЦЕНТУАЦІЯ В ФОТОГРАФІЇ

Акцентуація, або забезпечення зорового акценту на певних елементах зображень творів традиційних образотворчих мистецтв, наприклад живопису чи графіки, належить до одного з особливо важливих образотворчих засобів організації їх композиційної побудови. Щойно сказане звичайно торкається і фотографії. Акцент в якості образотворчого прийому для зосередження уваги глядачів саме на зображенні головного (на думку автора) об'єкта чи елемента або деталі саме за для визначення сюжетно-композиційного центру світліни широко вживаний в фотографії. Для створення акценту на окремих важливих деталях світлин застосовується певний набір креативних способів і творчих прийомів, як запозичених у класичних мистецтв, так і тих, що притаманні лише фотографії.

Відомо, що зоровий акцент на певних об'єктах (деталях) фотографічного зображення виникає завдяки тому, що наш механізм споглядання зображення є покроковим, а його сприйняття на кожному кроці – локальне і це визначено певними психологічними особливостями нашого мозку. З'ясовано, що процес споглядання зображення відбувається саме послідовним перебором так званих «зорових центрів», а послідовність оглядового процесу починається з того з об'єктів, що перш за все привернув увагу. Подальший процес споглядання визначається ієрархією «зорових центрів», що її встановлює головний мозок після попереднього огляду зображення саме за для з'ясування цієї ієрархії. При відсутності при оглядинах полю кадру того об'єкта, на котрому

повинен зосередитись погляд, змушує глядача перевести його в центр кадру. Подальшу його увагу можуть привернути чи то глибокі тіні чи то ті ділянки зображення де розташовані більш різкі і контрастні його частини. При відсутності інших чинників акцентуація за для створення незаперечного образотворчого акценту виконується розташуванням головного об'єкту поблизу геометричного центру прямокутного кадру – і це буде всім відома центральна композиція світлини.

Поширеним способом зосередження уваги на потрібному об'єкті в осередку декількох подібних чи то рівнозначних предметів може стати більш яскраве локальне освітлення на визначеному об'єкті. В цьому випадку мова йде про світловий акцент, тобто створення акценту локальним освітленням.

В кольоровій фотографії за для створення акценту на потрібному об'єкті часто використовують локальний (яскравий чи контрастний) колір. В цьому випадку йдеться про створення акценту кольором, тобто мова йде про використання такого засобу як кольоровий акцент.

Розповсюдженням способом створення акценту на певному об'єкті виступає його розташування на передньому плані. В цьому випадку акцентуації мають сприяти як підкреслені розміри зображення об'єкту (завдяки найближчому до об'єктиву фотокамери його розміщенні), так і наявність очевидної гарантії відсутності перешкод для споглядання. Таким чином ми маємо справу з таким образотворчим засобом як акцент масштабом.

Окрім вже перелічених вище єдиних для всіх образотворчих мистецтв засобів акцентуації фотографія запропонувала і свій притаманний тільки їй особистий внесок. Найбільш характерним і розповсюдженим в мистецькій фотографії способом акцентуації слід вважати акцент різкістю, бо процедура наведення на різкість (фокусування) повинна виконуватись в кожному акті зйомки.

Існують і інші способи за для привертання уваги глядачів до потрібного згідно задуму автора (фотографа) об'єкту (предмету). При цьому спираються на інші образотворчі засоби фотографії з осередку їх наявного арсеналу. Один з таких прийомів передбачає використання засобів лінійної перспективи. Наприклад, наявність на зображенні світлини або наявних, або умовних ліній сходження застосовується для спрямування погляду глядача в напрямку саме того потрібного об'єкту завдяки тому, що його розташовують безпосередньо біля точки сходження. Таким чином отримуємо акцент лінійною перспективою.

На останок доцільно зауважити, що креативний підхід до вибору засобу акцентуації належить до одного з дієвих засобів для створення сюжетно-композиційного центру конкретного фотографічного зображення.

Сухорукова Л. А.

доцент кафедри аудіовізуального мистецтва ХДАДМ

ТРИВИМІРНА ГРАФІКА У ВИРОБНИЦТВІ РЕКЛАМНИХ РОЛІКІВ

Інструментарій тривимірної графіки дозволяє управляти і налаштовувати не тільки форми моделей, але й світло, текстури, які є засобами художньої виразності створення гармонійного тривимірного середовища рекламного ролику. Візуальні ефекти, прийоми поєднання комп'ютерної графіки з ре-

альним відео у рекламних роликах користуються особливою популярністю останнім часом.

Переваг у тривимірного моделювання перед іншими способами створення локацій (що передбачає оренду приміщень, спорудження декорацій і т. д.) досить багато. По-перше, фотореалістичні зображення будь-якого місця, інтер'єру, космосу. По-друге, певна дешевизна, економія на матеріалах, праці художників. У тривимірну модель дуже легко вносити зміни. Фантазія художника практично нічим не обмежена.

Тривимірна графіка може бути різного ступеню складності. Існує два варіанти реалізації: найбільш поширений, коли герой ролику опиняється у тривимірному світі або до реального відео додаються тривимірні ефекти, та коли в реальний світ (живе відео) додаються елементи, створені за допомогою засобів 3D-графіки.

На сучасному етапі розвитку технологій використовується тривимірна комп'ютерна анімація, і її можна поділити на два основних напрями: *фотореалістична* і *нефотореалістична*. У *фотореалістичній* комп'ютерній анімації виділяються дві підкатегорії: реальний фотореалізм (де захоплення руху використовується для створення віртуального персонажа-людини) і стилізований фотореалізм.

Технологічні засоби і технічні прийоми створення тривимірного середовища рекламного ролику: захоплення руху (технологія цифрового запису рухів); безмаркерна технологія, що не вимагає спеціальних датчиків або спеціального костюма; маркерна система (*motion capture*) технологія в комп'ютерній анімації, візуальні ефекти, морфінг (технологія в комп'ютерній анімації, візуальний ефект, який створює враження плавного трансформації одного об'єкта в інший); візуальні і механічні спеціальні ефекти, тривимірні симуляції (створення хмар, вогню, пилу, вибухів, дощу, води та багато іншого), декорації, робота з фактурами і текстурами - використовується для візуалізації сцен, які не можуть бути зняті звичайним способом або не існують у дійсності.

До переваг 3D графіки слід віднести те, що за допомогою тривимірних програм можна зробити будь які розміри локації, вести зйомку масштабних сцен, зобразити фотореалістичне оточення, задати персонажам виразні пози, напрямки руху, зробити попередню анімацію камери та ін. Здатність відтворювати рухи завдяки створеній базі на комп'ютері; швидке опрацювання даних і порівняно більш швидке створення рекламного продукту, ніж традиційними анімаційними методами.

Використання комп'ютерної графіки значно знижує витрати на виробництво рекламного фільму, не потрібно спеціального устаткування, спеціального освітлення і простору. Зйомка проводиться за допомогою звичайної камери (або веб-камери) і персонального комп'ютера, сцену можна показати з такого ракурсу, який навіть для павільйонних зйомок може представляти складність.

Тривимірна графіка, як інструмент розширили можливості використання традиційних художньо-виразних засобів, доповнивши їх різноманітними трансформаціями, комбінуванням тощо. Художня виразність і привабливість

рекламних роликів залежить від нерозривної єдності художніх і технологічних завдань. Тривимірні спецефекти застосовуються для поліпшення або модифікації вже попередньо відзнятого матеріалу. Спецефекти є потужним засобом посилення художньої виразності рекламного ролику. Сучасні комп'ютерні технології та професійні знання фахівця рекламної продукції— найбільш ефективний шлях досягнення художньої виразності, цілісності та композиційної єдності рекламного ролику як аудіовізуального твору. Тому художник - аніматор має володіти знаннями щодо інструментарію та технологічних особливостей створення тривимірної графіки та різноманітних комп'ютерних ефектів, який використовується для візуалізації сцен, які не можуть бути зняті звичайним способом або не існують в дійсності.

Тан Цяньжуй

аспірантка Харківської державної академії дизайну і мистецтв

ВИНИКНЕННЯ МИСТЕЦЬКОГО НАПРЯМУ «ШИНУАЗРІ» У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПОРЦЕЛЯНОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Говорячи про початки виникнення стилю «шинуазрі» у європейському мистецтві, китайські дослідники вказують на такий важливий історичний факт. У 1698 році Ост-Індська кампанія отримала дозвіл на відправку торговельних кораблів у Гуанчжоу і Нінбо. Між європейськими країнами розгортається боротьба за китайські товари, це виявилось ще й прибутковою справою. Так продаж китайських товарів у Франції, таких як шовк, порцеляна, чай та інші був набагато прибутковішим, ніж товари, які раніше поступали з Індії. У 1705 році Людовик XIV санкціонував виникнення Китайської королівської кампанії. [5, с. 13].

Спочатку китайське мистецтво було взірцем для європейських майстрів, його брали готовим, як імпортний варіант, або намагалися копіювати ближче до оригіналу, при цьому бралися до уваги форма, фактура, кольори але не символічне наповнення мистецтва. Окрім того, європейці, виступали постійним імпортером китайської продукції і їх смаки стали важливими вже для китайський виробників, які робили спеціальний експортний варіант, який не співпадав з місцевими вподобаннями.

Так у світі кераміки виник особливий стиль китайського експорту, названий гуанцай (від кантонських фарб). Для цієї кераміки характерне змішування сюжетів, а в емалях віддавали перевагу зеленому кольору, пізніше додався рожевий. З Європи до Китаю прийшла і улюблена рококо форма мушлі [4, с. 175-176].

У свою чергу розширюється репертуар видів європейського мистецтва, на які вплинув «шинуазрі». Високий попит на китайську порцеляну вплинув на розвиток відповідного європейського виробництва. Одними з перших китайські мотиви у декору посуду стали використовувати делфтські керамісти, зокрема по своєму вони інтерпретували популярний китайський символ дракону, надаючи йому довільний дещо гумористичний характер [3, с. 37]. Особливо модною у Європі стала Майсенська порцеляна, яка також зробила вагомий внесок у стиль «шинуазрі».

Роблячи наголос на порцеляновій проблематиці, українська дослідниця Л. Бех також висловлює думки про статусність порцелянових виробів серед правлячої еліти Європи, ось чому правителі воліли мати власне виробництво фарфору, а відповідна продукція йшла на дипломатичні подарунки, демонструючи заможність і мудрість європейських володарів [1, с. 105]. Серед можливих прикладів, які надихнули європейців на облаштування «фарфорових кабінетів» Л. Бех називає так звану Нанкінську башту, насправді пагоду, побудовану за наказом мінського імператора Чжу Ді у XV столітті і оздоблену плиткою з білого фарфору [1, с. 103].

Прикладами вже європейськими стали знаменита фарфорова кімната у Шарлоттенбурзі часів імператора Фрідріха I, а також Японський палац саксонського курфюрста Августа Сильного, подарований останньому у 1715 році. За задумкою Августа, палац був повинен демонструвати нечувану колекцію розмаїтих порцелянових виробів Китаю, Японії і, звісно ж, місцевої Майсенської мануфактури [1, с. 104].

У Російську імперію, в тому числі і на українські терени, стиль «шинуазрі» надходив вже з двох сторін, від європейських виробників «китайщини» і безпосередньо з Далекого Сходу. Першими російськими порцеляновими виробами з елементами «шинуазрі» стали вироби порцелянової мануфактури Д. Виноградова, які датовані серединою XVIII століття. Далі розвиток продовжується вже на відомому у Росії виробництві Ф. Гарднера. Взірцем для них, на думку дослідників, стали роботи майсенських майстрів, зокрема І. Хьоральдта.

Відповідно з Майсену надходять мотиви і сюжети, наприклад, геометричні орнаменти, ремінісценції китайського жанру «птахи й квіти», сюжетні зображення з «китайського життя». Перші подібні вироби на російському ґрунті мають ознаки вторинності і малої досвідченості, серед них називають статичність зображень, особливо людських, умовність розробки «китайського» костюму і відсутність реального етнографізму, композиційна надмірність [3, с. 308-312]. Так у якості прикладу наводиться сервіз 50-60-х років XVIII століття із зображенням китайців, які розважаються на природі. У розписах відмічаються непропорційність зображених фігур, монотонність пейзажу, скупість палітри, усе це пояснюється відсутністю відповідних навичок у художників, які працювали над першими творами російського «шинуазрі» [3, с. 311].

Згодом рівень майстерності європейського порцелянового виробництва у стилі «шинуазрі» зростає, але разом з тим збільшуються елементи фантазійності, театральності, які призводять до створення картин умовного Сходу, далекого від первинних автохтонних зразків.

Література

1. Бех Л. Искусство фарфора в дальневосточной и европейской традициях: государственная политика и сфера сакрального / Л. Бех // Ойкумена. – 2013. – № 1. – С. 101-107.
2. Ванькович И. А. Особенности стилистических тенденций шинуазри в ранних произведениях русского фарфора / И. А. Ванькович // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. – 2017. – № 2. – С. 308-312.
3. Глебова М. С. Дракон в китайской культуре и шинуазри. К вопросу о культурных связях Запада и Китая в XVI – XVIII столетиях / М. С. Глебова // Сб. ст. С.-Петербург.

- гос. ун-т культуры и искусств ; т. 174. – СПб., 2007. – С. 33-38.
4. Неглинская М. А. Шинузари в Китае : цинский стиль в китайском искусстве периода трех великих правлений (1662-1795) : Монография / М. А. Неглинская. – М. : Спутник+, 2012. – 478 с.
 5. Хан Бінг «Вплив китайського експортного фарфору на мистецтво рококо» / Біг Хан. – Пекін, 2010. – 48 с. (韩冰 «中国外销瓷对洛可可艺术的影响»).

Тесленко І.О.

доцент кафедри АВМ ХДАДМ, канд. мистецтвознавства

ОБРАЗ СЕРЕДНЬОЇ АЗІЇ В ЖИВОПИСІ СЕРГІЯ СВІТОСЛАВСЬКОГО

Кінець XIX – поч. XX ст. – час пошуку художніх рішень та образів для багатьох українських художників. Подорожі провідними мистецькими центрами, навчання в академіях Кракова, Відня, Парижа, Мюнхена складають яскраві сторінки біографій багатьох відомих митці. Європа вкотре і водночас як вперше відкриває для себе Схід.

Сергій Світославський був одним із тих майстрів, які рушили до автентичного Сходу – його ландшафтів, клімату, людей, культури аби відчуті всю його своєрідність. Перші дві поїздки С. Світославського до Середньої Азії були короткочасні (кін.1890-х, 1900). Другу з них він здійснив, скориставшись нещодавно відкритою Самаркандсько-Андижанською лінією залізниці. Третя поїздка тривала рік (1910–1911). Щоб здійснити поїздку, він продав частину своєї садиби й відправився у подорож до Середньої Азії. Художник побував у горах Алаю та Заалаю, у містах Самарканд, Бухара, Хіва, Ашхабад, Кушка, Джизак, Андижан, Ош.

Ці подорожі стали важливими для майстра у подальшому розвитку засад плерного живопису, посиленні його декоративної виразності. Не лише характер ландшафту, а й світло та колір на Сході були інакшими. Яскраві соковиті барви, контрасти світла й тіні передають своєрідність східної природи, що ніби завмерла у своїй багатомістовій величі та силі. Поїздки мали велике значення для розвитку Світославського як пейзажиста-плерериста.

Серед картин, присвячених гірській середньоазійській природі, привертають увагу «Отара в горах» (кінець 1890-х рр.) і «Гірський пейзаж» (1900-ті рр.), «Кораблі пустелі» та «Хіва», «Ранковий намаз», «Східний пейзаж», «Біла чайхана», «Мандрівка» (Рис. 15).

Працюючи на плерері, під палючим сонцем, художник дійшов до власної концепції східного пейзажу. За його переконанням, середньоазійське сонце повинно бути написано так, щоб від нього очі боліли. Саме після роботи на плерерах в Середній Азії художник відчув «смак» сонця, став плереристом на повну силу.

Східні пейзажі С. Світославського позбавлені салонної, ненависної йому «олеографічності». Художник побачив у Середній Азії не східну пишноту й екзотику, а бідність, руйнації. На його картинах безкрай жовті, розпечені сонцем піски, скудна рослинність, каравани верблюдів, що долають пустелю, руїни старих міст, яскраві барвисті базари.

Тесленко І.О.

доцент кафедри АВМ ХДАДМ, канд. мистецтвознавства

СХІДНА ТЕМА В УКРАЇНСЬКОМУ КУБОФУТУРИЗМІ ТА КОНСТРУКТИВІЗМІ

Інтерес до Сходу був важливою складовою ідейної програми художників раннього авангарду. Проте, вплив східного мистецтва на твори російських авангардистів більше проявився у теорії та маніфестах, ніж у художній практиці, Схід цікавив митців авангарду сюжетно-тематично, а не стилістично. (за А. Таргуловим). Важливим було занурення в атмосферу Сходу, ніж вивчення особливостей східного мистецтва. В українському мистецтві східна тема залишається в колі інтересів майже до 1932 р.

Представники авангардистських течій дивилися на Схід з позиції теоретиків, надавали його мистецтву роль повноцінного учасника культурного діалогу із Заходом, нерідко вбачали в цій культурній силі перевагу, відводячи Сходу роль мудрого наставника. Тож і художнє розкриття східної теми набуває у авангардистів нового звучання. (Д. Бурлюк підкреслював важливу роль мистецтва Японії у формуванні основ авангардного мистецтва).

Тяжінням до орієнталізму позначена творча діяльність харківських художників, що входили до оточення поета В. Хлебнікова. його сокровеною ідеєю було просвітництво Європи мудрістю Азії. Харківський осередок однодумців та прихильників поета гуртувався навколо родини сестер Синякових в селищі Красна поляна, що під Харковом

М. Синякова-Уречіна – художниця, що мала самобутній дар і великі здібності. Для неї велике значення мали подорожі за кордон: до Німеччини у 1910 році та Середньої Азії у 1914 році. Східні мотиви простежуються в її акварелях, а саме: рослинні, які набувають символічного звучання, мотив мітхуна (тобто мотив закоханого подружжя), мотив оголеного тіла, який подається крупним планом та символізує основу життя, умову його існування; розповсюджений східний сюжет «Зібрання для бесід» (за О. Лагутенко).

До харківського оточення Хлебнікова входив і видатний художник-кубофутурист, графік, сценограф Б. Косарєв. Окремі його твори пов'язані з орієнтальною темою, на що звернула увагу Т. Павлова.

У 1920-ті роки художниками та мистецтвознавцями розвивається думка про близькість культур Сходу, переважно Близького, до слов'янських культур, більшою мірою, ніж до західноєвропейських. Висловлювалася думка про те, що в українській культурі чимало близькосхідних рис, тому вивчення мистецтва Близького Сходу має велике значення (Вс. Зуммер, 1929).

Тема Сходу отримує нового звучання в конструктивістській сценографії. Осмислення естетичного досвіду східного театру сприяло формуванню нової пластичної мови, впливало на розуміння місця і ролі декоративного облаштування у сценічній дії. Посиленню інтересу до театру Сходу сприяли оригінальні вистави, про що засвідчують публікації в періодичних виданнях.

Зацікавлене ставлення до східної театральної традиції пов'язано з так званим «культулом давнини», який на початку ХХ століття супроводжував творчі пошуки митців. Інтерес до магії, якої сповнені виразні рухи та же-

сти прадавніх містерій, переконання в тому, що за допомогою пластики, ритму людина здатна наблизитися у глибини свої підсвідомості відрізняють новаторські театральні постановки того часу.

Театральна культура Сходу справила значний вплив на формування авангардного театру. Режисери-новатори О.Таїров, В. Мейєрхольд, С. Ейзенштейн, Л. Курбас вивчали неєвропейський досвід, в якому вбачали джерело оновлення європейського театру. Популярними стають п'єси, дія в яких відбувається на Сході. Це як нові твори, так і ті, що були написані в часи попередніх сплесків європейського орієнталізму (наприклад, «Принцеса Турандот» К. Гоцці (XVIII ст.), «Мікадо» А. Салівена (кін. XIX ст.), «Саломея» О. Уайльда (кін. XIX ст.), «Тая Хао» («Червоний мак») Р.Глієра (20-ті роки XX ст.), тощо).

Серед режисерів авангардної сцени особливе тяжіння до Сходу проявилось у творчості О. Таїрова. З 1916 по 1921 роки з режисером співпрацювала видатна художниця О. Екстер. У 1918 – 1921 роках з Екстер співпрацював сценограф В. Меллер. Нове розуміння завдань сценографії, яке формувалося, зокрема, й під впливом ідей східного театру, ширилося завдяки творчому союзу однодумців.

Дух Давнього Сходу розкривається в багатьох творах В. Меллера, А. Петрицького завдяки переосмисленню традиційних пам'яток мистецтва Сходу. Розширення уявлень про Схід, розкривало перед художниками можливості нових художніх рішень. Їх особливість полягає в тому, що образи східних персонажів розкриваються в динаміці. Характер руху – від урочистого, неквапливого, сповненого внутрішньої величі і значущості до стрімкого та експресивного – визначає рисунок образу.

Фоміна К. О.

аспірант 1 курсу ХДАДМ

Керівник: канд. мист., доцент кафедри МД, ХДАДМ Опалєв М. Л.

ПОТЕНЦІАЛ ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ТА ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ У РОБОТІ ДИЗАЙНЕРІВ

Технологія віртуальної (VR, virtual reality) та доповненої (AR, augmented reality) реальності останнім часом викликає зацікавлення у багатьох сферах людської діяльності: бізнесі, науці, розвагах, навчанні тощо. В освіті, як сфері, що має зберігати свою доцільність та відповідність часу, також запроваджуються експерименти із сучасними технологіями, щоб перевірити їх можливості та способи використання. Багато науковців підтверджують позитивний ефект застосування технології доповненої реальності у навчанні та можливості підвищити ефективність та залучення до процесу у закладах освіти різних рівнів, серед них Х. Мартін-Гутьєррес et al. [1], М. Т. Рєстіво [2], Т. Різєв [3] та інші.

В дослідженні групи науковців з США (університети Пенсильванії та Аризони) було проведено експеримент із студентами архітектурної спеціальності та інженерії [4]. Як зазначають науковці, студентам з навчальних

дисциплін, пов'язаних із будівництвом важливо зрозуміти різні аспекти стійкого дизайну, які впливатимуть на ефективність будівлі. Крім того, важливо, щоб ці студенти мали змогу генерувати, візуалізувати та оцінювати виконання альтернативних варіантів дизайну для визначення найкращого можливого підходу. В ході експерименту студенти повинні були виконати переробку будівель, в рамках якої їм довелося проектувати, візуалізувати та оцінювати конструкції зовнішнього фасаду для модернізації існуючої споруди та підвищення її стійких показників. 34 студенти архітектурної інженерії, 47 студентів архітектури та 27 студентів цивільного будівництва виконували завдання за допомогою спеціально розробленої для експерименту програми під назвою «eSoCampus» із використанням доповненої реальності. Результати їхньої роботи порівняли з результатами 65 студентів, які виконали подібний проєкт, використовуючи лише чисті аркуші паперу, та іншої групи з 23 студентів, які використовували паперову версію, схожу на «eSoCampus». Результати дослідників свідчать про те, що студенти з усіх дисциплін, які застосовували «eSoCampus», змогли порушити тенденцію до фіксації дизайну (тобто зосередженні на одному варіанті рішення дизайну). Ці студенти також змогли використати додаток для оцінки своїх конструкцій та генерування додаткових концепцій із кращою загальною ефективністю в усіх дисциплінах порівняно зі студентами, які використовували паперові формати.

Студенти різноманітних творчих спеціальностей у процесі проектування часто стикаються такими труднощами як: складні об'єкти та просторове бачення, генерація та візуалізація альтернативних варіантів дизайну, збереження масштабності об'єктів, що проєктуються та відчуття простору. Одним із варіантів вирішення таких проблем може стати використання доповненої чи віртуальної реальності.

Компанія «Autodesk» у своєму нещодавньому оновленні пакету 3dsMax запропонувала користувачам можливість використання VR, тестування та перегляду своїх розробок із можливістю занурення у створене середовище. Інші платформи, наприклад Unreal Engine, також дозволяють скористуватись VR, але результату досягнути важче, та зазвичай використовуються моделі, що виготовлені в інших програмах. Програма 3dsMax використовується дизайнерами, в тому числі і студентами, для вирішення багатьох завдань: моделювання об'єктів, візуалізації інтер'єрів, анімації тощо. Для перевірки можливостей технології автор використала просту тривимірну сцену невеликого приміщення магазину із мінімалістичним оформленням. За допомогою обладнання (шолома віртуальної реальності) та нескладного конвертування існуючої тривимірної сцени вдалось зазирнути у середину приміщення. Такий огляд продемонстрував, що пропорції кімнати сприймаються адекватно та відповідно до реального приміщення. Також цей натурний експеримент дозволив вирішити сумніви стосовно висоти елементів. Було визначено, що необхідно трохи опустити висоту прилавку на 5 см (край позначений точкою А на рис. 1) та висоту нависаючої конструкції на 40 см (низ позначений точкою Б на рис. 1). Переваги VR у 3dsMax для дизайнерів та студентів — відносна легкість підготовки сцени та конвертації, наочність, реалізм, можливість занурення. Недоліком є необхідність наявності обладнання для



*Рис. 1. Інтер'єр приміщення.
Ліворуч варіант до правок по висоті, праворуч — після правок.*

перегляду, коригування налаштувань моделей та матеріалів, реальний масштаб змодельованих об'єктів.

Застосування технологій віртуальної та доповненої реальності можуть стати у нагоді дизайнерам різних спеціальностей: графічні дизайнери мають можливість перевірити результати своєї роботи в реальних умовах, наприклад, розміщення та роботу банерів у середовищі, дизайнери інтер'єру — зануритись у створене середовище та перевірити масштабність та планування простору, архітектори — варіанти конструкцій тощо. Головна перевага цих технологій — можливість помістити об'єкт у контекст, в середовище, в якому він має функціонувати та протестувати його. Застосування VR дозволяє виконати занурення у об'єкт без необхідності фізичної присутності у середовищі, а AR надає можливість натурної демонстрації, порівняльного аналізу існуючого із доповненим віртуальними елементами та соціальної взаємодії декількох учасників в процесі огляду та тестування за рахунок можливості одночасно бачити результати роботи.

Література:

1. J. Martin-Gutierrez, E. Guinters, and D. Perez-Lopez, "Improving Strategy of Self-Learning in Engineering: Laboratories with Augmented Reality," *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, 2012, doi: 10.1016/j.sbspro.2012.08.249.
2. M. T. Restivo, F. Chouzal, J. Rodrigues, P. Menezes, B. Patrão, and J. B. Lopes, "Augmented reality in electrical fundamentals," *Int. J. Interact. Mob. Technol.*, 2014, doi: 10.3991/ijoe.v10i6.4030.
3. T. Rizov and E. Rizova, "Augmented reality as a teaching tool in higher education," *Int. J. Cogn. Res. Sci. Eng. Educ.*, 2015.
4. S. K. Ayer, J. I. Messner, and C. J. Anumba, "Augmented Reality Gaming in Sustainable Design Education," *J. Archit. Eng.*, vol. 22, no. 1, pp. 1–8, 2016, doi: 10.1061/(ASCE)AE.1943-5568.0000195.

Федюн Є. О.

аспірант, ХДАДМ

Науковий керівник: Ковальова М.М., канд. мистецтвознавства, доцент кафедри живопису ХДАДМ

ПЕДАГОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ БОРИСА КОСАРЕВА

Борис Васильович Косарев – визначний художник театру, сценограф та живописець, народився 23 липня 1897 року у Харкові. З самого дитинства у розвитку його таланту митця підтримували мати, бабуся та чоловік тітки – Олександр Григорович Гончарук. За рекомендацією Гончарука – художника декоративно-прикладної галузі, хлопця віддали до Харківської – ремісничої майстерні декоративного живопису Л. Й. Тракала. З восени 1911 року Борис Васильович старанно навчається в ній орнаменту, рисунку і живопису. Вже в старших класах здібні учні школи – Б. Косарев, Г Цапок і В. Єрмілов відзначались високими оцінками та золотими медалями, навіть на виставці у Києві (1914).

Відчуття тонкощів колориту та технологічні особливості живопису розвинули у Косарева талановиті художники-педагоги М. Р. Пестріков, О. П Кокель та О. М. Любимов, у яких Борис Васильович вчився в Харківському художньому училищі, куди він був зарахований без іспитів у 1915 року. Відомі митці в своїй педагогічній діяльності спиралися на програму Петербурзької Академії мистецтв. Викладачі загострювали увагу учнів на ретельному вивченні анатомії і перспективи в рисунку; правдивої передачі гармонійних кольорових співвідношень в живопису. Ці настанови митець використовував до кінця життя не тільки в творчості, а і в педагогічній діяльності.

Перші три роки навчання в Харківському художньому училищі Косарев займається опануванням станкового живопису та академічного рисунку. Про захоплення декоративно-прикладним мистецтвом цих років свідчать оформлення різноманітних театральних постановок. З 1915 року та впродовж всього творчого життя художник виконує декорації для багатьох театральних постановок Харкова і Одеси.

В 1931 році митець розпочинає педагогічну роботу в Харківському художньому інституті на посаді керівника творчої майстерні театральньо-декоративного мистецтва. Навчальні роботи учнів, виконаних під керівництвом Косарева, відкривають цікаві сторінки методики і розвитку Харківської академічної школи. Серед збережених методичних матеріалів особливий художній інтерес визивають двофигурні тематичні композиції студентів старших курсів.

Цікавим прикладом театральних костюмованих постановок з майстерні Косарева є роботи з фігурами блазнів. Методичний архів має п'ять подібних творів, дві з них підписані і належать пензлю Ю. Павлова і Горечая. Цим роботам притаманно монументально-декоративне рішення. Деякі полотна мають незавершений стан. Навчальні задачі ускладнювались введенням штучного освітлення. В композиціях відчувається життєвість образів, ретельність добору образотворчих засобів, стилізація, більш характерна для вимог монументального живопису. Збережені архівні роботи учнів за

трактуванням наближені до театральних декорацій. Серія творів динамічна, контрастна в кольорових сполученнях та гостра в ритміці. За манерою виконання і тематикою академічні роботи студентів нагадують театральні ескізи Косарева.

Художник майже за шістьдесят років плідної педагогічної праці вніс великий вклад у розвиток харківської художньої школи. Перші випускники майстерні Косарева – Г. Нестеровська, Л. Писаренко Л., І. Дешко, М. Ривін згадували про свого наставника, як про суворого та вимогливого викладача. Вже під час навчання багато з учнів Косарева приймали участь в обласних і республіканських виставках. Дипломні роботи студентів були відзначені на Всесоюзних виставках живопису і композиції в Ленінграді. Багато з його студентів стали видатними художниками України: Л. Братченко, В. Геращенко; заслужені діячі мистецтв В. Лозовий, Т. Медвідь, Л. Писаренко, І. Шевченко; заслужений художник України П. Шигімага, художники А. Олексієнко, Г. Батій, І. Дешко, В. Константинов, О. Костюченко, В. Кравець, Н. Кулелєв, Ю. Матвєєв, Г. Нестеровська, П. Осначук, Ю. Старостенко, В. Чурсін, Г. Фісан, Т. Шевченко та ін. Педагогічний метод Бориса Васильовича, заснований на індивідуальному підході до учнів, високому рівні вимог, відрізнявся оригінальністю, творчим підходом до постанови учбових завдань.

Худякова А.Г.

аспірантка ХДАДМ, спеціалізація «Мистецтвознавство»,

Наук. керівник: Соколюк Л.Д., доктор мистецтвознавства, професор, завідувачка кафедри теорії і історії мистецтва ХДАДМ

СУЧАСНИЙ МУРАЛІСТСЬКИЙ РУХ У СВІТІ (ДО ПИТАННЯ ПРО ПОХОДЖЕННЯ І ЗМІСТ ТЕРМІНУ)

Нині світом активно поширюється явище, що отримало назву «муралі». Під цим терміном розуміються настінні розписи будівель, виконані в різноманітних, можливих на сьогодні техніках. У наших словниках тлумачення цього терміну ще відсутнє. Російський автор Віктор Власов у своєму «Новому енциклопедичному словнику образотворчого мистецтва» (т. V, 2006) термін «муралі» трактує таким чином: «МУРАЛІ (італ. murali, от тито — «стіна») — настінні розписи, самодіяльні вуличні малюнки на стінах будинків, те ж саме, що граффіті. «Pittura murali» — професійний художній розпис (див. фреска) [1, с. 720].

Утім, як нині показує художня практика, сучасні муралі — це далеко не завжди самодіяльні вуличні малюнки, бо включають і професійні настінні розписи та не обмежуються технікою граффіті [2]. Дехто з авторів у своїх публікаціях наголошують на тому, що на сьогодні настінні розписи стали невід’ємною складовою організації міського середовища, і розглядають їх не лише в контексті вуличного мистецтва, а й якісно нової художньої практики — урбаністичного мистецтва [3], дехто розглядає його як феномен межі ХХ і ХХІ ст. [5], а дехто наголошує на тому, що це найпрогресивніший напрямок сучасного мистецтва [4]. Як бачимо, художня практика випереджає теорію і, хоч термін «муралізм», або ж «мистецтво муралів», є загально-

живаним у світовому мистецтвознавстві, у нас він залишається недостатньо визначеним.

Однак, не можна не звернути увагу на той факт, що муралістами називали себе ще у 1920-ті роки представники такого феноменального явища світового масштабу, яке в нашій мистецтвознавчій науці прийнято називати мексиканським монументальним мистецтвом. Вони ще тоді спиралися на латинську назву слова «стіна». Чому ж у нас традиційно йдеться про монументальне мистецтво Мексики, а не про мексиканський муралізм? Адже ніде у світі, окрім російського мистецтвознавства, настінний розпис не називають монументальним живописом. І нам цей термін дістався від радянського минулого. А розпочиналося все з т. зв. ленінського плану монументальної пропаганди, коли вождь світового пролетаріату Володимир Ленін для утвердження більшовицької влади вирішив використати надійну силу мистецтва, увійшовши таким чином у діалог з глядачем для оволодіння масовою свідомістю. На мистецтво покладалася особливо важлива роль — вибудувати свого роду монумент для комуністичного майбутнього та його вождів. Чимало талановитих діячів культури було введено в оману, серед яких представники «українського монументалізму» школи Михайла Бойчука — ще одного з найбільш яскравих явищ світового масштабу в настінному розписі першої третини ХХ ст. Скориставшись їхньою самовідданістю в служінні мистецтву, радянська влада згодом не лише підступно знищила твори цих майстрів, а й самих провідних представників бойчукізму.

Нині суспільно-політична та культурна обстановка в Україні кардинально змінилася. Зруйнована т.зв. «залізна завіса», якою радянська державна система відгороджувалася від усього, що протягом багатьох десятиліть відбувалося в «буржуазному світі», включаючи й мистецько-культурний процес, в який сьогодні все більше втягується українське образотворче мистецтво, що має свою неповторну історію, своїх героїв, свою символіку і, нарешті, історично зумовлену термінологію в мистецтвознавстві.

Змінилася і продовжує змінюватися архітектура, художня тематика, що хвилює нині українське суспільство, види настінного живопису та його технічні можливості. Незмінним залишається те, що настінний живопис розрахований не на індивідуальне, а на колективне сприйняття, і кожний народ намагається найбільш адекватно відтворити в ньому ідеї та образи, що хвилюють його на даному етапі розвитку.

Утім, як же бути з прийнятими у нас термінами «монументальне мистецтво», «монументальний живопис», що співвідносяться з естетичною категорією «величного»? Чи завжди твори сучасного «вуличного мистецтва» (street art) або ж ті, що розташовані на стінах будинків у відкритому просторі і віднесені зарубіжними авторами до муралів, наділені такими естетичними якостями? Адже твори храмового мистецтва, що активно винищувалось в Україні за радянських часів, знову затребувані суспільством і за своїм ідейним змістом мають відбивати дематеріалізацію матеріального, духовність, зберігати свій монументальний характер, пов'язаний з поняттям «величності», піднесеності над профанним, буденним. Вочевидь, необхідні більш глибокі й ґрунтовні дослідження, виходячи з категорій змісту, ансам-

блю, бо цей вид настінного живопису залишається частиною архітектурного середовища, а також техніки й матеріалу, що сприятиме удосконаленню термінологічного апарату українського мистецтвознавства..

Література:

1. Власов В. Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства. Т. V (Л — М). Санкт-Петербург, 2006. 759 с.
2. Walled City: The Art of the Mural. Sandu Publishing, 2017. 240 p.
3. Гаврилаш І.С. [Електронний ресурс]. Режим доступу file:///C:/Users/Admin/Downloads/153768-333280-1-SM%20(3).pdf
4. Кораблева А. В. Стрит-арт, публік-арт, уличное искусство: дифференциация понятий. Эстетика стрит-арта / под общей ред. К. А. Куксо. Санкт-Петербург, 2018. С. 10–17.
5. Крупеньова Т.І. [Електронний ресурс]. Режим доступу file:///C:/Users/Admin/Downloads/181323-402248-1-PB.pdf

Цю Чжуанюй

аспірант, ХДАДМ

Науковий керівник: Ковальова М.М., канд. мистецтвознавства, доцент, доцент кафедри живопису ХДАДМ

ТЕМА ТИБЕТУ В КИТАЙСЬКОМУ ОЛІЙНОМУ ЖИВОПИСІ (НА ПРИКЛАДІ ТВОРЧОСТІ ХАНЯ ЮЙЧЕНЯ)

У лютому 2020 року у Київській національній картинній галереї відбулася урочиста подія — виставка всесвітньо відомого китайського художника — Ханя Юйчєня. Роботи митця, каліграфа, фотографа, заслуженого професора, засновника музею європейського живопису XIX століття в місті Ханьдань (Хебей, Китай) знаходяться у державних і приватних колекцій у всіх куточках світу — від Національного музею Китаю в Пекіні до колекції колишнього президента Французької Республіки Ніколя Саркозі.

Головна тема української виставки митця — Тибет, з його захоплюючими пейзажами, фантастичними монастирями, високими горами, давніми загublеними містами, а головне — самотньою культурою. Більшість робіт ілюструють буденне життя мешканців Тибету: ченців, паломників, простих трудівників. Хань Юйчєнь завжди захоплювався Тибетом. За останні десять років художник неодноразово перетинав гірську місцевість та долини у пдніжжя найвищих гір світу, зупиняючись в тибетських рідинах та відвідуючи пасовища краю. Така обізнаність з побутом поселенців виявляється в глибині його картин, життєвості представлених образів. Хань Юйчєня називає цей сніжний та містичний регіон Китаю втіленням царства «чистоти». За ствердженням художника: «Тибетці — скромні та чуткі люди, очі яких сповнені доброти... Краса Тибету полягає в його людях, що живуть щасливо ти мирно, але інтенсивно та пристрасно. Їхне щастя рухає мною, тому я намагаюся приносити радість іншим людям» [2].

Хань Юйчєнь, як і більшість сучасних китайських митців, також працює у напрямку традиційного китайського живопису на папері та в каліграфії. Ознайомлення зі стародавніми техніками Китаю, впевнений і досконалий

рисунок дають змогу митцю досягти максимального рівня правдивості в своїх творах.

Професійне навчання митця прийшлося на трагічний соціально-політичний період в Китаї. Визначний талант не дозволив Ханю Юйченю відмовитися від мистецтва у складні часи для своєї родини, яку було репресовано владою в роки «культурної революції». Щоб прогодувати себе і допомогти своїй родині, він важко і багато працював, ставши у шістнадцять років вантажником на металургійному заводі. Але пристрасно любив малювати і пізніше, заради опанування європейською та вітчизняною академічними школами, почав брати уроки у професійних художників Лі Хуа, Су Гаолі, Лян Юйлуна (випускників Академії мистецтв, що в Петербурзі) [4, с. 184].

Виставку в Києві можна назвати унікальною і сенсаційною для українських мистецтвознавців через те, що вона є унікальним прикладом сучасного китайського реалістичного мистецтва. Будучи представником основного в Китаї народу «хань», художник з великим інтересом і ретельністю виписує деталі, яскраво відтворюючи декоративність тибетського одягу, несхожі типи осіб, буран і вітер, безмежні простори і старі нетрі, закутані особи під сяючим гірським сонцем. Не лише гра світлотіні, відблиски сонця привертають увагу Хань Юйченя, а, як і майстрів Ренесансу, – перспектива. Відчувається, що він професійний фотограф, навіть фотохудожник. Його картини фотографічні, але це навіть захоплює... [3]. Свій талант Хань Юйчень активно розвивав з часів свого першого візиту до студії відомого художника Чжана Веньсіна у Пекіні.

Хань Юйчень малює великі сюжетні картини, хоча справжня великоформатна тематична картина є тим жанром, що далеко не завжди привертає увагу художників через його складнощі, необхідність наявності навичок «розповідати історію» в особах і типажах. Ми бачимо обличчя простих жителів Тибету, чоловіків і жінок, дітей і ченців, зайнятих повсякденною працею. Вони пасуть худобу на тлі засніжених гірських вершин, варять їжу, бредуть під вітром у паломництво до святих місць, моляться. З особливою любов'ю китайський художник пише дітей, створює їх ніжні образи на тлі сурових гір або різьблених дверей будинків.

Майстерне володіння формальними і технічними засобами дозволяє художнику відобразити силу світла, яскравість кольорів і атмосферну пишність висот, а також з потужною правдивістю задокументувати повсякденне життя в природних умовах із збереженням кочових, пастирських, чернечих і соціальних традицій регіону. Результатом цього є індивідуальні і групові портрети, які яскравими і дуже природними акцентами виступають свідченнями «екзистенційності» і духовності людей «даху світу». В роботах митця відчувається їх дивовижна стійкість до екстремальних кліматичних умов, їх духовна сила і містичні уявлення. На полотнах Юйченя, що пронизані яскравістю неба і чистотою землі і повітря, Тибет розкривається як символ глибокої буддійської філософії.

Організатор першої персональної виставки Хань Юйченя у Києві – компанія Ukraine International Media Culture (UIMC) спільно з Київською Національною картинною галереєю. «Це перша персональна виставка всесвітньвідомого

китайського художника Ханя Юйченя у Києві. Я впевнений, що ця подія стане ще одним кроком на шляху до масштабування культурного обміну між Україною та КНР та надасть можливості для реалізації спільних культурних проєктів у майбутньому – зазначає Лю Юйдань, директор UIMC [2].

Важливість вивчення китайського олійного живопису, що в останні роки швидким поступом інтегрується у світове мистецтво, полягає у розвитку мистецьких зв'язків між Україною і Китаєм. Спорідненість інтересу до своєї історії, традицій, побуту простих людей теж зближує митців різних країн і континентів.

Література:

1. Зубко Г. В. Искусство Востока: курс лекций / Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. искусств. Москва: Восточная книга, 2012. 427 с.
2. Персональна виставка всесвітньовідомого художника Хань Юйченя «Мистецтво Тибету» // <https://womo.ua/event/personalna-vistavka-vsесvitnovidomogo-hudozhnika-han-yuychenya-mistetstvo-tibetu/>
3. Стельмашевская О. Искусство Тибета // День. 11.02.20. : <https://day.kyiv.ua/photo/iskusstvo-tibeta>. Дата звертання 9.04.20
4. Хань Юйчень: Збірник олійного живопису на тему Тибету// Головн. ред. – Національний музей: «Київська картинна галерея». Шанхай: Редакція китайсько-го журналу «Веньхуа Женьу», 2020. 188 с.

Чадасва К. Ю.

доцент каф. українознавства, канд. іст. наук, ХДАДМ

ХАРКІВ – ЦЕНТР СЛОБІДСЬКОЇ УКРАЇНИ І НАЦІОНАЛЬНОГО ВІДРОДЖЕННЯ

Сучасний період, який характеризується виходом України на рівень європейського простору, вивів в число найбільш пріоритетних напрямків історичної науки проблеми національно-культурного та державного відродження народу.

Національне відродження розпочинається з вивчення своїх національних коренів, що виявляється зокрема у збиранні і вивченні старовинних пам'яток, поетичного та музичного фольклору, у дослідженні етнографічних особливостей того чи іншого краю.

Україна завжди була регіоном слов'янських народів, які не мали своєї державності й прагнули до збереження своєї етнічної та самості через розвиток своєї мови, своїх культурних традицій.

Історія краю свідчить про те, що з початку XIX ст. Слобожанщина з її адміністративним та культурним центром – м. Харковом – стала осередком українського відродження. Для цього існує декілька причин соціально-політичного, культурного та етнічного характеру, які різною мірою відображено в чисельних історичних джерелах.

Наявні висновки щодо цього питання пояснюють статус Харкова, як центра українського відродження. Насамперед, це – культурні і мовні традиції українського середовища, в якому зберігалися ідеї національно-державної незалежності і самобутності нашого народу.

В історичних дослідженнях окремо звернуто увагу ще на один ракурс

українського відродження, а саме – на наявність власної освіченої верстви серед українців. Особливої уваги висвітленню цього питання заслуговує діяльність Харківського колегіуму, із середовища якого вийшло чимало видатних державних, культурних і релігійних діячів, серед яких: письменник М.І. Гнедич, майбутній професор і ректор Московського університету М.Т. Каченовський, митрополит Київський Г. Каменецький. Тривалий час викладачем Харківського колегіуму був український філософ, просвітитель, мандрівний вчитель Г.С. Сковорода.

Вогнищем освіти не тільки на Слобожанщині, а й на всій Україні став Харківський університет, заснований в 1805 році громадським діячем В.Н. Каразіним. З цим осередком науки й культури пов'язана діяльність Левка Боровиковського – відомого українського поета, знаних поетів Амвросія Метлинського й Петра Гулака-Артемовського. Закінчили славетну alma mater учений і поет М. Костомаров, поет Я. Щьоголев. Ці поети увійшли в історію літератури як харківські романтики.

Значну роль у збиранні й публікації українського фольклору та етнографічних матеріалів відіграв Ізмаїл Срезневський – поет, етнограф і видатний учений-славист. Вихованець Харківського університету, учень відомого німецького вченого Ф. Боппа, Срезневський навчався і починав свою науково-громадську діяльність у Харкові. Він видав цілу низку цікавих праць, присвячених українській народнопоетичній творчості та історії запорізького козацтва, тлумаченню татарських назв урочищ та етнічному складу слобідського населення. Одним із перших у вітчизняному мовознавстві Срезневський почав розглядати мову як невід'ємну ознаку народу, як продукт колективної свідомості, що постійно зазнає змін і перебудов. Вчений був ідейним натхненником Харківської лінгвістичної школи, провісником нового напрямку в лінгвістиці і філології.

Справжнім патріархом у культурному житті Харкова й України визначають Григорія Квітка-Основ'яненко – основоположника української художньої прози, який своєю творчою діяльністю ввів українську мову в коло літературних.

Г. Квітка-Основ'яненко причетний майже до всіх культурницьких українських починань у Харкові. Так, він був одним із засновників і викладачів інституту шляхетних дівчат, Харківської губернської публічної бібліотеки, першим директором професійного театру в Харкові, ініціатором і засновником перших в Україні періодичних видань та альманахів, де друкувались писані українською мовою твори. Спадщина письменника вивела українську літературу далеко за межі свого краю, викликаючи шану інших народів.

Вагомим політичним явищем українського відродження була галузь журналістики. У збірниках, альманахах, журналах публікуються як художні, так і публіцистичні твори російською й українською мовами. Серед відомих на той час видань - “ Украинский вестник ” та “ Украинский журнал ”, літературний альманах “ Утренняя звезда ”, альманах “ Молодик ” та інші. Незважаючи на те, що твори були писані російською мовою, в них значне місце посідала українська тематика. Але чимало видань публікують твори українських

письменників і містять біографічні й бібліографічні відомості про авторів.

Кожне з видань того часу було важливою подією в житті української освіченої верстви тому, що вони слугували трибуною для утвердження української національності.

Таким чином, з початку XIX ст. Харків став колискою журналістики на Україні, і велику роль у цьому відігравали культурні діячі міста.

Особливо відзначились харківські видання у поширенні не тільки творів місцевих авторів. Тут побачили світ деякі твори Т.Г.Шевченка, І.П.Котляревського, Є.Гребінки, перший в Україні переклад “ Слова о полку Ігоровім ”, зроблений О.О.Паліціним та інші.

Із Харковом пов’язане й виникнення першого українського професійного театру, біля джерел якого стояв Г.Квітка-Основьяненко. Його “Сватання на Гончарівці ” та “ Шельменко-денщик ” і в наші сучасні дні користуються любов’ю серед глядачів. На сцені славетного театру з великим успіхом йшли вистави за п’єсами І.П. Котляревського “ Наталка-Полтавка ” (цей шедевр і досі прикрашає репертуар ХНАТОБу ім.М.В.Лисенка) та “Москаль-чарівник”. Тут працювали видатні актори К.Соленик та М.Щепкін. Не випадково, у п’єсі “ Наталка-Полтавка ” один з героїв твору розповідає про те, що в Харкові він був у театрі і називає його “ дивом ”.

До речі, саме в Харкові у зв’язку з діяльністю театру вперше виникла театральна критика, наявність якої сприяла розвитку театральних смаків публіки.

Отже, Харків на початку XIX ст. став центром українського відродження, для чого тут існували як соціально-економічні, так і культурно-історичні та етнічні передумови. Але роль першої столиці України в цьому процесі не вичерпується лише цим періодом. Значення Харкова не зменшувалось і в наступному: у II половині XIX ст. та на початку XX ст. тут існувала не тільки українська література, а й справжня наукова україністика, а 20-ті роки XX ст. називають другим українським відродженням, що знову відбувається в Харкові.

В 90-ті роки XX ст. Харків остаточно повертає собі славу міста українського національного відродження. Саме про це свідчить діяльність таких організацій, як “ Спадщина ” та “ Товариство української мови ім. Т.Г.Шевченка ”. Вони внесли значний вклад в українське національне відродження і повернення історичної правди, виступили ініціаторами з увіковіччування пам’яті жертв сталінських репресій і голодомору, а також вшанування пам’яті видатних харків’ян.

Саме ці факти надають впевненості у тому, що харківські організації, діяльність яких спрямована на українське національне відродження, і надалі стимулюватимуть культурне життя Харкова.

Література:

1. Багалій Д.І. Історія Слободської України. / Передмова, коментар В.В.Кравченка / Д. Багалій. – Х.: Основа, 1991.
2. Харків – моя мала Батьківщина: Навч. посібник з народознавства /Харк. держ. пед. ун-т ім. Г.С.Сковороди /За ред. І.Ф.Прокопенка. – Вид. 2-е випр. і. доп. – Х.:ОВС, 2003.
3. Титар О.В. Культура Слобожанщини: проблеми національно-культурної ідентичності. Монографія / О.Титар. – Харків: Райдер, 2006.

4. Культурна спадщина Слобожанщини. Культура і мистецтво: Збірка науково-популярних статей. – Харків: Курсор, 2008.
5. Мачулин Л.И. Основание Харькова: легенды, гипотезы, факты / Л. Мачулин. – Х: Мачулин, 2008.

Чжан Чже

аспірантка Харківської державної академії дизайну і мистецтв

НАТЮРМОРТ У КИТАЙСЬКІЙ ХУДОЖНІЙ ТРАДИЦІЇ: ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Прийнято вважати, що натюрморт у жанрово-видовій системі китайського мистецтва з'являється під впливом західно-європейського живопису і набуває розвитку завдяки закладам художньої освіти як необхідна складова пропедевтики. Традиційний живопис у дослідницьких працях розглядається виключно у контексті тих сюжетно-тематичних груп, що мають спеціальну назву китайською мовою. Так, наприклад, у класичному творі XI ст. «Оцінки уславлених художників правлячої династії» (*Шэн чао мин хуа пин*) згадуються майстри фігуративного жанру (*жэнь у*), який охоплював широке коло сюжетів - від жанрових сцен, портретів імператорів та членів імператорської родини до зображень божеств буддійсько-даоського пантеону та персонажів народної міфології. Крім того, автор виокремлює як самостійні жанри ті мотиви, які в європейській критиці прийнято називати ємним словом «пейзаж»: *гори-води (шаньшуй линь- му)*, зображення коней та інших тварин (*фаньма цзоушоу*), зображення квітів та птахів (досл.: «квіти, бамбук, пух та пір'ячко» - *хуач-жу лінмао*) а також жанр «демони та духи» (*зуйшэнь*), архітектурні будівлі (*умень*).

Така жанрова структура живопису зберігається протягом століть і натюрморт у ній відсутній. Зображення окремих речей на кшталт «Кошика з квітами» художника XI ст. Лі Сун, є скоріше виключенням, ніж правилом. Однак було би невірним вважати, що річ як така знаходиться поза мистецькою увагою. Так само, як і в Європі, тривалий час зображення предметів присутні в образно-змістовній структурі творів, виконаних в інших жанрах. Огляд колекцій китайського живопису виявляє повторюваність певних предметів, їхній стійкий змістовний зв'язок з усталеними мотивами, внаслідок чого вони слугують упізнавальними атрибутами персонажів, подій або несуть доброзичливе послання. Відтак впливає проблема каталогізації таких зображень, виявлення типологічних рис їхньої художньої інтерпретації, визначення змістовних та пластичних трансформацій, якщо такі відбувалися.

Перехід від зображення речі-знаку, речі-символу до пластично-виразних, підкреслено матеріальних предметів – є не просто свідцтво запозичення досвіду західної мистецької традиції, а принципова зміна розуміння речі. У зазначеному сенсі уявляється важливим дослідити, які саме аспекти натюрморту як жанру знайшли точки перетину в китайській мистецькій практиці, а які залишилися неусвідомленими, відкинутими, неопанованими.

Дослідження натюрморту у контексті західного впливу також потребує конкретизації. У цілому в історії китайського живопису можна виділити декілька етапів такого впливу: від діяльності Кастильоне часів, Сінхайської революції 1911 р. і вивчення тогочасних творчих практик Франції та Італії,

панування реалізму зразку СРСР, до авангардних течій 1980-х і сучасного протестного мистецтва. У цьому сенсі виникає питання : яке місце відводиться натюрморту на кожному з перелічених етапів, у якій парадигмі існує натюрморт у сучасних візуальних практиках?

З огляду на значну кількість китайських студентів, що навчаються у провідних художніх закладах світу, актуалізується і вивчення сучасного розмаїття художніх досвідів, яким чином вони адаптуються в Китаї.

Аналіз творчості таких майстрів жанру, як Тянь Юйлінь (нар. 1940), Ху Йонгкай (нар. 1945), Цин Чанг (нар. 1965), Донг Мін Лу (нар. 1949), Лю Тін (нар. 1982), Кей Лю (нар.1988) виявляє розмаїття підходів як до постановки натюрморту, його задуму, так і до колористичної та пластичної інтерпретації. Однак, попри високу оцінку творчості багатьох із зазначених митців і попит на їхні картини на світових аукціонах, доробок китайських майстрів у галузі натюрморту залишається маловідомим широкому мистецтвознавчому загалу. Отже, постають нагальними проблеми формування натюрморту як жанру у китайському живописі, визначення особливостей змістовної та пластичної інтерпретації предметів у традиційній та сучасній мистецькій практиці, зв'язків із європейською спадщиною та осмислення місця у світовій історії живопису.

Чирва А.Ю.

аспірант ХДАДМ

НЕРІ ОКСМАН: ХУДОЖНЬО-НАУКОВИЙ ПІДХІД В ДИЗАЙНІ

Ключові слова: дизайн, художньо-науковий підхід, наукове мистецтво, біодизайн.

Сьогодні актуальним стає сприйняття естетичного як категорії, що виникає на основі матриць людської чуттєвості й культурних конвенцій. У зв'язку з цим у теоретичних працях все частіше актуальними стають питання щодо визначення «нової міфології» образотворення, де провідними стають міфо-образ (візуальна метафізика), техно-образ, цифровий чи дигітальний образ, техно-міфо-образ, метафорична метабола. Дослідниками робиться спроба виявити ознаки та типологію дизайн-образів з позиції художньо-наукового підходу до дизайн-діяльності.

Об'єкти дизайну в межах художньо-наукового підходу виявляються відбитком надзвичайно складного світу, посткласичної свідомості, художньої культури, знання про які ще не сформовані [4, 35-37]. Образи таких об'єктів (фігуративні, абстрактні, змішані) – це відбиття внутрішніх структурних станів складних систем: структури – хаосу, статичності – динаміки, простого – складного, гармонії – деструкції. Художньо-науковий підхід в дизайні розкриває експериментальні можливості, самоідентифікує дизайн-діяльність.

Нері Оксман є представником художньо-наукового підходу в дизайні. Автор ідентифікує себе як засновника напряму *Materialecology* – міждисциплінарного напряму, що розширює кордони інноваційного матеріалознавства. Дизайнер використовує можливості дизайну на перетині

біології та сучасних технологій, цифровий морфогенез та потенціал біополімерів [6].

Становлення методології художньо-наукового підходу до дизайну найбільш активно відбувається в рамках дизайн-експерименту в науковому мистецтві, до якого відносять форми біологічного, геномного, трансгенного мистецтва («вологе мистецтво»), дигітальних, віртуальних, електронних мистецтв (цифрове мистецтво), а також робото-технічне мистецтво, біоарт, біотехнічне мистецтво, феррофлюїдне мистецтво тощо.

Діяльність Нері Оксман не є виключенням, результатом її дизайн-досліджень стають авторські наукові арт-проекти. Це насамперед науково-художня діяльність, наукове мистецтво спрямоване не стільки на створення художнього твору або дизайн-проекту, скільки на візуалізацію універсальних природних структур, опредметнення ідей, виявлення принципів їх існування, що акцентує аспекти пізнання, відбиття, інтерпретації об'єктивної реальності [1, 35]. Прикладами означеного є проекти Нері Оксман та її дослідницької групи «The Mediated Matter group»: серія *Vespers* та інсталяція *AguaHoja*.

AguaHoja – це вивчення дизайнерського простору природи. Колекція природних артефактів має цифровий вигляд. Вона виготовлена за допомогою робототехніки з молекулярних компонентів, знайдених у гілках дерев, екзоскелетах комах та власних кістках [5]. Нері Оксман використала інформаційне моделювання та параметричну хімію для керування складом, формою, поведінкою та зміною речовини як функцію матеріальної інженерії. Представлена інсталяція демонструє запрограмовані та віддруковані адитивним методом біо-матеріали, які візуалізують різкі зміни конформації у відповідь на вологість і тепло, темніють або світлішають у міру зміни сезонів. Деякі виявляються крихкими і прозорими зі склоподібною текстурою, а інші залишаються гнучкими і жорсткими, як шкіра. Їх поєднує загальна якість – у житті їх властивості опосередковуються вологістю, а вмираючи вони дисоціюють у воді і повертаються в екосистему.

Vespers – це колекція масок, що досліджують, що означає «дизайн життя». Колекція включає три серії. Перша серія демонструє маску смерті як культурний артефакт. У фінальній серії маска представлена як проектна технологія. Друга серія розкриває процес перевтілення – «метаморфоз» між античною реліквією та її сучасною інтерпретацією. Маски третьої серії демонструють умови, які впливають на експресію генів живих мікроорганізмів. Такі мікроорганізми були синтезовані синтетично для отримання пігментів та / або інших корисних хімічних сполук для збільшення людських речовин, таких як вітаміни, антитіла або протимікробні препарати [5].

Так, в процесі дизайн-діяльності в художньо-науковому підході відбувається розвиток Еко- та біодизайну. Методи біотехнологічного дизайну (біонічного формотворення) ґрунтуються на використанні методів трансформації форм, комбінаторики, образної асоціації [2, 53]. Природний зразок-аналог диктує не лише форму, а і технологічні та структурно-функціональні характеристики. Формуванню біодизайну сприяли біоніка, кібернетика, біологічні науки [2, 8-12].

Отже, бачимо що сучасні дизайнери-науковці використовують у дослідженнях та творчій діяльності новітні науково-технологічні методики, робототехніку, біо- та генну- інженерію. Наукове мистецтво не стільки підтримує технологічні версії сучасності, скільки окреслює межі їх застосування, що наближує його до дизайну і характеризує як художній експеримент. Експеримент як метод виявився актуальним завдяки становленню концептуального проектування. Біонічні засади дизайну відповідають за збереження еко-балансу між людською діяльністю та природою, гармонізують зв'язки у межах «людина – суспільство – культурне та природне середовище». Провідними стають методи експерименту, а саме: метод експериментально-технологічного та експериментально-метафоричного дизайну; метод ігрового експерименту; методи застосування міфо-техно-образу та метаболічних метафор; методи біотехнологічного дизайну та медіадизайну; методи прогнозування; трендсетингу та дизайн-мислення; аналізу та оцінки об'єктів дизайну майбутнього.

Література:

1. Демосфенова Г. Л. К проблеме художественного образа в дизайне [Текст] / Г. Л. Демосфенова // Труды ВНИИТЭ. Сер. «Техническая эстетика». – М., 1980. – Вып. 23. – 140 с.
2. Ерохин С. В. Теория и практика научного искусства [Текст] / С. В. Ерохин, науч. изд. – М.: ПТФ-МИЭЭ, 2011. – 208 с.: ил.
3. Чирва А.Ю. Искусствоведческий анализ объектов научного искусства [Текст] / А.Ю. Чирва // Научное искусство: Материалы I Международной научно-практической конференции. МГУ им. Ломоносова, 04-05.04. 2012 г. – М.: МИЭЭ, – 2012. – С. 221-223.
4. Эволюция от кутюр: Искусство и наука в эпоху постбиологии. Ч. 1. [Текст] / Сост. и общ. ред. Д. Булатова. – Калининград: КФ ГЦСИ, 2009. – 196 с.
5. Нері Оксман [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://mediatedmattergroup.com/>
6. Materialecology [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://neri.media.mit.edu/index.html>

Янкевич С. О.

аспірант 3 курсу Харківської державної академії дизайну і мистецтв.

Керівник: канд. мист., доцент кафедри ТІМ, ХДАДМ Чечик В. В.

МАЛОВІДОМІ КНИЖКОВІ ІЛЮСТРАЦІЇ С. ЯКУТОВИЧА

Масштабний медіа-проект київського арт-центру Павла Гудімова «Я галерея» під назвою «Yakutovych Academy» (2018-2019) символічно підвів підсумки десятиліть потужного вивчення життя та творчості мистецької родини Якутовичів. Лише протягом останнього з них відбулися такі виставкові проекти як «Сергій Якутович. Гоголь народився» (2009), «Сергій Якутович. Гомін» (2009), «Тіні забутих предків» (2016), «Георгій Якутович і Карпати» (2016), «Сергій Якутович. Ідоли» (2018); видано книги – «Тіні забутих предків. Книга» (2016); «Як у тіні. Георгій Якутович як ілюстратор книги Тіні забутих предків» (2017), «Якутовичі: довільний конспект. Життя і творчість родини Якутовичів. Коло. Актуальні видання і проекти» (2018), «Професія: художник. Книга про Сергія Якутовича» (2018); проведено лекції. Очевидним поштовхом досліджень постала необхідність засвідчити

цінність культурного внеску цілого покоління талановитих митців, серед яких визначне місце посідає і Сергій Якутович (пішов з життя в 2017 році).

Загальновизнано, його мистецька спадщина, широко відома мистецтвознавчому колу дослідників, складається з графічних творів, які сам С. Якутович визначив як найбільш цінні та найчастіше експонував на виставках (станкові серії офортів соціального спрямування 1980-х, книжкова графіка творів М. Гоголя, М. Достоевського, О. Пушкіна, О. Толстого, Л. Толстого, О. Дюма, О. Гончара, Л. Костенко, французького та естонського епосу, української козацької історії). Проте, значний корпус книжкової ілюстрації все ще залишається поза увагою фахівців – кількість проілюстрованих графіком видань сягає півтори сотні одиниць.

До маловідомої книжкової графіки С. Якутовича належать ілюстрації американських та французьких детективних романів. На букіністичних Інтернет-сайтах можна знайти видання «Французский детектив» (1993, Київ: Свенас) зі сторінковими ілюстраціями та рисунками на шмуцтитулах. Особливість графічних робіт підкреслюється необхідністю візуалізації пригодницького духу літературних творів. Ілюстрації С. Якутовича мають динамічний та гостро напружений характер. Митець використовує принципи колажу на різних рівнях створення образотворчого вирішення романів: кольору, техніки, об'єкту, образу. Графік поєднує кольорові та чорно-білі зображення, використовує порожнечу білого аркуша і монохромність певного кольору: заграючи з читачем, змінює світлові та кольорові акценти його зорового сприйняття. Митець використовує змішану техніку, співвідносячи фотографічну реалістичність зображуваного з природою коміксу, живописність з відвертою графікою. У композиції ілюстрацій домінують фігури людей та їх силуети, доповнені елементами архітектури з підкресленою орнаментальністю окремих архітектонічних фрагментів. Художник сполучає різні за змістом історії та психологічні стани персонажів. На сторінках книги – бандити, франти, діти, оголені жінки – їх самодостатні образи утворюють міцні естетичні зв'язки, тотожні перипетіям сюжету.

незатребуваною на полицях українських бібліотек лишилася визнана світова класика у графічному звучанні С. Якутовича: зібрання творів В. Шекспіра у 6 томах (1984 – 1986, Київ: Дніпро) досі не отримало належної критичної уваги. Глобальний принцип ілюстрування – один рисунок на кожен окремий твір або частину п'єси (44 шмуцтитули) – диктує чіткість ідеї та зосередженість на головному. Художник створює портрети ключових персонажів, збагачуючи їх символізмом та мотивами відомих творів образотворчого мистецтва («Пієта», «Блудний син»).

С. Якутович ілюстрував науково-популярну літературу про першовідкривачів Півночі для київського видавництва «Веселка». Прикладом може слугувати книга дитячого письменника, науковця Леоніда Сапожнікова «Курс – полюс» (1972), прорисована у героїко-романтичній манері з урахуванням молодого віку потенційних читачів.

Філософські трактати Ф. Ніцше «Так казав Заратустра; Жадання влади» (1993, Київ: Основи, Дніпро) містять лише три ілюстрації С. Якутовича, які випромінюють енергетичну магнетичну силу. Центральним образом

композиції рисунків є чоловік – шаман, провидець, філософ – в оточенні сил природи (виражених в орнаменті, що нагадує чудернацькі вигини об'єктів природи: рослин, тварин, морські хвилі).

Характерний концептуалізм художника проявився у графічній серії ілюстрацій до критичної збірки статей Марка Павлишина про українську літературу «Канон та іконостас» (1997, Київ: Час). Ідея багаторівневого зображення портрету з'явилася на шмуцтитулах видання на десятиліття раніше за аналогічну в автопортретах художника, популяризованих завдяки монографії П. Ліміної.

Отже, до маловідомої графіки С. Якутовича належать ілюстрації до літературних творів, що відрізняються за родами, жанрами та стилем: від белетристики до високохудожньої літератури, від професійних літературознавчих видань до філософських трактатів. Дослідження своєрідності маловивчених аспектів творчості митця поглиблює розуміння градації стилю, почерку, деталізує витoki порушених графіком тем і розуміння його мистецьких цілей.

**ВСЕУКРАЇНЬСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ СТУДЕНТІВ ХДАДМ
за підсумками роботи 2019/2020 навчального року**

Ажимова А., 4 к. ДТО, ХДАДМ

Кер. канд. мист., доц. каф. ДТО Гурдіна В.В. ХДАДМ

ВПЛИВ СУБКУЛЬТУРИ СЕРФЕРІВ НА СУЧАСНУ МОДУ

Субкультура серферів наочно показуює, як спорт може стати невід'ємною частиною життя та впливати на рух моди. Серфінг (surfing - катання на поверхні) - різновид екстремального спорту і еко-туризму, суть якого полягає в ковзанні на хвилі на дошці в поєднанні з насолодою пейзажами. Серфінг має давню історію і виник на Гавайських островах. Згодом вид спорту перетворився у стиль життя: яскрава насолода життям, єднання з природою та байдужість до будь-яких форм кар'єрного успіху. Трансформація серфінгу з виду спорту в субкультуру відбувалася на початку 50-х минулого століття, популяризація серед широких верств молоді почалася через десятиліття.

У 1961 році вийшов у прокат фільм «Blue Hawaii» з Елвісом Преслі і головний герой Чед Гейтс миттєво став іконою стилю для молоді 60-х (Рис. 1). А завдяки двом іншим фільмам: Gidget (1959) і The Endless Summer (1966) виникла ціла серф-культура [4].

За довгі роки розвитку серф-культури сформувався певний імідж, який об'єднує людей, що люблять швидкість, адреналін і море. Сьогодні небалий і яскравий стиль, простота і легкість серферського стилю поширені повсюдно. З роками все те, що було задумано, як одяг для серферів, потрапило на вулиці міст, які навіть не мають виходу до моря, перетворивши форму для серфінгу в модні повсякденні речі. Це стосується одягу, аксесуарів і прикрас.

Головні складові напрямку: гавайські сорочки, широкі шорти, однотонні або з тематичними принтами майки, бейсболки, джинсові куртки, сланці, багатошарові намиста і браслети, засмагла шкіра і випалене сонцем волосся (рис. 2) [3]. Сьогодні серфери подорожують по світу і привозять з усіх куточків планети



Рис. 1-2



Рис. 3-4

барвисті браслети з намистин і каменів. Треба відзначити, що найбільшу популярність в якості прикрас у серферів завоювали мала-чотки і розарії. Ці аксесуари досить часто з'являються в колекціях провідних дизайнерів і вже давно завоювали серця людей.

Такі всесвітньо відомі бренди, як QuickSilver, Billabong, Rip Curl, Roxy, O'Nei, популярні не тільки серед спортсменів-серферів, а й серед численних шанувальників цього стилю, які живуть далеко від моря.

Колекція Ріанни для Fenty Puma X у 2017 році була частково натхненна X Games, а ряд класичних референсів до серфінгу був помітний неозброєним оком. На додаток до елементів костюму для серфінгу, в колекції були відчутні нотки 1980-х років, в тому числі французький купальний костюм, який став одним із найголовніших пляжних трендів того літа (Рис. 3-4) [1].

Бренд Prada в 2016 році в рамках тижня чоловічої моди представили моделі, де переважала багатшаровість, укорочені шорти з декоративною прострочкою, блейзери, прикрашені «примітивними» вишивками, що зобра-

жали ретро-автомобілі, кроликів і ракети, а також куртки-бомбери, жакети з кольорової шкіри, трапецієподібні плащі. Гострі коміри, блискавки, контраст кольорів, візерунків і фактур, футуристичні деталі, а також аксесуари (зокрема вузьконосе взуття, надіте з щільними підспущеними шкарпетками), об'єднували обидві лінійки, «синхронізуючи» бачення тенденцій літнього сезону.

У колекції Victoria Beckham SS 2016 на New York Fashion Week було запропоновано одяг вільних силуетів з різноманітними принтами - від контрастної клітини до графічного зображення серферів — і, нетипово яскравим для бренду, колірним рішенням [2].

Загалом, можемо зробити висновок, що серферська мода є досить популярним та багатим джерелом натхнення для дизайнерів.

Список використаних джерел:

Байкеры и серферы для коллекции Рианны Fenty Puma [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://styleinsider.com.ua/2017/09/rihanna-fenty-x-puma-ss-2018>

Виктория Бекхэм представила нетипичную новую коллекцию на фоне слухов о продаже бренда [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://mk-london.co.uk/news/u489/2015/09/14/9879>

Серфинг как субкультура [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.joinus.pro/blog/show/serfing>

A Guide To Surf Fashion And Style [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://surfd.com/2019/06/a-guide-to-surf-style/>

Бабич К.Е., 4 курс, спеціалізація «Дизайн тканин та одягу», ХДАДМ
Науковий керівник: к.т.н., доц. Пасічник В.О.

ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ КОРЕЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО КОСТЮМУ

Національний традиційний костюм жителів Кореї – ханбок (кор. **한복**, що дослівно перекладається як «кореїський одяг») протягом всього свого розвитку був під впливом костюму китайської держави, пізніше монгольських суконь династії Юань. І вже під час династії Чосон ханбок придбав той вигляд, яким його носять і на сьогодні.

Одяг корейців, як і одяг будь-якого іншого народу, поділяється на повсякденний, святковий, обрядовий, ритуальний, та по сезону – на літній, зимовий та демісезонний.

Традиційне вбрання корейців складається з декількох елементів, зовнішній вигляд яких змінювався з часом, але сам список – майже ніколи. Основним елементом корейського, як жіночого, так і чоловічого костюма була кофта з застібною з правої сторони – чогорі. Крій чоловічого та жіночого чогорі в основному був однаковий, пілочки і спинка склалися з двох полотниць, зігнутих по плечовій лінії. Але чоловічі чогорі довші і більш зручні, жіночі ж досить вузькі і короткі. У середній частині рукав трохи розширювався, і ближче до зап'ястка знов звужувався. По краю подовженого коміра пришивалася смужка тканини білого кольору – тончжон. Кореїські

жінки разом з чогорі надягали спідницю – чхіма, що складається з восьми – дванадцяти полотниць тканини, а під неї носили нижню спідницю – сокчхіма. Чоловіки ж під чогорі вдягали паджі – широкі мішкуваті штани, які затягувались на талії двома зав'язками. Поверх кофти чоловіки носили жилет чоккі, а в більш холодну погоду – турумагі. (рис. 1)

Взуття було однаковим для всіх, відмінність була лиш в тому, що жіночі сандалі були зроблені з кольорової соломи, а туфлі – з тканини з орнаментом. Повсякденним взуттям на більш холодну погоду були повстяні чоботи.



Рис.1 – Основні складові ханбока.



Рис. 2 – Історичні національні корейські костюми.

Люди з вищого класу, в залежності від ступеня вченості та суспільного становища, носили одяг яскравих кольорів. Колір жіночого одягу залежав від віку власника: дівчата та молоді жінки носили переважно яскраві тканини – червоні, сині, зелені, жовті; жінки після тридцяти років – фіолетові; літні – білі. Однак, основна маса корейського населення – селяни, могли дозволити собі одяг тільки білого, блідо-рожевого, світло-зеленого, сірого або темно-сірого кольору. (рис.2)

У ханбоку кожен колір має свою символіку: білий – ознака аристократії; жовтий – ознака королівської сім'ї; синій – стабільний розвиток, його частіш носили чиновники, та жінки, які народили сина; червоний – багатство і достаток, тому його носили наречені та монархи; чорний – символ нескінченості та творіння.

Вбрання найбільш аристократичних осіб, особливо жінок, прикрашалися візерунками на рукавах та подолах спідниці. Візерунки могли бути різними, від рослинних мотивів до тварин та абстрактних фігур.

Для пошиття корейського костюма використовувались тканини з волокнистих рослин – китайської чи японської кропиви, коноплі чи бавовни. Представники вищих станів носили одяг з привезених сортів шовку, з драпіровками, аплікаціями, орнаментами, розшиті золотими нитками. Суконний одяг та взуття виготовляли тільки з привезених китайських матеріалів.

Після корейської війни ханбок вийшов із моди, його замінив звичайний європейський одяг. Національний костюм почали вдягати лише на свята чи весілля. Але в 1996 році зробили спробу повернути моду, і кожну першу суботу місяця оголосили «днем носіння ханбока», дизайнери ввели нові сучасні моделі, зорієнтовані на молодь. (рис.3)

На сьогодні корейський національний костюм, полюбують усі – від малого до великого, як громадяни держави так і приїжджі гості. Ханбок носять за різних обставин: на весілля, на ювілеї, на річницю дитини, на



Рис. 3 – Сучасні національні корейські костюми.



Рис. 4 – Використання мотивів ханбока в повсякденному одязі.

державні свята, на фотосесії, на похорон, тощо. Сучасні корейські дизайнери намагаються повернути такий легкий та зручний одяг у повсякденне життя, використовуючи нові тканини та технології, тому все частіше можна побачити мотиви та силуети ханбока в одязі. (рис.4)

Література :

1. Пармон Ф.М. Композиция костюма: Учебник для вузов. / Москва: Легпромбытиздат, 1997 – 318 с.
2. Национальная корейская одежда – из чего она состоит и как носится? URL: <http://o-buddizme.ru/obraz-zhizni/nacionalnaya-koreyskaya-odezhda> (дата звернення: 12.04.2020).

Бєжан А., 3 курс спец. ГД, ХДАДМ

Наук. керівник: к.і.н., доцент Чадаєва К.Ю.

ВПЛИВ РЕФОРМАЦІЇ НА ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Для історії культури України тема Реформації та її впливу на образотворче мистецтво є своєрідним засобом, що допомагає дослідникам, мистецтвознавцям, історикам більш систематично аналізувати цей період та зробити висновки щодо його масштабу та вагомості для історії України в цілому. Дослідження впливу Реформації на образотворче мистецтво України дозволяє дати більш детальну характеристику та опис тогочасного розвитку та виявляє, чи існував синтез між історичними подіями та мистецьким процесом.

Аналіз останніх досліджень. В наш час багато вчених, мистецтвознавців, істориків, художників займались вивченням теми Реформації та її впливу на культуру та мистецтво України. Особливо слід звернути увагу на дослідження В.Любашенко, Д.Антоновича, М. Грушевського, В. Литвинова, А. Вишиватого.

Мета дослідження. На основі аналізу історичних подій доби Реформації та дослідження культурно-мистецького процесу того часу, зробити висновок щодо впливу релігійного життя на мистецьке та дати якомога повну характеристику їх взаємозв'язку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мистецтво прийнято вважати сферою, на яке Реформація вплинула в найменшій кількості. Відмова від священних зображень і статуй, сувора етика, обмеження на розваги, вимога “дешевої церкви” зробили протестантизм радше критиком, аніж шанувальником мистецтва. І насамперед, критиком образотворчого мистецтва. Більшу перевагу Реформатори віддавали музиці та літературі, вважаючи, що саме через ці сфери вчення про Спасителя буде зрозуміло для всіх верств суспільства. Однак думку, що образотворче мистецтво залишилося без змін, теж не можна вважати достовірною. Аби розібратися у взаємозв'язку мистецтва та Реформації, потрібно звернутися до періоду її появи на теренах України.

З другої половини XVI ст. ідейні хвилі Реформації дійшли до території західної України, а протестантизм став невід'ємним фактором її релігійної історії. Власна історія вітчизняного протестантизму набуває особливих рис, наповнюючись загально європейськими принципами протестантів. З одного боку розвиток реформаційних процесів в Україні, що в XVI ст. була розділена між двома імперіями, — явище вельми зрозуміле. Передумовами для них були загальні суспільні зрушення й вплив ренесансу, що попри периферійний статус вітчизняних терен дійшов й сюди. З іншого боку, в українському контексті не було сформовано повноцінних передумов, які б Реформацію ймовірно перетворили на Реформацію дійсну. На відміну від західноєвропейських держав, де протестантизм став проявом національних інтересів суспільства у їх протистоянні застою в Католицькій церкві, на українських теренах цю функцію скоріше виконувало уніатство. Багато прихильників Реформації проживали навіть поза межами української території, але підтримували ідеї реформ, друкували свої праці та трактати українською мовою. Ближче до сходу, на межі впливу візантійського світу, Реформація була зупинена впевненістю східного православ'я в «неушкодженому збереженні вчення Христового» й несприйнятті самої ідеї реформи. Дуже влучим у цьому контексті залишається вислів історикіні Вікторії Любашенко про те, що за своєю суттю «Реформація в Україні залишилася, передусім, явищем культурним, фактором духовної історії». З таким значенням Реформації погоджуються й інші дослідники, приділяючи основну увагу діяльності братств, письменників полемістів, Острозького освітнього центру, просвітителів, друкарів, прогресивно мислячих православних діячів. Тож, для історії та культури України період Реформації - дуже суперечливий та неоднозначний період, який, не дивлячись на значно меншу кількість прихильників, залишив істотний та плідний внесок у культуру України та змінив ставлення до мистецтва.

Ведучи розмову про вплив на культурне та мистецьке життя України, мова буде йти здебільшого про західну її частину, де Реформація залишила більш відчутний відбиток, ніж на теренах Східної України. Повернення

до біблійних стандартів церковного та суспільного життя вимагало нового мислення, яке в свою чергу породило і новий зміст релігійного мистецтва і нову естетику. Відтепер мистецтво повинно було повністю відповідати біблійним принципам. Найважливіші з них приведемо нижче.

По-перше, це проголошення благодаті як єдиного способу спасіння і самопізнання для людини. По-друге, в центрі твору має бути Христос Спаситель. По-третє, твір мистецтва має прославляти Бога і його Благодать. Реформатори прагнули аби витвори мистецтва спонукали людей міркувати над біблійними істинами, яке б розвивало її розумові здібності. Взагалі, найважливішими якостями, потрібними людині, протестанти вважали розум та віру.

Прихильники реформації спромоглися переосмислити мету релігійного мистецтва. Тепер мистецький твір є запрошенням до вивчення Біблії та її ілюстрацією, лише спробою тлумачити її слово. Митець сам стає проповідником, а не слугою церкви, як це було раніше в епоху Середньовіччя. За основу нових мистецьких принципів також використовували гуманістичні ідеї Ренесансу, а саме утвердження людини як окремої особистості, її духовний особистий досвід має велике значення. Відтепер мистецтво показує людину з її почуттями, потребами та власними особистими характеристиками.

Прикладів західноєвропейського мистецтва, освітлюючих усі вищенаведені принципи, більше, ніж достатньо: це і “Блудний син” Рембрандта, це і “Апокаліпсис” Дюрера, і “портрет Мартіна Лютера” Лукаса Кранаха Старшого. Зовсім інша ситуація відбулась в Україні: митців, які рішуче підтримували Реформацію було набагато менше. Це пов'язано з вже описаними вище умовами релігійного, суспільного та політичного життя на території України, а також з дуже сильною традицією іконопису, яка збереглася ще з часів Київської Русі. Митцям-живописцям було дуже важко творити у новому для них напрямі, і до того ж образотворче мистецтво все ж таки залишалося під патронатом православної церкви. Тому український живопис майже не перейняв реформаційні ідеї нового мистецтва, і тим самим, відкрив можливість розвитку новому напрямку - графіці.

Відомий факт, що Реформація мала чи не найвеличніший вплив на появу книгодрукування на території як Європи, так і України. Прихильники Реформації трималися думки, що вчення про Бога повинні бути зрозумілими та доступними для усіх соціальних станів: від князей до простого люду, прихожан церкви. Саме тому розвиток книгодрукарства, а разом з ним і книжкової графіки стрімко розвивається саме в період Реформаційних рухів.

Українська графіка другої половини XVI ст. — першої половини XVII ст., була потужним чинником європеїзації українського мистецтва загалом, то був безпосередній продукт Реформації, яка хоч і не знайшла великого успіху на території України, але це не завадило їй дати поштовх розвитку графіки. Здебільшого то була гравюра на дереві — дереворит і лише з середини XVII ст. утверджується гравюра на металі. Найпротіша гравюра, яка до нас дійшла, це була, гравюра на дереві у львівському виданні «Апостола» 1574 р. Ця гравюра представляє апостола Луку в досить вибагливій рамі, що наслідує форми досить пишного ренесансового порталю. Цей рисунок друкар

Федоров уживав у своїх виданнях у Москві, в Заблудові, цей же рисунок вжито і в Острозькій Біблії на форті; цей самий рисунок вжито і у виданні львівського «Апостола» 1574 року. Після видань Федорова, графіка почала розвиватися по всій Україні. Найбільший розвиток вона отримала в Києві та Стрятині.

До 30-х рр. XVII ст. київська графіка розвивається на повну силу, а твори граверів Тимофія Петровича, Тараса Земки, А. Клірика і ряду нерозкритих досі монограмістів підносять її на дуже високий рівень. Розвиткові графіки сприяла також заснована Плетенецьким 1612 р. в Радомишлі на Житомирщині папірня, що виготовляла цупкий папір, придатний для тогочасної друкарської техніки й друкування літератури. У 1616–1624 рр. Плетенецький видав у Києві одинадцять видань релігійного, історичного та полемічного жанрів, шкільних підручників. У більшості з них титульні сторінки оздоблені гравюрами невідомих художників. Заснувавши в Києві друкарню, архімандрит зробив значний внесок у розбудову церковного та культурного життя. Після смерті Плетенецького 1624 р. київське книговидавництво на деякий час занепало, натомість активно працювали західноукраїнські друкарні, головним чином львівська та унівська. Але 1627 р. в Лаврській друкарні сталася визначна подія — вихід першого українського словника — «Лексикона славенороського...», укладеного письменником, друкарем, гравером і лексикографом Памвою Бериндою. Це словник, у якому близько семи тисяч слів церковнослов'янської мови перекладено або розтлумачено тогочасною українською розмовною мовою. Графічне оздоблення видання просте — скромна політипажна рамка рослинного орнаменту, в яку вкомпоновано текст, складений із шрифтів різного розміру та центричної композиції.

В Україні, як і в тогочасній Центральній та Західній Європі з'являється принцип нероздільності світського і релігійного мистецтва, популяризований протестантами. Тому до книг релігійного змісту й далі додавали цілком світські присвяти, вірші, передмови чи післямови. У передмовах і на берегах сторінок поміщали наукові коментарі та пояснення малозрозумілих місць, наводили цитати з різних джерел, графіка була простою, з доволі знайомими релігійними образами, аби простий люд зміг зрозуміти весь контекст писання.

Великий внесок зробила Реформація в архітектурному мистецтві України. Вся розкіш та велич католицьких та православних храмів була чужа для протестантів. Всі зусилля богословів, священників-реформаторів і всіх віруючих християн були звернені до головного на їх думку — духовного відродження, особистого освячення, глибшого пізнання Бога. Віруючі на своїх зборах повністю занурювалися в вивчення Євангелія, а місце зібрання - то це храм, чи простий будинок, - вирішального значення не мало. «Бо де двоє або троє зібрані в моє ім'я, там Я серед них» (Мф.18: 20). З чого виникає мінімізація деталей і концентрація на основній ідеї: «Храм не повинен бути довгою дорогою до Бога, а повинен бути місцем зустрічі з Ним», а для цього зовсім не потрібні десятки, сотні, тисячі деталей. Для цього потрібно відсутність темряви і більше світла як в душах прихожан, так і в самій церкві. Саме тому протестантські храми найчастіше всередині

пофарбовані світлими тонами і мають безліч вікон. Це створює відчуття того, що і атмосфера в усьому залі - світла. Також важливий візуальний момент всередині протестантського храму — відсутність вівтаря, що наочно показують суть протестантизму: церква — не провідник, не посередник, а лише помічник. Тому вівтар замінений кафедрою, що означає візуальне зближення проповідника з аудиторією. Отже, головною візуальною завданням протестантських храмів є якість освітлення і рівняння людей в прагненні до Бога. Прикладами тогочасної архітектури протестантських храмів можна вважати Олицький замок в Олику, який з 1556 р. прийнято називати храмом Реформаторів, та будівля соцініанської школи в Кисиліні, збудованої в XVII ст.

Висновок. Провівши аналіз мистецького та реформаційного процесів, можна зробити висновок, що дійсно, образотворче мистецтво України залишилось більш-менш вірним канонам православним, чи переняйняло уніатські. Протестантизм хоч і мав свій вплив на книгодрукування, архітектуру та графіку, не зміг стати поруч з православ'ям та уніатством у формуванні нового українського мистецтва, як це сталося у Західній Європі

Бєжан А.С., 4 курс кафедри графічного дизайну ХДАДМ

Наук. керівник: Більдер Н.Т., доцент ХДАДМ

ДИЗАЙН ОРГАГАЙЗЕРУ ЯК ВІЗУАЛІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТА ПРОФЕСІЙНОГО ЖИТТЯ СУСПІЛЬСТВА

На сьогодні існує глобальна проблема організації та структурування часу серед сучасної спільноти. [1]. На тлі розвитку таких сфер як тайм-менеджмент, [4, 5, 6] методики ефективного планування, тема органайзеру як інструменту для вирішення проблем структурування часу не досліджена належним чином. Також не висвітлено в дослідженнях застосування інструментів та технік сучасного графічного дизайну у розробці органайзерів.

Практичну значущість роботи доводить незаповненість сегменту ринку органайзерів для жінок вітчизняними виробниками. Більша частина продукції, що представлена в Україні – імпорт з країн Європи, Китаю та Америки. Впровадження поліграфічної продукції органайзерів вітчизняного виробництва прискорить розвиток малого та середнього бізнесу в Україні [3].

Мета роботи — збір вторинної інформації щодо ринку дизайну органайзерів для жінок, аналіз «аналогів» дизайн-продукту та сформування стратегії позиціонування дизайну органайзера «Саме зараз».

У процесі до передпроектних досліджень була зібрана інформація стосовно історії розвитку органайзера на теренах України і у світі.

Перший «органайзер» на теренах Русі з приходом християнства — літопис. «Повість временних лет». Функція літописа – фіксувати події, щоб не забути, хто правив в ці часи, які події відбувалися. Тобто літопис містив в собі все тільки найважливіше, а й зберігав у собі все, що потрібно було для спрощення свого життя і життя нащадків [2].

Аналіз ринку органайзерів починався з відзначення першої згадки про них. Її прийнято пов'язувати з Італією 1650 роком [6]. Виготовлення було дуже коштовним, особливим елементом дизайну була шкіряна обкладинка. Проте з розвитком промисловості та пришвидшення соціального та професійного життя суспільства, виготовлення органайзерів стало менш коштовним і доступним для масової аудиторії. Розвиток індустрії розвивається активніше завдяки популяризації тайм-менджменту, прискоренню та активізації соціального життя. На сьогодні ринок органайзерів або планерів – є великою складовою ринку паперової канцелярії. Більшу частину пропозиції на ньому складає канцелярія, вироблена в промислових масштабах. Тут активні і міжнародні бренди (Moleskine, Leuchtturm, Arwey), і російські (InFolio). Нішу оригінальної продукції майже повністю зайняв hand-made: крафт, перероблений папір, стрічки тощо

Спочатку тренди на ринку задавала відома компанія «Moleskine». Дизайн блокнотів та органайзерів тяжів до мінімалізму та використання якісних матеріалів. На сьогодні дизайн-тенденції органайзерів значно розширилися: використання конгреву, дзеркальних поверхонь обкладинки, додавання ілюстративних матеріалів всередині органайзера. Ринок переповнений великою кількістю продукції органайзерів ціною варіативністю від 100 до 800 грн за примірник [3].

Сегментування ринку було проведено за такими критеріями: за тематичною спрямованістю; за формою та змістом; за віковим призначенням. А також: за географічним критерієм; за ціною категорією, типом розмітки, кріплення. На даному етапі було визначено, що органайзер «Саме Зараз» за функціональним призначенням – органайзер(планер), за форматом – стандартний розмір А4, за віковим призначенням – для студентів, за географічним критерієм – Україна, за ціною категорією – преміальний ціновий сегмент, за типом розмітки – розмітка з полями для вписування, за типом кріплення – на металевих кільцях.

Жінки – наймасовіший покупець паперової канцелярії, а також самий інформований і критичний. Можуть купувати як онлайн, так і в канцелярських та книжкових магазинах. вони найчастіше знають, чого хочуть, проте можуть також дуже часто робити незаплановані покупки [3].

Також був проведений аналіз «прямих аналогів» дизайну органайзера для жінок за такими критеріями як: стилістична єдність елементів(шрифту, графіки, фотографії), відповідність тенденціям графічного дизайну, зручність верстки для використання, відповідність графіки цільовій аудиторії, відповідність графіки місії дизайн-продукту.

За результатами аналізу було виявлено, що запропоновані дизайн рішення не потрапляють в зону очікувань потенційних споживачів. Сучасний споживач на цьому сегменті бажав би отримати дизайн органайзера з більш сучасним графічним оформленням, відповідним тенденціям графічного дизайну, а також зручною версткою та композиційним рішенням розворотів.

Отже, після проведення огляду та збору вторинної інформації стосовно дизайну органайзерів для жінок та аналізу проектної ситуації була визначена стратегія позиціонування за конкурентом та запропоновані наступні дизайн-

пропозиції, що мають відокремити дизайн органайзеру «Саме Зараз» від аналогічних продуктів: Разом із замовником було вирішено обрати стратегію позиціонування за конкурентом. Порівняння аналогічних продукцій дало змогу знайти та обрати переваги, за якими поліграфічна продукція буде відрізнятися на ринку від конкурентів: нестандартний підхід до вибору кольорового рішення, уникнення типових кольорів таких як рожевий, золотий, сріблястий, грамотно сформований простір для записів, зручний для використання, дизайн органайзеру має відповідати сучасним трендам дизайну, сміливе поєднання графіки та шрифтів, додавання ефектів за допомогою графічних технік. Робота над дизайн-проектом знаходиться на етапі ескізування та проектування.

Література:

1. Берн Э. Люди, которые играют в игры [Психология человеческой судьбы / Эрик Берн. – Москва: Эксмо, 1969. – 576 с.
2. Горелова В. В. Роль Нестора Літописця у формуванні слов'янської писемності та його політико – правові погляди на державно-творчий процес на перших етапах розвитку давньоруської держави [Електронний ресурс] / Вероніка Вадимівна Горелова // Міжнародна наукова конференція «Науковий потенціал славістики: історичні здобутки та тенденції розвитку» (до Дня слов'янської писемності і культури). – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/468>.
3. Дослідження ринку канцтоварів України, Міжнародна маркетингова група України [Електронний ресурс], – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.marketing-ua.com/article/obzor-rynka-kantstovarov/>
4. Козлова А. В. Исследование восприятия времени в контексте жизненной активности человека [Електронний ресурс] /А. В. Козлова // Преподаватель XXI век. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-vospriyatiya-vremeni-v-kontekste-zhiznennoy-aktivnosti-cheloveka-2/viewer>.
5. Удачина П.Ю. Личность как субъект организации времени: Автореф. к. психол. н. — Краснодар, 2006.
6. Шишкин Д.А. Индивидуальный авторский органайзер как профессиональный информационный инструмент современного специалиста // Секретарское дело, 2007. – № 3. – С.15-19.

Бєжан А.С., 4 курс, «Графічний дизайн», ХДАДМ

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. Світнева Н.Ф.

ВПЛИВ ВІКТОРІАНСЬКОЇ ЕПОХИ НА ФОРМУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОГО СТИЛЮ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ КРАЇН ЄВРОПИ ХІХ СТ.

У сучасному графічному дизайні комерційний стиль знаходиться на самій вершині свого розвитку: нові технології, віртуальна й доповнена реальність, соціальні мережі впливають на тренди, а подекуди й задають їх. Швидкість обробки інформації і поява нових напрямків у дизайні змушують нас кожного разу генерувати нові ідеї, створювати нові об'єкти, розуміти суть розвитку дизайну, аби видавати якісний продукт. Саме тому потрібно звертатися до першоджерел і вивчати етапи розвитку, періоди й історичні стилі, що існували та існують у графічному дизайні.

Вікторіанська епоха вплинула на хід розвитку графічного дизайну в Британській імперії і по всьому світу, насамперед, у США, Франції, Російській імперії. Вікторіанська епоха визначається як роки з 1837 по 1901, тобто період правління королеви Вікторії. Початок її правління співпав з промисловою революцією, яка на той час вже розпочалась, але саме за часи Вікторії досягла свого найбільшого розвитку. Наслідки цієї революції для Британії були неоднозначними. З одного боку, це був технічний прогрес, а з іншого — поява класу нуворишів, схильних до безмежного комфорту, надмірних проявів розкоші. Технічний прогрес виражався в першу чергу в кардинальних змінах у сільському господарстві, виробництві, транспорті та соціальній структурі.

На фоні технічного прогресу та прагнення до комфорту і багатства, митці вікторіанської доби шукали натхнення в минулому. Сентиментальність, ностальгія й ідеалізована краса виражалися через друквані образи молодих жінок, квітів, дітей, цуценят і кошенят [4]. Митці використовували стильові елементи від середньовічної готики, архітектури й мистецтва давніх епох, але повністю відривали їх від того контексту, в якому ці елементи були створені. Ральф Ніколсон у своїй праці «Аналіз орнаменту» коментував їх діяльність так: «Дизайнер міг створити ідеальну по формі і кольору композицію, але виказати жадливу дурість у її використанні» [7].

Тяга до надмірного декорування, показу матеріального статку повною мірою проявилась у 1851 р., коли чоловік королеви, принц Альберт, провів Велику виставку з 13000 експонатів усіх промислових країн. Він привернув понад 6 мільйонів відвідувачів. Виставка була демонстрацією технологій і дизайну в розпал промислової революції [5]. Саме в той час вікторіанський стиль почав розвиватися завдяки інженерним відкриттям, новим технологіям, промисловості. Інтенсивність виробництва була дуже високою, нові продукти з'являлися на ринку швидко, конкуренція ставала високою, а боротьба за покупців загострювалась. Саме тоді актуалізувалась потреба в рекламі.

Для графіки вікторіанського стилю XIX ст. була характерна велика кількість кольору, насиченість декоративними шрифтами й орнаментами, схильність до заможного й пишного стилю. Широке поширення отримали всілякі завитки, природні та рослинні мотиви, варіативність шрифтів в одному рекламному плакаті. Зазначені елементи відповідали естетичним запитам споживачів, більшість з яких були жіночої статі.

Основним досягненням технологічного прориву стала можливість друкувати одночасно і текст, і зображення. [4] Поширення вікторіанського стилю та нових технік друкування дуже сприяло укріпленню комерційного стилю як провідного та утворенню нового інформаційного середовища.

Вікторіанський стиль поширився з Великобританії перш за все на США. В середині XIX ст. американська графіка представляла собою суміш схожих рис вікторіанського стилю та німецької графіки. Типографіка була дещо консервативна, а зображення були як правило буквальними, примітивними, сюжети просто розповідали потрібну інформацію без метафор. У 1860-70-х роках поширилась популярність карикатури. Особливо цьому сприяв віденський ілюстратор-карикатурист Йозеф Кеплер [6]. Також у той час

технічні можливості поліграфії розширюються: з'являється новий спосіб друку — хромолітографія.

Вікторіанський стиль був притаманним не тільки Великобританії і США. Технологічний прогрес поступово доходив і до країн Європи, особливо Франції, де відбулась також зміна політичного режиму з республіки до авторитарної форми правління. Французькому комерційному стилю був притаманний низький рівень типографіки, пріоритетом був текст, а типографіка — другорядною. Російська імперія також зазнала впливу комерційного стилю вікторіанської епохи наприкінці XIX століття, внаслідок чого сформувалась еkleктична суміш із декількох стилів, серед яких був також і модерн. Вплив американського й англійського комерційного стилю відчувався по-різному в кожній країні, проте спільним залишався низький рівень володіння типографікою. Так у Російській імперії здобуло велику популярність поєднання великої кількості декоративних та акцидентних шрифтів в одній площині аркуша, так само і в Америці виробники рекламних афіш перш за все дбали про вербальне повідомлення, водночас художнє оформлення залишалося поза увагою. У тексті змішувалися різні стилі, часто траплялися ламані шрифти. Малоформатні афіші рябили різнокаліберними шрифтами, навіть в межах одного слова [4].

Висновок. Завдяки технічній і промисловій революції, реклама та комерція стали значною частиною повсякденного й економічного життя багатьох країн. Вікторіанський стиль мав величезний вплив на розвиток рекламного дизайну. Поєднання історичних обставин, нових технічних можливостей, естетичних потреб нуворішів стимулювало розвиток комерційного стилю. Починаючи з простих вивісок аптек і обкладинок журналів, він розвивався та змінювався в залежності від країни, її культурних особливостей, політичного й соціального стану. Незважаючи на недоліки в типографіці й надмірну декоративність, вікторіанський стиль започаткував такий напрямок як комерційний дизайн і відкрив шляхи до креативної і творчої реалізації бізнес-проектів і реклами в цілому.

Література:

1. Сбітнева Н. Ф. Історія графічного дизайну / навч. посіб. Харків: ХДАДМ, 2014. 224 с.
2. Сбітнева Н. Ф. Коммерческий стиль в графическом дизайне: особенности и перспективы развития. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. 2007. № 2. С. 96–105. URL: www.irbis-nbuv.gov.ua > irbis_nbuv > cgiirbis_64.
3. Таргулян К. Графика и дизайн Викторианской эпохи: Москва, 2017. 114 с. URL: <https://en.calameo.com/read/005195642f0aa4e5840fb>.
4. Хеллер С., Чваст С. Графічні стилі: від вікторіанців до хіпстерів / пер. з англ. Київ, ArtHuss, 2019. 288 с.
5. British Library, Victorian Britain. URL: <https://www.bl.uk/victorian-britain/collection-items>.
6. Library of congress [Електронний ресурс] URL: https://www.loc.gov/search/?q=Keppler%2C+Udo+J.&fa=Location%3Arussia&in=original_format%3Astill+image.
7. Nicholson Wornum R. Analysis of Ornament: The Characteristics of Styles: an Introduction to the Study of the History of Ornamental Art. URL: https://books.google.com.ua/books?id=oaNNAAYAAJ&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbg_su_mmary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

Билим С., 2 курс «Графіка», ХДАДМ
Наук. керівник: Більдер Н.Т., доцент ХДАДМ

ІРОНІЯ В ЕПОХУ МЕТАМОДЕРНУ

Останні 5-10 років кожен, особливо – молодий, член українського суспільства, може відчувати на собі вплив ідей метамодерну. Оскільки, як це буде зазначено далі у роботі, іронія в епоху метамодерну перейшла із мистецької сфери до побутової, вона є одним із головних чинників впливу на особистість і дії людини і представляє собою інтерес для вивчення. Цим пояснюється **актуальність** обраної теми.

Мета даної роботи – описати деякі особливості метамодерну як явища, та постіронії як його складової, порівняти трактування іронії в епоху поста метамодерну, розглянути версію класифікації постіронії, зробити спробу прослідкувати, як явище постіронії втілюється в деяких сучасних художніх прикладах українського та світового мистецтва.

Метамодерн – це концепція Робіна ван дер Аккера і Тімотеуса Вермюлена, яку вони висунули на заміну поняття «постпостмодернізму». Вона пояснює структуру почуття, що виникла у 2000-х роках і стала домінантною культурною логікою західних суспільств.

За своєю суттю метамодернізм – це новий тип почуттєвості, який може звертатися до іронії, коли серйозності стає надто багато, і до наївності, коли у культурі починає домінувати цинізм. Саме тому Вермюлен та ден Аккер для характеристики метамодерну обирають термін «осилляція», тобто раскачування між модерном та постмодерном [2]. Метамодерн ідейно може наближуватися до однієї чи іншої епохи, але ніколи не збігається з ними повністю.

Намагаючись примирити постмодерн і допостмодерн, запозичуючи художні форми та стратегії стилів минулого, метамодерн, однак, не стає синтезом того, що було до нього. Культурною позицією метамодерну є у певному сенсі відсутність її сталості. Мається на увазі те, що метамодерн проявляється у коливаннях між двома крайнощами або скоріше діалектичному русі між ними [1]. Явища, що відносяться до метамодерну, поєднують в собі дві протилежності та не відносяться до жодної з них; стоять між ними, але не шукають середнє арифметичне, а намагаються втримати суперечливі частини протилежного. «Метамодерн – це назва туманного почуття коливань між різними творчими, філософськими і політичними можливостями» [3, с. 224].

Хоча за зовнішніми проявами метамодерну це не так очевидно, але його філософська концепція дуже відрізняється від постмодерну, що був попереду. Головною їх відмінністю є те, що метамодерн не ставить собі за мету зруйнувати набуття минулого, не перекреслює історію, не використовує іронію як нищівний інструмент [1]. Якщо постмодерн використовував елементи історії та поп-культуру задля висміювання, то метамодерн їх запозичує, щоб висвітлювати теперішнє та осмислювати майбутнє. Звертаючись до одних й тих самих явищ, понять, об'єктів з минулого, постмодерн ставиться до них цинічно, а метамодерн – поважливо, бо вбачає потенціал для своїх цілей.

Не дивлячись на те, що постмодернізм позиціонує себе як злиття з масовою культурою, за своєю природою він елітарний. Художні твори цієї епохи як правило незрозумілі для широкого кола читачів або глядачів, бо за своєю побудовою вони є абсурдними, заплутаними або просто не мають очікуваної глибини. Прикладом постмодерністської прози, відомої українським читачам, є роман «Generation «П»» Віктора Пелевіна, сюжет якого може здаватися нелогічним та збагаченим деталями сюрреалізму. Примітно, що дана книга стала культовою саме серед молодих людей, які, за їх відгуками, прикладали певні зусилля для її розуміння.

Іронія у постмодерні має скоріш ігровий характер, продуктом цієї епохи є гра, яка ні до чого не зобов'язує автора і сама по собі нічого не означає [4, с. 56]. Константину підтверджує цю тезу на прикладі продукту поп-культури – ситкомі: «На відміну від постмодерністських аналогів, ситками епохи метамодерну використовують такі прийоми, як іронія, пастиш і пародія для вираження емоціонального афекту» [3, с. 220].

Багато сучасних європейських та американських романістів вважають іронію одним із ключових елементів культури постмодерна. Вони вважають, що вона стала причиною різних суспільних, політичних і філософських проблем. Ці автори визначають іронію як етос, певну структуру, яка трактує світ і мову через їдку практику симптоматичного, скептичного чи параноїдального читання [3, с. 223]. Направленість іронії постмодернізму на знищення минулого, а не конструктивне створення теперішнього та майбутнього, призводить її до кризи. На думку Уоллеса, читачі постмодерністських творів звикли до жанру усвідомленої іронії та метапрози та стали відчувати, що постмодернізму не вистачає рішень для питань, які він задає [5]. Саме неможливість постмодернізму дати відповіді стала причиною звинувачень у песимістичності, моральній та інтелектуальній бідності.

Описана вище криза іронії епохи постмодерну стала передумовою її трансформації на постіронію. Прибічники постіронії виступають не за банальне повернення до щирості, а хочуть зберегти постмодерністські критичні відкриття в різних сферах, при цьому переборюючи їх тривожні аспекти [3, с. 223]. Таким чином, постіронія метамодерну означає зусилля, направлені на те, щоб позбутися проблем, спричинених іронією в епоху постмодерну.

Постіронія стає іронією над іронією, вона є висловом, що робить вигляд іронічного, але має на увазі прибічність до прямого сенсу. Таким чином постіронія набуває долю значення прямої щирості [3, с. 225].

Прибічники постіронії виступають не за банальне повернення до щирості, а хочуть зберегти постмодерністські критичні відкриття в різних сферах, при цьому переборюючи їх тривожні аспекти [3, с. 223]. Якщо постмодерністська іронія пов'язана з апатією, то метамодерністська – із бажанням.

Не існує однієї універсальної моделі постіронії, різні митці епохи метамодерну демонструють різні позиції на естетичному полі. Лі Константину пропонує виокремити чотири творчі методи постіронії: «мотивований постмодернізм, довірлива метапроза, постіронічний Bildungsmann та реляційне мистецтво» [3, с. 226-227], описані нижче.

У той період, коли метамодерн приходить на заміну постмодерну, характерні для нього ірреалізм, антиреалізм, пастиш та рефлексивність перестають бути прикладами критики. Вони позбуваються своєї цінності і тепер не підривають або нищать здобуття минулого, а стають фундаментом для створення нових культурних кодів. Константину називає таку практику сприйняття як «мотивований постмодернізм» [3, с. 229]. Цей художній метод властивий творчості Уеса Андерсона. За приклад може слугувати його фільм «Готель «Гранд Будапешт»» 2014 року. Нарочита театральність, декоративність цього фільму, здавалося б, може відволікти глядача від зображеного насильства та трагічних сюжетних прийомів. Утім, режисер знаходить баланс між іронією та глибиною ідеї. Таким чином Андерсон не намагається диктувати глядачу моральні правила, а спонукає його визначати це самому. Більше того, фільми Уеса Андерсона залишають по собі певне відчуття незавершеності, невідповідності форми змісту, роблячи формування власного ставлення до них необхідністю.

Довірлива метапроза передбачає використання авторами традиційно постмодерністських форм для опису не постмодерністських тем і сюжетів. Тобто, «форма постмодернізму використовується для відторгнення його змісту шляхом заперечення спроможності теорій постмодерністської реальності, або, що буває значно частіше, намагаючись вийти за рамки провалів постмодерна» [3, с. 234]. Так, приймаючи глобальний режим постмодерну, письменники, що працюють за допомогою методу довірливої метапрози, намагаються повернути забуті цінності. Українським прикладом довірливої метапрози може слугувати роман Сергія Жадана «Ворошиловград» (2010), у якому автор використовує постмодерністські елементи сюрреалізму, робить плутаний сюжет та використовує образи минулого, але усе це працює задля мети твору – підштовхнути читача до роздумів на тему національної єдності та самосвідомості.

Bildungsroman, за визначенням Константину – це романи-повчання, які «нерідко зображують розвиток головних героїв від витоків їх особистостей через фазу іронії до кінцевого постіронічного стану» [3, с. 241]. На відміну від авторів, які просто пишуть у стилі реалізму, автори Bildungsroman вводять реалізм у стан конфлікту з постмодернізмом [3, с. 241]. Твори, що відносяться до цієї категорії, відмовляються як від постмодерністської форми, так і від постмодерністського змісту. Вони умисно відновлюють історичні форми реалізму й інших застарілих жанрів, щоб показати, що ці форми зберігають в собі емоційну, інтелектуальну та предметно-зображувальну силу могутності [3, 240]. У цьому виді роману проявляється основна риса метамодерну – поєднання постмодерну та художніх здобутків минулого. Романи-повчання не виключають іронію в принципі, як було б властиво для творів реалізму. Автори використовують її уважно і доречно, при цьому підкреслюючи силу традиції. Такий прийом позбавляє Bildungsroman наївності та показує, що він є логічним продовженням літературних форм постмодерну.

Останній метод постіронічної літератури, який обговорює Константину – реляційне мистецтво. Він «використовує для опису реальності постмодерну реалістичну, мінімалістичну або обивательську форму, розуміння якої не

потребує особливих зусиль» [3, с. 245]. Реляційне мистецтво відвертається від іронічних методів, які асоціюються з постмодерном, і висуває своє безпосереднє розуміння реальності, яке у епоху постмодерну вважалося неможливим. Такий спосіб творчого вираження показує «все як є», часто у крайніх проявах, не використовуючи загальноживаних художніх прийомів. Часто твори реляційного мистецтва володіють потужною естетикою незручності. На думку Константину, саме цей художній метод найяскравіше виражає постмодерністську структуру почуттів [3, с. 245]. До реляційного мистецтва можна віднести в цілому харківську школу фотографії, яка характеризується своєю натуралістичністю, чистотою моменту, правдивістю сюжетів, і безвідказно вводить багатьох її глядачів у стан ніяковості та навіть відрази.

Таким чином, більшість філософів, предметом дослідження яких є епоха постмодерну, визначають її характер як нищівний для культури. Утім, постмодерн був природним та необхідним етапом історичного розвитку, тому неодмінно заслуговує на увагу з боку метамодерну. Крім цього, звичайно, метамодерн не може просто так «обнулити» світогляд постмодерну, особливо враховуючи те, що обидві ці епохи застав кожен суб'єкт західного суспільства віком старший за 20 років. Варто також розуміти, що у пострадянському суспільстві, якому властиво пізніше за західне проходити етапи розвитку, ще існують відголоски чистого постмодерну.

Епоха метамодерну, яка прийшла на зміну постмодерну і почала формуватися на початку XXI століття. Цей період, який суспільство переживає у теперішньому часі, докорінно відрізняється від попереднього намірами відновлювати набуття минулого та створювати стійке теперішнє та дивитися у майбутнє. Митці метамодерну запозичують, відновлюють та поєднують художні методи минулих стилів, але використовують їх у рамках свого світобачення. Іронія, перейнята у постмодернізму, трансформувалася у постіронію, яка не просто змінює зовнішній сенс висловлення на протилежний, а робить це двічі. Постіронія слугує для прямого вираження широго під виглядом іронії.

Визначені Константином творчі методи митців метамодернізму різняться своїми прийомами та метою, що лише доводить багатогранність та комплексність цієї епохи. Не дивлячись на те, що вони були визначені автором як властиві для культури західних суспільств, приклади їх вираження можна знайти і в українському мистецтві. Таким чином, явище метамодерну та постіронії як його складової мають достатнє вираження у сучасній культурі, щоб вважатися характерними рисами нової епохи, що змінила постмодерн.

Література:

1. Баннелл Н. Колеблющийся вдаль: изучение метамодернизма в теории и на практике. URL: <http://metamodernizm.ru/oscillating-from-a-distance/> (дата звернення: 05.06.2020).
2. Вермюлен Т., ван ден Аккер Р. Заметки о метамодернизме // Metamodern. URL: <http://metamodernizm.ru/notes-on-metamodernism> (дата звернення: 05.06.2020).
3. Константу Л. Четыре лика постиронии / Р. Ван дер Аккер : [пер. с англ. В. М. Липки; вступит. ст. А. В. Павлова]. – М. : РИПОЛ классик, 2019. – С. 221–257.

4. Лапина Е.В. Базовые понятия постмодернистской эстетики. Вестник РУДН, сер. Литературоведение. Журналистика, 2008. №1. С. 56–63. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bazovye-ponyatiya-postmodernistskoy-estetiki> (дата звернення: 05.06.2020).
5. Wallace, David Foster. «E Unibus Pluram: Television and U.S. Fiction.» Review of Contemporary Fiction (1993): 151-94. URL: https://jsomers.net/DFW_TV.pdf (дата звернення: 05.06.2020).

Босва А.Д., 4 курс каф. «Мультимедійний дизайн» ХДАДМ
Керівник канд. мистецтвознавства, доцент Опалев М.Л.

ГРАФІЧНІ ЗАСОБИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІЗУАЛЬНОГО РЯДУ В МОУШН-ДИЗАЙНІ

В моушн-дизайні головне повідомлення несе в собі рух і всі образотворчі аспекти концентруються насамперед на презентації певної інформації засобами комп'ютерної графіки, найчастіше абстрактної. Як напрямок мультимедійного дизайну, моушн-дизайн вбирає в себе не тільки анімаційні засоби, а також аудіокомпозиції, можливості відео і фото, візуальні ефекти, розроблені завдяки абстрактним графічним перетворенням за допомогою комп'ютерних технологій. Він поєднує комунікативні характеристики об'єктів і засоби їхньої візуальної виразності [5]. *Моушн-дизайн* — вид проектно-художньої діяльності, спрямований на аудіо та комп'ютерну анімації, де єдність форми та змісту зумовлена рухом, з яким пов'язані всі художньо-естетичні характеристики [3]. Дизайнери повинні знати ази побудови композиції, відчувати таймінг і динаміку в ролику, розуміти ритміку кожного ролика, вміти правильно поєднувати елементи між собою і в той же час не боятися експериментувати з новим трендами [2].

До графічних засобів організації візуального ряду відносяться: крапка, лінія, пляма, прості елементи графічним форм [1, 4].

Крапка — графічний засіб організації візуального ряду, що має значно менші розміри, ніж інші графічні елементи, розміщені в кадрі. Властивості крапки: розташування на площині, відносний розмір, щільність заповнення, яскравість, тощо. В анімації, в режимі реального часу вона може ставати плямою, лінією, або ж складати нові форми, розмножуючись і міняючись у розмірі [6].

На прикладі ролику американського моушн-дизайнера Рафаеля Аруджо (Rafael Araujo) “Bonde Festival”¹, створеного в 2017 році, можна прослідити функцію крапки. Bonde Festival — це захід, присвячений бразильському дизайну, що проводиться в Брукліні, Нью-Йорк. Ролик виглядає як своєрідна вправа з динамічним рухом різних фігур в анімації. Але увагу на собі тримають дрібні плями, які умовно можна назвати точками. Вони направляють погляд глядача у потрібному дизайнеру напрямі. Таким чином, можна сказати, що точка організовує композицію цієї анімації.

Подібним прикладом є ролик аніматора із Бостона Кірка Улеса (Kirk Wallace) “State Fair Advertisement”², який був презентований в 2017 році. Цей автор працював з рекламним агентством “Walton Isaacson” для створення анімаційного ролика для бренду “State Fair”, який є їх внутрішньою медій-

ною мережею. Демонстрації проектів відбуваються в парках в літній сезон. Основою цієї яскравою покадрової анімації з динамічним рухом є дрібні елементи та плями, які можна назвати точками. Автор віртуозно організуює рух цих елементів для заволодіння уваги глядача на протязі всієї дії в ролик.

Лінія — графічний засіб організації візуального ряду, зображення руху, змін своєї товщини, довжини, форми, що створює певні динамічні й емоційні ефекти і несе додаткову семантику [6].

Застосування лінії яскраво продемонстровано в стоп-моушні “Arena”³, зробленого в 2018 році ірландським дизайнером Параїком Макгофліном (Paraic McGloughlin). Автор використав сервіс Google Earth, щоб показати поверхні планети, які формують лінії. Це дороги, русла річок, яри. Погляд на землю зверху зосереджений на рельєфі, який імітує життя. Абстрактний сенс ролик розшифровує вислів, який виникає на екрані на початку ролик: «Життя — це гра, яка повинна бути зіграна». Анімація супроводжується саундтреком, який вносить напруження в мерехтливий відеоряд. Погляд глядача приковують лінії, за якими він рухається.

Також цей автор у своєму наступному абстрактному стоп-моушні “MaxCooper-Circular”⁴, який зроблений у 2016 році, розкриває ідею, яка первинно виникла через роздуми про Порочне коло (Obsession). Люди іноді опиняються втягнутими в рутину, дозволяючи невеликим проблемам віднімати багато часу. Автор використовував кола і велику кількість ліній в якості основних фігур. Оскільки кола мають нескінченну симетрію, вони можуть обертатися на будь-яку величину і завжди виглядають однаково. Вони є єдиною пласкою формою з нескінченної симетрією. Повільний і плавний мелодійний пульс, який має свій власний ритм, супроводжує цю дію. Використовуючи лінію автор намагається викликати почуття нескінченності життя.

Пляма — графічний засіб організації візуального ряду, форма графіки, що заповнює більшу частину графічної площини. Плямою в мультимедійному дизайні може виступати малюнок, абстрактні елементи, фото, відео, що несуть глядачу інформацію про певний предмет або властивості матеріалу. З використанням плям значно розширюється палітра засобів побудови графічної композиції [6].

У роботі “the Vampire of Time and Memory”⁵, зроблений у 2015 році британським дизайнером Джоршуа Девисом (Joshua Davis) зроблено декількох тестів з використанням в якості джерела текстур зображень. Граючи різноманітними плямами, автор демонструє різні елементи, такі як обличчя, птахи або абстрактні зображення. Динамічне мерехтіння передає нервовість і неспокій.

Італійський дизайнер Сандро Боччі (Sandro Boccì), автор роботи “... meanwhile...”⁶, зробленої у 2014 році, у короткометражному фільмі показав

¹ <https://www.behance.net/gallery/58220387/Bonde-Festival>

² <https://vimeo.com/219052917>

³ <https://vimeo.com/259989412>

⁴ <https://vimeo.com/372085570>

⁵ <https://vimeo.com/125927621>

⁶ <https://vimeo.com/118853074>

світ морських тварин, таких як корали, моллюски і морські зірки, під великим збільшенням і протягом тривалого проміжку часу. Це подорож з іншої точки зору, яка спонукала б замислюватися про наслідки наших дій в кожному масштабі простору і часу. У фільмі створений різкий контраст об'єктів, стимулюється синестезія, об'єкти виглядають чутливими і гармонійними. Ці об'єкти формалізовано можна розглядати як плями, які доносять до глядача природну красу.

Форма — засіб вираження художнього образу, властивість об'єкта, що має сукупність ознак, які сприймаються візуально: геометричний вид, величина, фактура, колір і світлотінь. Кожна з них ознак може змінюватися в анімації в певних межах і мати нескінченну кількість станів [6].

Ролик “PressEnter”⁷ — це абстрактна історія в якій ми занурюємося у віртуальний світ. Вона створена французьким моушн-дизайнером Альми Наго (Almir Nago) в 2017 році. Його фільм досліджує поняття цифрових технологій через мережу, яка вторгається в міський простір, але також підіймає питання про штучний інтелект і його вплив на реальність. Автор показує сучасний цифровий світ, використовуючи квадратні і прямокутні форми у композиції. Ці форми надають роботі об'єму та глибини.

Автор роботи “REDMATTER”⁸, Едворд Чу (Edward Chiu) із Гонконгу, яку він зробив в 2017 році, був натхненний фільмами жахів «Суспірія» (“Suspiria”) і «Сяйво» (“The Shining”). Він спробував змішати незвичайну красу цих жанрів в світі рухомої графіки. Відео демонструє сюжетну постановку, у нього додані різні деталі і форми. Але квадратна форма гармонійно розділяє композицію ролику на рівні частини і тримає її в балансі.

Робота “Sonata for Pen, Brush and Ruler”⁹, з'явилась у 1968 році. Вона була створенна колумбійським художником Барі Спенело (Barry Spinnello), який з 1967 по 1971 малював зображення вручну на 16 міліметровій плівці. Ця спроба полягала в тому, щоб об'єднати, сплести тканину зі звуку, виразити голос як малюнок і сенс самої тканини. Віртуозні зміни форм у цьому ролику дозволяють побачити швидко динаміку графіки. Хоча форм тут представлено декілька, варто відзначити першорядну форму — а саме квадрат.

Також значимою для нашої теми є робота лондонської медіа-художниці Наталії Стуйк (Nataiia Stuyk), під назвою “Visiter”¹⁰, зроблена в 2014 році. Цей ролик натхненний авангардним фільмом Гаспара Ное «Вступи в порожнечу» (“Enter the Void”). Кислотні кольори, тремтіння графіки, нервовий саундтрек, ефект глітч абстрактно передають настрої цього фільму. В кадрах ролику авторка використовувала квадратні і прямокутні форми, що тремтять, показуючи їх з різних ракурсів. Завдяки цьому показані різні варіанти композиційного рішення ситуацій.

Інфографічна анімація дизайнера із Лос-Анджелеса Коліна Хестерлі (Colin Hesterly) “Nautilus”¹¹, створена в 2016 році, демонструє пригоду, бо-

7 <https://vimeo.com/361319224>

8 <https://vimeo.com/358780086>

9 <https://vimeo.com/ondemand/34628>

10 <https://vimeo.com/117593233>

11 <https://vimeo.com/176338569>

ротьбу і досягнення американської астрофізика Франс Кордови (*France Anne-Dominic Córdova*). Форма кола грає головну роль в цій анімації, кругла або куляста форма присутня буквально в кожному кадрі. Безліч деталей і елементів у вигляді кола тримають на собі увагу глядача цієї інфографіки.

Візуальний перфоманс китайського медіа-художника Ревена Куока (*Raven Kwok*) «189D3 / Pentium»¹², створений в 2015 році, — це генеративне відео на основі програмного коду. Його основним елементом є деревоподібна структура в полярній системі координат. Фільм був створений для відкриття музею «West Bund Museum XCentre Pompidou Project 2019–2024» в Шанхаї. В цьому мінімалістичному ролику робляться акценти на колі, тільки ця форма різноманітними способами видозмінює масштаб, колір, текстуру. Коло розбивається на сектори різного розміру, які перетворюються на складні візерунки, чим гіпнотизує глядача.

Висновки:

Графічними засобами візуального ряду можливо створити будь-який відеоряд незалежно від технології — чи то стоп-моушн або відео зйомка, 3D-графіка або мальована анімація. Ці засоби є нескінченим матеріалом для розробки об'єктів моушн-дизайну. Успіх цих робіт залежить від розуміння дизайнером правил організації як композиції кадру, так і візуального ряду, гармонійного зі звуковим оформленням, в цілому. При зіставленні графічних форм важливо домогтися гармонійного зв'язку між ними з метою найбільш яскравого розкриття їх художніх властивостей і збереження цілісності всієї динамічної композиції. На основі аналізу низки прикладів ми можемо стверджувати, що функціями простих елементів графічних форм в моушн-дизайні є керування поглядом і увагою глядача, формування концепції абстрактних творів, викликання емоцій, донесення естетики твору, формування простору у композиційних побудовах, збалансування сюжету.

Література:

1. Веселова Л. Основы композиции: графические средства выражения — точка, линия, пятно.
2. Волшебство в движении: что такое моушн-дизайн. Нетология. 2017. URL: <https://netology.ru/blog/motion-design/>
3. Мурашко М. В. Проектно-художній інструментарій моушн-дизайну (на прикладі рекламного ролика) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства : 17.00.07. Харків. 2017. 20 с.
4. Онегин О. Элементы композиции: точка, линия, плоскость и объем.
5. Профессия: Motion designer : Перемога Space. 2015. URL: <https://www.peremoga.space/post/xabn1913ub-professiya-motion-designer>
6. Словник мультимедійних термінів / ред. М.Л.Опалев, у друку.

¹² <https://vimeo.com/371294727>

Boyko Oksana, 3-rd year of Design faculty, KSADA
 Scientific revisor: Associate professor, Phd, Hovorun A. V.

HELVETICA FONT AND SWISS STYLE OF TYPOGRAPHY

Helvetica is the most popular and famous font in the world. It was developed by Swiss company Haas'sche Schriftgiesserei in 1957. Helvetica belongs to the neo-grotesque font family, which belongs to the sans-serif font style. This font embodies the ideas of balance, completeness and internationality. And really, road signs, logos, signboards, pointers are written by Helvetica in almost every country. Almost all advertising signs one can see are likely made using this font. It is widely used in logos, because it is very suitable for business. If you are more attentive, you will notice Helvetica everywhere.

McDonald's, Nestle, Energizer, Toyota, Skype, BMW, GM, Google, Intel, Jeep, Lufthansa, Motorola, Olympus, Panasonic, Placebo, Stimorol, Samsung, Sanyo, Texaco, Zanussi logos are based on this Swiss font. Of course, designers don't use the font in its pure form. They make different accents on the structure of a particular word or change the letter spacing, or add additional elements. It doesn't matter because the grapheme of the word remains unchanged. Helvetica is a very good, balanced font. It has ideal ratio "white" (letter space) and "black" and as a result all the letters look complete and beautiful. The font is very harmonious and at the same time neutral - it was namely this quality that determined its popularity. That's why having this set of features Helvetica became the perfect font for the logo of a very large global corporation whose mission is to please everyone.

One of the Swiss font companies decided to develop a new contemporary font in 1950. Their decision was caused by the situation that designers had used obsolete fonts created in the 19th century before. The designer Max Midingier and Eduard Hoffman undertook some actions to complete the task. The new font had got the name "Neue Haas Grotesk" but later it was renamed in "Helvetica" for marketing purposes. The former one means Switzerland in Latin.

This style becomes very popular among the supporters of the interna-



tional style in printing, sometimes they call it “the Swiss style”. The main feature of this style is clarity, objectivity and accuracy.

Swiss design, a Swiss school of typography or an international typographic style - perhaps is the most famous direction in design that has existed since the middle of XX century. Despite its “age”, the Swiss style still looks fresh today. Before the invitation of this style, the design had looked outdated. Speed of perception, mass character, universality, profitability and maximum informativeness are the main goals of Swiss typography. The important tool of this style is exclusivity chopped fonts. Color is the least important element of design according to Swiss conception. In addition, photos are widely used instead of illustration. But the main tool is a typographic modular grid. Swiss school didn't invent this font but the designers from Switzerland improved it. Grids are considered the most understandable and harmonious means for structuring information. They are used in graphic design, in web design, layout of books and in every type of working with any text.

Swiss typography has become a completely new breath in mid-20th century design that still remains very demanded. We can say that this direction exists outside of time. If you look at the work done in the 50-60s, it is clear that they will be relevant and effective today as well as in the future. The Swiss style has rightfully become international. The needs that it fulfilled are the basic elements of communicative design. Therefore, the relevance of this method will not disappear soon.

At our academy students also use this proposal of the Swiss school in their works. Sometimes they do not even notice it but the trace can be found in every student's design work.

References:

1. Movie “Helvetica” by Gary Hustwit
2. Eric Shpicerman “About font”
3. Robert Bringhurst “The Elements of Typographic style “

Гармаш Д.Ю. IV курс каф. «Мультимедійний дизайн» ХДАДМ
Керівник: канд. мистецтвознавства, доцент Опалев М.Л.

ЗАСТОСУВАННЯ СИМУЛЯЦІЙ ФІЗИЧНИХ ПРОЦЕСІВ В АНІМАЦІЇ

Прогрес у розвитку комп'ютерних технологій вивів візуальні ефекти на новий рівень. На сьогоднішній день використання симуляцій фізичних процесів є одним з найактуальніших і популярних засобів вираження в анімації і моушн-дизайні, що використовуються для залучення уваги аудиторії і надають можливість знаходити нестандартні рішення. Симуляції є актуальною темою досліджень у сфері дизайну, вони використовуються як інструментарій — допомагають розкрити ідею і сюжет анімаційного фільму, та стали предметом широкого комерційного застосування для цифрового виробництва кінофільмів, комп'ютерних ігор, реклами тощо. Симуляції фізичних процесів відносяться до області комп'ютерної графіки, метою якої є відтворення фізично правдоподібної анімації тих чи інших складних процесів за допомогою 3D-редакторів: розрахунок взаємодії твердих тіл (rigid

body), м'яких тіл (soft body), тканин (cloth), волосся і хутра (fur), симуляції натовпу (crowd simulation); розрахунок фізичної поведінки і візуалізації рідин, вогню, диму, атмосферних явищ (fluid simulation); симуляції частинок (particle simulation), і т. ін.

На дану тему існує достатня кількість публікацій, у яких описується суто технічна сторона питання, наприклад дослідження на “Interactive Computer Graphics”, де детально аналізується симуляція поведінки рідини [2]. Існують також блоги, такі як “Matthias-research” [3], на якому періодично з’являються статті, де розглядаються основні принципи створення тих чи інших фізичних процесів, які доповнюються відео з відтвореними симуляціями у тестовому режимі. Тема активно обговорюється й на конференціях, де виступають досвідчені фахівці з доповідями, пов’язаними з виробництвом візуального контенту. Таким прикладом є щорічний симпозіум з комп’ютерної анімації SIGGRAPH [1]. Найбільш поширеним масивом для вивчення основних принципів відтворення симуляції фізичних процесів є туторіали, які несуть суто технічний й навчальний характер, наприклад портал CG Tutorial, на якому можна знайти відео-уроки для різних 3D-редакторів [4].

Використання симуляцій фізичних процесів в анімації можна спостерігати від відносно простих прикладів до концептуально складних. Спочатку слід виділити групу анімаційних роликів, автори яких насамперед досліджують різноманітні фізичні процеси.

Наприклад, робота студії Bisous Production (Франція), що має назву “SOAP ENTROPY”¹, де автори прагнули продемонструвати явище ентропії — хаотичного розсіювання енергії. У ролик у відбуваються симуляції поведінки рідкої мильної речовини, яка переливається й утворює нові складні форми. У реальному житті подібні форми не зустрічаються. Також можна відзначити анімаційний ролик “50 Days — Idea 2 of 19”² студії More and More, що з Лондона. Це одна із серій робіт, де автори досліджують різноманітні взаємодії об’єктів й властивості матеріалів, в даному ролик — м’якого хутра, яке розвиваючись під силою вітру, дає нам відчуття теплого й затишного матеріалу. Серед яскравих прикладів є роботи шведського дизайнера Андреаса Ваннерштадта (Andreas Wannerstedt)³, який створює унікальні замкнені синхронізовані анімації з грайливими геометричними формами, які викликають дивне відчуття гіпнозу й медитації у глядача. У роликах демонструються взаємодії твердих форм, їх тертя і гравітація, які приводяться до нескінченного руху. Відео-реклама популярної мережі швидкого харчування “Egg McMuffin — Director’s Cut”⁴ авторства дизайнера Метью Браччіні (Matthieu Braccini) із Франції яскраво демонструє процеси поведінки м’яких та твердих об’єктів. Отже, до першої групи належать роботи частіше безсюжетного характеру, де головна мета автора — дослідження технологічного процесу створення найбільш природних симуляцій об’єктів та їх взаємодії.

¹ SOAP ENTROPY: <https://vimeo.com/328406388>

² 50 Days - Idea 2 of 19: <https://vimeo.com/189655827>

³ Impossible things created by Andreas Wannerstedt: <https://www.youtube.com/watch?v=25Dlu2jcNB4>

⁴ Egg McMuffin - Director’s Cut: <https://vimeo.com/354894903>

Яскравим способом дослідження симуляцій фізичних процесів є анімаційні відеоролики, де використовується принцип кінематичного руху, що відтворює декілька ланцюгів подій. Тіла змінюють своє положення один відносно одного в просторі, і впливаючи на послідовний рух, працюють як єдиний механізм. Такий тип анімації вимагає від автора чіткої продуманості конструкцій, дозволяє зацікавити глядача та концентрує увагу на процесі, тому нерідко використовується у рекламі.

Наприклад, анімація 2019 року моушн-дизайнера Флорента Порти (Florent Porta) із Нідерландів для виставки у музеї сучасного мистецтва у Парижі, що має назву “Palais de Tokyo: Sensible”⁵ заснована на ефекті доміно. Кульки спричиняють послідовне падіння серій виставлених у ряд доміно. “Seri” Stoiximan”⁶ — коротка відео-реклама додатку для телефону зі схожим принципом, з зображенням мініатюрних об’єктів, які роблять анімацію привабливою. Цікавим прикладом використання принципу кінематики є робота аргентинської студії Molistudio “Useful Machines”⁷, де зображені металевоскляні механізми, які злагоджено працюють, а світло, що переломляється, допомагає ще більше загіпнотизувати глядача. Отже, анімаційні ролики, де ілюструється принцип кінематики з легкістю дозволяють заволодити увагою глядача, завдяки відстеженню послідовних процесів і об’єктів, які рухаються через різноманітні перешкоди.

Наступна категорія симуляцій охоплює роботи, де ілюструється невласлива об’єктам поведінка, досліджуються нові способи передачі візуальних образів.

У ролику вище згаданого дизайнера Флорента Порти під назвою “Preposterous — A short about absurdity”⁸ 50-секундна анімація сповнена несподіваних моментів. Замість того, щоб лопалася куля, розсипається кактус; замість того, щоб дати картам впасти, вентилятор дме назад; шматок тосту дивом приземляється на його суху поверхню. Це дослідження абсурду призводить до дивної напруженості. Глядач спостерігає, як чашка кави йде до краю столу, і не падає. В іншій сцені скло, що падає, розбиває підлогу під ним. Сам автор це описує як коротку розповідь про абсурд, випадкові короткі сцени, які не мають жодного сенсу. Такі відеоролики покликані до експерименту, створенню нереального світу і розширення межі традиційного оповідання.

Симуляції фізичних процесів з використанням органіки та імітація живих організмів в анімаційних роликах займають почесне місце в моушн-дизайні, і ця тенденція широко застосовується в коротких відео-роботах. Це дає волю фантазії художнику, і істотно збільшує багатство віртуального світу завдяки здатності органічних форм демонструвати складну поведінку.

Наприклад, ролик 2017 року 3D-дизайнера Мікі Немчека (Miki Nemcek) із Чехії під назвою “.P.U.P.A. | THE LARVAL FORM”⁹ — це вивчення ко-

⁵ Palais de Tokyo: Sensible: <https://vimeo.com/318182398>

⁶ “SERI” STOIXIMAN: <https://vimeo.com/315110796>

⁷ Useful Machines: <https://vimeo.com/298998069>

⁸ Preposterous - A short about absurdity: <https://vimeo.com/191444383>

⁹ .P.U.P.A. | THE LARVAL FORM: <https://vimeo.com/223947902>

льорів та форм, натхнених макроприродою. Автор нам демонструє живий організм, що дихає, який знаходиться на етапі, коли лялечка метелика природно за допомогою повільних і легких снодійних рухів перетворюється на доросле створіння. Це дає змогу зануритися у нескінченну різноманітність абстрактних композицій, форм та атмосфери. Робота “AIPH”¹⁰, британського графічного дизайнера Лукаса Воджир (Lukas Wojir), представлена як частина Пекінської садівничої виставки — медитативне вираження природи. Фільм ілюструє 5 основних цінностей: вода, необхідна для всього життя; чисте повітря; їжа для всіх, з використанням нових садівничих прийомів у гармонії з ритмом природи; процес возз’єднання — як позитивний зв’язок між здоров’ям людини, інтелектом і природою; зелений колір — як терапевтичний ефект на розум, тіло і душу. Як і у природі прості форми призводять до формування найскладніших. У анімації “London Symphony Orchestra — Roots and Origins”¹¹ того ж британського автора для кампанії Лондонського симфонічного оркестру, ми спостерігаємо величезну силу та складність оркестру. І органічні форми, схожі на морські живі корали, створюють відповідний настрій та витончений образ від першого насіння до цілого симфонічного саду. Анімаційний ролик 2019 року російської студії Superdesigners “15.22.5.18.6.12.15.23”¹² ілюструє переповнену цифрову органічну середу у якій ми знаходимось, мікрровпливи інфекційних даних на наше тіло та розум, які пронизують і забруднюють нас. Зразки скла — це метафора, що лабораторія є матеріальним втіленням бездушності нейронних мереж. Назва роботи “Fragrance Inspired”¹³ автора під псевдонімом “Lil Arty” говорить сама за себе — це найяскравіші враження від парфуму в мінімалістичному гіпнотичному стилі. Автор спробував візуалізувати щось, чого ми не можемо бачити, торкатися чи чути. Це дослідницький проект, який має на меті показати мінімально найяскравіше враження від парфуму, такі як: аромат, який зображує пробудження після п’ятничної вечірки, або зовсім інший, свіжий аромат, який приносить спогади про літній час. Автор ілюструє красу, комбінуючи різні геометричні форми, рослини, пелюстки квітів, бусини та інші матеріали. Таким чином, ця категорія анімаційних роликів являє собою ряд візуальних спроб створити те, що не здійснити в реальності, завдяки імітації живих організмів та об’єктів продемонструвати унікальні образи.

Останню групу анімаційних роликів можна позначити як довершені концептуальні твори мистецтва, що у повній мірі увібрали в себе увесь комплекс попередніх знань та досліджень художника. Це абстрактні твори, натхненні різними матеріалами, формами і об’єктами. Використовуючи нестандартний підхід, автори шукають унікальність в формах, створюють неіснуюче. Вони досліджують нові способи передачі візуальних образів, і їм це вдається.

У цій категорії анімаційних роликів слід відзначити роботу 2018 року “Silent Aesthetics”¹⁴ Пітера Томасевича (Peter Tomaszewicz) з Великої Брита-

¹⁰ AIPH | Grant Associates: <https://vimeo.com/342979043>

¹¹ London Symphony Orchestra - Roots and Origins: <https://vimeo.com/319212587>

¹² 15.22.5.18.6.12.15.23: <https://vimeo.com/339326992>

¹³ Fragrance Inspired: <https://vimeo.com/318161318>

¹⁴ Silent Aesthetics: <https://vimeo.com/271227099>

нії, де автор демонструє своє захоплення сучасною бруталістичною архітектурою та бетоном, досліджує модельєрів, які б зачарували середовище. Серія «Мовчазна естетика» надихається творами Омера Асіма, мідними деталями аксесуарів Майї Антоун, а також роботами Ле Корбюзьє, художників Річарда Серра, Леонарда Дрю та Вернера Мантца. Основа дизайну базується на простих геометричних лініях та формах, у яких вирівняні всі візуальні зображення. Текстури бетону, тканини та металу на об'єктах створюють відчуття повної реалістичності. “The Woven Exhibitionist”¹⁵ — робота 2019 року того ж британського автора. Це фільм, який досліджує можливості гіперреалістичного сюрреалізму, акцентуючи увагу на різнокольорових формах через чарівні плетінні поверхні, які рухаються в мінімально неоднозначному просторі. Автор прагнув створити ролик, розповідь якого викликала б приємне відчуття напруги. Проект включає в себе відображення невидимих, надувних предметів, рідких форм і несподіваних рухів. Натхненний художниками, чії роботи засновані на мінімальних бруталних декораціях, фільм досліджує хитромудрі авторські ткани техніки. Яскравим прикладом є робота 2019 року “Computations”¹⁶ російського автора Максима Жесткова. Це експериментальний ролик який демонструє роздуми про далеке майбутнє, коли обчислення переміщуються з непрозорих «чорних коробок» наших ноутбуків та пристроїв у світ. Складні системи, що лежать в основі обчислень, коливаються і змінюються в ідеальній синхронізації. Вони складаються з мільярдів частинок, і це більше, ніж сума їх частин — вони машини, які візуалізують, обчислюють та спілкуються за допомогою узгодженого руху та кольорового освітлення. Елементи піднімаються і падають, кластери замкаються на місці, і є основне відчуття порядку, що регулює багату просторову хореографію. Форми майстерно вбудовані в архітектуру, і демонструють, як кожен крихітний елемент сприяє побудові цілого. Отже, автори анімаційних роликів цієї категорії мають на меті створити новий реалізм, завдяки авторському концептуальному рішенню вони віртуозно створюють незвичайні композиції, шукають унікальність у формах, додаючи реалістичну текстуру до тривимірних форм. Такий підхід дозволяє експериментувати зі сприйняттям глядача.

Висновки. Сьогодні, використання 3D-художниками і дизайнерами симуляцій поведінки фізичних процесів широко застосовується для створення контенту, який стимулює аудиторію за допомогою потужних і переконливих візуальних оповідань, створює широкий спектр естетичних і динамічних вражень. Цей напрямок у дизайні відкрив двері в світ, в якому тільки уява є межею. Прямим підтвердженням є проаналізовані анімаційні ролики у цій роботі, які ми умовно поділили на декілька категорій: безсюжетна анімація, яка досліджує технологічний процес створення симуляцій; ролики, де використовується принцип кінематичного руху; анімація, яка демонструє невластиву об'єктам поведінку; імітації живих організмів та об'єктів; концептуальні твори мистецтва. Існує спільний зв'язок між цими категоріями анімаційних роликів, що полягає у наслідуванні технологічних

¹⁵ *The Woven Exhibitionist*: <https://vimeo.com/358246728>

¹⁶ *Computations - Art film by Maxim Zhestkov*: <https://vimeo.com/349681322>

прийомів та елементів один від одного: від простого до складного. Віртуозно створювати нестандартні тривимірні композиції, додавати складні текстури, гратися з кольором і моделюванням форм — все це дозволяє дизайнеру передавати унікальну атмосферу, втілювати неординарні концептуальні рішення, що здатні дивувати глядача.

Література:

1. ACM SIGGRAPH Conference Content: веб-сайт. URL: <https://www.siggraph.org/learn/conference-content/> (дата звернення: 26.01.2019)
2. Bender J., Kugelstadt T., Weiler M., Koschier D., Volume Maps: An Implicit Boundary Representation for SPH, ACM SIGGRAPH Conference, 2019: веб-сайт. URL: <http://www.interactive-graphics.de/index.php/research/research-physically-based-animation> (дата звернення: 26.01.2019)
3. Matthias-research Publications: веб-сайт. URL: <https://matthias-research.github.io/pages/publications/publications.html> (дата звернення: 26.01.2019)
4. Tutorials CGrecord: веб-сайт. URL: <https://tutorials.cgrecord.net/> (дата звернення: 26.01.2019)

Герасимова Дарія, 2М курс, ОМ факультет, ХДАДМ

ХУДОЖНИК І ГЛЯДАЧ В ПЕРФОРМАТИВНОМУ МИСТЕЦТВІ МАРИНИ АБРАМОВИЧ (НА ПРИКЛАДІ РОБОТИ «ГУБИ ТОМАСА»)

Перформанси сербської художниці М. Абрамович виокремлюють її з поміж інших митців-перформаторів не тільки першістю у часі (за М. Абрамович закріпилось реноме піонера («бабусі») перформансу). Її мистецтво – екзистенціальне дослідження психологічних, фізичних, емоційних й інших можливостей як власного «я», так і меж й характеру «руйнації – переродження» особистості «глядача». Присутність художника й глядача у полі екстремальної взаємодії, примушування останнього до певної (підсвідомої або свідомої) дії – константа перформансів М. Абрамович.

Глядачі перформантивної акції «Губи Томаса», вперше представлені у австрійській галереї Krinzingер (Інзбрук, 1975), не уникали провокацій з боку мисткині. Перформанс складався з того, що Абрамович з'їдала перед публікою кілограм меду, випивала літр червоного вина, розбивала пляшку, вирізала на своєму животі п'ятикутну зірку, а потім лягала на крижаній хрест. Перформанс був повторений з дещо зміненою структурою в інших художніх просторах (1993, 2005). Акт витривалості або «ритуального насильства» (Р. Голдберг), що виходив на рівень трансцендентного, метафізичного болю, залишався основою мистецтва М. Абрамович.

В перформансі «Губи Томаса» художниця примірювала на себе роль «жертвовного ягнати християнської і комуністичної ідеологій», глядач мав обрати позицію пасивного споглядальника (буквально «вуайериста») або стати активним співучасником. Дії перформаторки викликали захват і відразу, співчуття і жах, публіка страшилась і одночасно жадала видовища. Насильницькі дії над власним тілом (його мисткиня використовувала за основний художній матеріал), але більше – відсутність інструкцій (внаслідок чого – не розуміння правил цього ритуального дійства, етичних й ціннісних установок процесуального поля) електризувало емоції натовпу й

розбурхувало, порушувало відчуття рівноваги, спокою, комфорту, відстороненості тощо. Дійство тривало протягом годин, доки нарешті не переривалося одним або групою глядачів.

Отже, відтворювалась ситуація екзистенціального вибору: бездіяльності або прийняття рішення в супереч розуміння художньої умовності, акту мистецтва. Саме сартрівська «свобода вибору», «відповідальність за себе» корелювали мистецьку реальність. Зміна драматургії перформансу перетворювала публіку із споглядальників на співучасників – «свідомих акторів» художницького акту, які не інтерпретували створену М. Абрамович мистецьку реальність на інтелектуальному рівні, а пізнавали її чуттєвим, «невербалізованим» шляхом.

Список використаних джерел

1. Голдберг Р. Искусство перформанса от футуризма до наших дней. Москва : музей современного искусства «Гараж» и ООО «Ад Маргинем Пресс», 2019. 320 с.
2. Сартр Ж.-П. Картезианская свобода. Философско-литературный электронный журнал ЛОГОС. 1996. № 8. С.17 – 31. <https://www.ruthenia.ru/logos/number/1996-8.htm>
3. Фишер Э.-Л. Эстетика перформативности. Москва : Канон+, 2015. 376 с.

Голубова О. В. 4 курс, спец. «МД», ХДАДМ

Керівник: канд. мистецтвознавства, доцент Опалев М.Л.

СВІТОВИЙ ДОСВІД СОЦІАЛЬНИХ VR-ПРОЕКТІВ

Віртуальна реальність (VR) — це нова перспективна технологія. Вона поширена у сферах відео-ігор та кіномистецтва. Саме зараз тема віртуальної реальності розпочинає своє повноцінне існування, і в неї простежується безмежний потенціал. У VR створюються симуляції, про які раніше можна було мріяти лише у найсміливіших фантазіях. Проекти, що створюються у технологіях VR, направлені не тільки на розваги. Серед них є частина робіт, які переслідують соціальні цілі, зокрема боротьбу з дискримінацією та забобонами в суспільстві. *Віртуальна реальність* (англ. *Virtual Reality, VR*) — це аудіовізуальне моделювання об'єктів, середовища та ситуацій за допомогою комп'ютерних технологій, що створює у глядача враження реальної дійсності [1]. Для створення переконливого комплексу відчуттів комп'ютери синтезують зображення в реальному часі.

Прийнято вважати, що розвиток віртуальної реальності почався у 50-ті роки минулого століття, коли у 1961 році компанія “Philco Corporation” розробила перший шолом віртуальної реальності “Headsight” для військових цілей. **Батьком віртуальної реальності по праву вважається Мортон Хейліг, який у 1962 році запатентував перший у світі віртуальний симулятор під назвою «Сенсорам».** У 1966 р виробник гелікоптерів компанія “Bell Helicopter” почав розробку систем для управління нічними польотами з використанням інфрачервоних камер, встановлених поза кабіною, і приймачів, розташованих безпосередньо перед очима, на шоломі пілота. Через кілька років після Хейліга схожий пристрій представив професор Гарварда Айвен Сазерленд, який разом зі студентом Бобом Спрауллою створив «Дмоклів меч» — першу систему віртуальної реальності. У 80-ті роки компанія “VPL Research” розробила

більш сучасне обладнання для віртуальної реальності — окуляри “Eye Phone” і рукавичку “Data Glove”. Компанію створив талановитий винахідник Джарон Ланьє, саме він вигадав термін «віртуальна реальність». Він першим почав реалізовувати симулятори реального часу для хірургічних операцій і телехірургії, і стояв біля витоків впровадження візуального програмування. У 90-х були і інші цікаві відкриття, наприклад, австралійка Джулі Мартін поєднала віртуальну реальність з телебаченням. 1 серпня 2012 року маловідомий стартап “Oculus” запустив на платформі “Kickstarter” кампанію зі збору коштів на випуск шолома віртуальної реальності. Необхідні 250 тисяч доларів були зібрані вже за перші чотири години. Через три з половиною роки, 6 січня 2015 року, розпочався перший продаж шолома віртуальної реальності “Oculus Rift CV1”. Вся перша партія шоломів була розкуплена за 14 хвилин. Це стало символічним початком для VR-технологій і вибухового зростання інвестицій в цю галузь.

Віртуальна реальність має багато різновидів та типів, але при цьому продовжує еволюціонувати у нові, досі невідомі форми. Некомерційні організації віддають перевагу формату 360-градусного відео, як базового контенту VR. Користувачу при цьому не потрібно купувати додаткове обладнання. Відтворити ролик та керувати зображенням можна на комп’ютері чи смартфоні. Але прості і не дуже коштовні сучасні гарнітури дозволяють повністю зануритись у світ фільму [2]. Згідно з дослідженнями “Story Up”¹ від “Magnifyre”², користувачі частіше дивляться відео у новому форматі 360 до кінця. У VR-журналістиці 360-градусне відео, здатне забезпечити відчуття присутності. Глядач обирає куди дивитися, досліджує простір, та в якійсь мірі стає свідком того, що відбувається.

Віртуальна реальність має унікальну особливість. Вона дає можливість побачити проблему іншої людини власними очима та пережити її інакше, ніж після перегляду фото або відеоролику. Для неї навіть існує термін «машина переживань», що здатна викликати справжні емоції [3].

Одним із перших віртуальну реальність у галузі соціальних фільмів використав журнал “The New York Times” у 2015 році. Головний редактор видання Джейк Сільверштайн прийшов до висновку, що VR — кращий формат для того, щоб розповісти історію далекого або важкодоступного місця. Фільм “The Displaced | 360 VR Video | The New York Times”³, створений “The New York Times” та компанією “Within” розповідає про долю трьох дітей з різних країн але схожою долею. Діти із Південного Судана, Сирії та України, були вимушені покинути власну домівку через воєнні дії. Історія розкриває перед глядачем ці події та її наслідки. В ній не потрібна активна участь глядача, навпаки, пропонується спостерігати та слухати. Головні герої звертаються безпосередньо до глядача та розповідають власні історії. Занурення в дію відбувається завдяки відсутності на екрані рамок. У віртуальній реальності ця перешкода між глядачем та історією зникає. Персонаж вже не дивиться в

¹ “Story Up” — компанія по розробці VR, що наповнена на лікування психічних розладів. Її історія охоплює різні форми, від медитацій до функцій нейробіктурування.

² “Magnifyre” — діджитал-маркетинг агенство для малого і середнього бізнесу.

³ https://www.youtube.com/watch?v=ecavbpCuvkI&feature=emb_logo

камеру, він дивиться глядачу у очі. Це дуже потужний інструмент, що привертає увагу до глобальних проблем.

Один з найбільш дієвих прийомів у віртуальній реальності — дозволити глядачу відчувати себе головним героєм історії, подивитися на те, що відбувається власними очима. Наприклад ролик ООН “Clouds Over Sidra”⁴, в якому глядач відчуває себе 12-річною сирійською дівчинкою, яка живе в таборі для біженців. За рахунок сильного емоційного відгуку проєкт побив рекорди переглядів. Від початку листопаду 2015 р. він зібрав майже 380 тисяч переглядів у YouTube.

Після успіху цієї кампанії ООН запустила мобільний додаток з серією соціальних VR-роликів, які закликають замислитись про такі проблеми, як глобальне потепління, забруднення океану, нестачу чистої питної води, вирубування лісів. Креативний директор ООН Габо Арора вважає, що віртуальна реальність навряд чи найближчим часом стане звичною. «VR по-різному впливає на нас з наукової та біологічної точок зору, тому навряд чи можна сказати, що ми просто звикнемо до цього формату», — сказав Арора виданню “The Verge”⁵.

Панорамний фільм «Dnipro — outpost of Ukraine»⁶, на 95% створений з документальної хроніки. Фільм було представлено на пресс-конференції УНІАН кінопродюсеркою, волонтеркою Наталією Хазан та режисером, бійцем медичного фронту Євгенієм Татаренко. Фільм був присвячений військовим діям на сході України, та демонстрував буденність людей у тяжких умовах на фронті. В історії про створення фільму Наталя Хазан розповіла, що в 2017 році в Дніпрі був відкритий перший музей АТО в Україні, де був створений унікальний панорамний кінотеатр в форматі 360-градусного відео. На відкритті музею відбулася прем'єра фільму «Дніпро — форпост України». За словами волонтерки, фільм викликав чималий резонанс. Музей швидко став місцем проведення протокольних заходів, і на численні прохання іноземних делегацій була створена англійська версія «Dnipro — outpost of Ukraine», яка була представлена в 2018 році.

Віртуальна реальність дозволяє обмінятися тілами з реальною людиною і отримати парний досвід. Він базується на нейронаукових дослідженнях і заснований на способах створення ілюзорних почуттів за допомогою ілюзії повного володіння тілом іншої людини. Це система віртуальної реальності, яка використовує одразу кілька почуттів: до візуальної стимуляції підключається дотик і проприоцепція (фізичне відчуття положення власного тіла в просторі). Коли синхронізуються ваші рухи з рухами партнера, тоді мозок вірить, що ви помінялися тілами. Це реалізує система з двох VR-шоломів з відеокамерами, яка була протестована на низці Європейських виставок і фестивалів [4]. Проєкт “Gender Swap — Experiment with The Machine to Be Another”⁷ має унікальну форму та значення. У експерименті психологічні і фізіологічні

⁴ https://www.youtube.com/watch?v=mUosdCQsMkM&feature=emb_logo

⁵ “The Verge” — американський веб-сайт про комп'ютерну техніку, гаджети і стилі життя.

⁶ https://www.youtube.com/watch?v=L6Cj_XeEZok

⁷ <https://vimeo.com/84150219>

реакції учасників припускають, що вони можуть відчувати, що у них інше тіло. Також було відзначено, що наслідки цих втручань можуть бути втілені в реальному житті. Дослідження з використанням віртуальної реальності (VR) показали, що гра з точки зору супергероя може стимулювати альтруїстичне поведіння в реальному житті. Учасники з білою шкірою проявляли значне зменшення неявного етнічного упередження, побачивши себе в образі цифрового аватара з темною шкірою. Ці дослідження вказують на великий потенціал у використанні Втіленою Віртуальною Реальністю (EVR) для стимулювання соціальної поведінки і подолання між групових соціальних бар'єрів.

Проект “The Guardian”⁸, симулює перебування у в'язниці. У учасника проекту немає віртуального тіла, він має тільки фізичне відчуття власного. Також він частково контролює події поглядом. Симуляцію супроводжує аудіо-запис із справжньої в'язниці, що допомагає зануритися в історію. Цей проект — чудовий приклад того, як за допомогою одного тільки простору можна створити потужний досвід занурення.

Проект “Becoming Homeless”⁹ лабораторії “Virtual Human Interaction Lab” Стенфордського університету пропонує пережити інтерактивний досвід життя безпритульного. Дуже складно примірити ситуацію безпритульного на себе: опинитися на вулиці, без житла, піддатися цькуванню і агресії з боку оточуючих. Проект дозволяє пережити стрес від втрати будинку, ізоляції від суспільства, жорстокості, які глядач не тільки спостерігає, але відчуває на собі. Найчастіше на вулицю людей викидає низка невдалих подій, і “Becoming Homeless” розігрує саме цей сценарій.

Багато станів і захворювання зачіпають не тільки фізичні можливості тіла, але і когнітивні. Продемонструвати змінений стан свідомості — завдання ще більш складне, ніж показати інше тіло або оточення. Проект “A Walk Through Dementia”¹⁰ центру “Alzheimer’s Research UK” дозволяє відчути на собі симптоми деменції. Творці проекту хотіли розповісти про неї і пояснити, з якими труднощами зіштовхуються пацієнти щодня. У відео глядач проживає симптоми деменції: у супермаркеті, вдома і дорогою додому.

Якщо втілення в іншу людину буде недостатнім, можна звернутися до інших живих організмів. Звичайно, ми не можемо подивитися на світ очима гриба або рослини так що тут доведеться покласти на фантазію художників. Проект “In the Eyes of the Animal”¹¹ демонструє нам нічний ліс як його бачить тварина. У цьому проекті ми спостерігаємо, наскільки відрізняється світлової спектр нашого ока від зору комара, бабки, жаби і сови.

Проект “#AStreetDog’sLife”¹² — це один день з життя бездомного пса від індійської організації “World For All Animal Care & Adoptions”¹³. В ньому пред-

⁸ https://www.theguardian.com/technology/video/2016/apr/27/experience-solitary-confinement-6x9-virtual-reality-immersive-video?CMP=embed_video

⁹ https://store.steampowered.com/app/738100/Becoming_Homeless_A_Human_Experience/

¹⁰ https://www.youtube.com/watch?v=nW1Y3Fnv7Mw&feature=emb_log

¹¹ <https://vimeo.com/173597240>

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=GZGN3arSI1I>

¹³ “World For All Animal Care & Adoptions” займається захистом бездомних тварин в Мумбаї. Її активісти намагаються влаштувати долю безпритульних собак і передати їх новим власникам.

ставлена історія бездомної тварини. Рекламне агентство “Ogilvy” підготувало справжній шедевр, який жодного не залишить байдужим. Ролик демонструється «героем» — безпритульною собакою, на яку прикріплена відеокамера. Ідея проста, але якісне виконання і документальність короткометражки справляють сильне враження. «Один день з біографії вуличної собаки» тримає в напрузі до кінця.

А ось у проєкті “Tree VR”¹⁴ глядач прискорено проживає життя рослини від проростання насіння до дорослого дерева. Тіло перетворюється у стовбур, а кінцівки — у гілки. Для посилення ефекту під час офіційних демонстрацій фільму в повітрі розпорошують запах лісу.

Висновки. Зараз некомерційні організації використовують віртуальну реальність для того, щоб змінити ситуацію з політикою, екологією, ставленням людей до інвалідів, та людей з іншою зовнішністю. Завдяки глибокому зануренню VR-формат є ефективним інструментом для донесення інформації та почуттів. Проєкти про які йшла мова незвичайно важливі. В них закликається відкрити очі та замислитися, прислухатись, стати більш гуманним до навколишнього світу. Віртуальне реальність стає не тільки розвагою. Це важливий інструмент у боротьбі з тотальною несправедливістю, здатний змінити відношення людей один до одного.

Література:

1. Віртуальная реальность (VR) : веб-сайт. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/virtualnaja-realnost-vr> (дата звернення: 29.02.2020).
2. Віртуальная реальность в кино: аттракцион или искусство. Tvkinoradio: аттракцион или искусство : веб-сайт. URL: <https://tvkinoradio.ru/article/article12183-virtualnaya-realnost-v-kino-attrakcion-ili-iskusstvo> (дата звернення: 29.02.2020).
3. Войскунский А. Е., Меньшикова Г. Я. О применении систем виртуальной реальности в психологии. : веб-сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/o-primenenii-sistem-virtualnoy-realnosti-v-psiologii> (дата звернення: 29.02.2020).
4. Хазина А. Выйти из себя. 11 проєктов виртуальной реальности, которые помогут познать мир и понять других : веб-сайт. URL: <https://special.theoryandpractice.ru/vr-projects> (дата звернення: 29.02.2020).

Грива А. М. *IV курс каф. «Мультимедійний дизайн»*

Керівник канд. мистецтвознавства, доцент Опалев М.Л

СТИЛІСТИЧНІ НАПРЯМКИ АНІМАЦІЇ ДЛЯ ФЕШН-ІНДУСТРІЇ

Культура візуального контенту стрімко змінюється через розширення інформаційного простору, в якому ми живемо. Ринок поповнюється все новими різноманітними образами і способами прояву, диктуючи сучасні тенденції і течії. Наголос робиться на пошуку нестандартних, але в той же час оригінальних мов візуальної комунікації між користувачем і медіасферою. Розвиток рекламної індустрії диктує максимальне застосування цифрової анімації. Відповідно, основною метою та завданням дизайнера стає прагнення домогтися максимального ефекту саме засобами анімації. Ці тенденції можна спостерігати і в фешн-анімації [1]. «Модна реклама» — це

¹⁴ https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=ERffRXjTAqM&feature=emb_logo

просування модного бренду, такого як одяг, ювелірні вироби, взуття, гаманці, парфумерія та багато іншого з індустрії моди. Метою модної реклами є зв'язати потенційних клієнтів різних соціальних класів з конкретним брендом. Таким чином, позиціонування бренду може бути різним, тон реклами є широким [3].

Спектр використання фешн-анімацій різноманітний, він варіюється від звичайних презентацій до масштабних рекламних акцій, головне завдання яких — створити певний емоційний відгук і потрібний асоціативний ряд. Основною функцією фешн-анімації є досягнення потрібного сприйняття у глядача і залишення у нього певного емоційного враження [2]. Сприйняття — це процес, за допомогою якого покупці обирають, організовують і інтерпретують прості стимули в осмислену і послідовну картину, віддаючи при цьому перевагу тому чи іншому продукту, орієнтуючись на вже сформовані ярлики, або змінюючи їх, тим самим виявляючи мобільність своїх переваг, даючи можливість захопити себе новим образом. Завданням даної роботи є виділити ряд напрямків моушн-дизайну, які можна винористовувати в фешн-анімації.

Зараз велику популярність у сфері рекламної фешн-анімації набуває такий стилістичний напрямок, як колаж. Він уособлює собою анімоване суміщення будь-якого арту з діджитал-технологіями. Текстури, форми, колір і образ — це фундамент на якому будується вся складова демонстрованого контенту. Іноді роботи такого напрямку не можна віднести до конкретної категорії. Вони мають власну нішу в світі цифрового медіа-мистецтва, активно розширюючи свої межі. Колажна анімація виглядає не природньо, тому людське око реагує на такий контент, оскільки це щось нетипове і нереалістичне, це можна порівняти з сюрреалістичним арт-хаусом в категорії кіно, але, як суперечливо це не звучить, чим різноманітніша специфіка цього напрямку, тим більше потрібна конкретика, а точніше на яку цільову аудиторію є розрахунок.

Ролик “Collage animation: swim”¹ 2014 року дизайнера Чантала Кадуффа (Chantal Caduff) є яскравий представником колажної анімації, де присутній особливий стиль візуалізації. М'яка кольорова гама, приємні образи, вдале впровадження квіткових мотивів створюють приємні відчуття під час перегляду. Вода, як символ, простежується впродовж усього ролика, даючи підґрунтя для самостійного усвідомлення символічного ряду: квіти-вода-людина. Сюрреалістична, але водночас самобутня графіка — це вдала та відносно нова тенденція, яка демонструє стабільність на ринку, підтримуючи попит на конкретну стилістику. Різноманітність фактур, використання фотографій, текстурні маски, віддзеркалення — все це вдалі прийоми, які приваблюють та не плутають сприйняття. В разі чого вони можуть відійти на другий план, давши змогу розкритись основній програмі показу.

Трохи інакшою, але не менш цікавим виступає динамічна колажна анімація “Merge—the exit | motion graphics”² з нетривіальною ритмічністю та

¹ <https://vimeo.com/96862926>

² <https://vimeo.com/161753790>

енергійністю. Наявність сміливих кольорів та їх симбіоз з фактурами створюють дійсно неодноманітний спектр сприйняття. У ролику демонструються мотиви природних ландшафтів, які підкреслюють схожість із структурою будови організму людини, натякаючи на спорідненість усього на планеті, даючи зрозуміти, що людство — це один єдиний живий організм. Універсальність цього контенту уможливорює його неоднозначне трактування, що стає перевагою. Тут значною мірою простежуються мотиви мікро- та макрокосмосу, акцентується фрактальність форми та руху, концептуально натякаючи на те, що кожна несуттєва деталь є вирішальною, та займає своє місце у всесвіті. Неможливо не помітити акценти що до проблем екології, які розкриті у відео-ряді, проте вони не звужують спектр його використання в іншому трактуванні.

Жвава та концентрована мінімалістична анімація з тривимірними вставками “Triangle | Motion graphics”³ не призначена для фешн-показу, проте стилістично вона вдало вписується в цей сегмент, тож потенційно гідна бути продемонстрованою на модному заході. Динамічність змін планів та патернів, гра з фактурами, все це вдало скомбіновано та збудовано. Графічні елементи доповнюють одне одного у гармонійній композиції. Впродовж усієї анімації спостерігається мотив рівностороннього трикутника, а також спроба інтерпретувати цю форму з різних точок розуміння і сприйняття. Абстракція і конкретика вдало поєднані в одній роботі. Кольорова палітра вузька, грамотно складена і організована. Концепція автора зводиться до демонстрації універсальності форми і способу виявити асиміляцію її мотивів в навколишньому світі.

Аналогом фешн-анімації, насиченої всілякими цифровими ефектами є відеоролик “Etro man fashion show”⁴, який відкривав шоу мод “Etro Man” (осінь / зима 2017/18) спеціально для Міланського тижня моди. Концепція цієї колекції чоловічого одягу була натхненна міфами та легендами про гори по всьому світу, а також готовністю дотягнутись до чогось далекого, що знаходиться поза нашим поглядом. Центральне місце історії зайняв міф про Каяпо — це міф про воїнів, які зійшли на Землю з неба по мотузці. Зображення самої мотузки і дії навколо неї є початком ролику. Далі трапляється символічний перехід від одного виміру до іншого, де головного актора-мандрівника чекає новий, мрійливий світ. Після цієї трансформації зображений казкового гірський пейзаж, населений мирними, наполовину горилами, наполовину — людськими істотами. Сюрреалістичний тривимірний світ, завдяки ефектам, вражає своєю атмосферою. Зрозуміло, що значна увага була надана одягу дійових осіб, вишуканому та лаконічному. Також провідна роль у ролику відведена текстурам та освітленню. Зміна та акцент на окремих планах значною мірою посилює враження та сприяє зануренню у світ міфічної моди.

Своєрідний та концептуальний 3D-ролик “Dina Lynnik ss17 intro”⁵ був спеціально розроблений для показу української дизайнерки Діни Лінник.

3 <https://vimeo.com/243524635>

4 <https://vimeo.com/197882890>

5 <https://vimeo.com/190547753>

Лінії, форма та освітлення — головне знаряддя у донесенні стилістичного послуху композиції. Тут немає нічого зайвого, це певний перформанс, що має на меті підкреслити унікальність як анімаційної композиції, так і самої колекції одягу. Різкі зміни візуального навантаження, агресивні кольори і прості форми вдало поєднуються. Все це не викликає дисонансу, а навпаки дає спорідненість. Мінімалізм в цьому ролик доречний та необхідний, він вдало підкреслює силует жіночої фігури на задньому плані, хоча він не є головним у відео-ряді. Серед головного треба виділити освітлення, та акцентування його на конкретних формах.

Висновок. Напрямок анімацій може бути різноманітний за стилістикою та наповненням, що безумовно є привабливим для митців та потенційних замовників. Фешн-анімація на сьогодні — це перспективний та багатий на образи напрямок, який здатний дивувати та відкривати нові течії. Така анімація зазвичай відрізняється оригінальністю та сама диктує тренди, створюючи попит на даний жанр.

Література:

1. Катерина Попова. Fashion-анімація – новий тренд, о котром нужно знать : веб-сайт. URL: <https://fw-daily.com/fashion-animatsiya-noviyiy-trend-o-kotorom-nuzhno-znat/>
2. Elliot Dao. How The Fashion Advertising Promotes Fashion Brands? : веб-сайт. URL: <http://fashionchinaagency.com/fashion-advertising-promotes-fashion-brands/>
3. Mike Easey. Fashion Marketing : веб-сайт. URL: <http://htbiblio.yolasite.com/resources/Fashion%20Marketing.pdf>

Грицева К. Р., 2 курс, спец. Графіка, ХДАДМ

Наук. керівник: доц. ХДАДМ Більдер Н. Т.

КРИТИЧНА РОЛЬ ПОХМУРОГО МИСТЕЦТВА ЗА Т.АДОРНО

Кожен великий твір мистецтва — дзеркало судження, в цьому його сенс, це дає йому можливість виконувати своє призначення — допомагати людям розбиратися в гущі вражень, що обрушуються на них, з тим щоб знайти відповідь і зробити вибір. Негативне мистецтво, на думку німецького філософа Теодора Адорно, несе в собі правду, воно не приховує похмуру жорстоку реальність, а становиться інструментом її критики. Сьогодні в масовій культурі панує пусте, запаморочливе мистецтво, головна мета якого розважати людину, відсікати її від реального життя, часто воно слугує лише обкладинкою для реклами або знаряддям влади. Але культура розваг не може вивести нас на путь розвитку, людство потребує осмисленого та правдивого мистецтва, саме тому тема цієї роботи актуальна у наш час.

Мета даної роботи – огляд критичної ролі похмурого мистецтва через призму негативної естетики Теодора Адорно. Для реалізації зазначеної мети в роботі були поставлені наступні завдання:

- окреслити головні естетичні ідеї Адорно щодо похмурого мистецтва;
- описати критичне значення похмурого радикального мистецтва;
- зробити огляд альтернатив негативного мистецтва, та порівняти їх смислове навантаження.

Адорно вважає, що чорний колір говорить правду. Ця теза може об'єднати естетичну теорію Адорно, в якій чорний колір є її «ідеалом». Розділ, який він присвячує чорному кольору у своїй «Естетичній Теорії» узагальнює дух цієї роботи. Адорно похмурий мислитель як філософи, письменники і художники, що мали великий і глибокий вплив на нього: По, Бодлер, Ніцше, Кафка, Бекет або Іонеско. Негативна естетика досить точно уособлює те, що несе в собі трагічне сучасне мистецтво, яке Адорно називає «радикальним мистецтвом» [1, с.65].

Чорний колір говорить правду. Але в чому полягає його красномовство? Твори мистецтва – виняткові явища, «внутрішньою потребою яких є зовнішній прояв, самовираження», і в цьому сенсі Адорно порівнює їх з феєрверками та цирком. Як і перші, «спалахуючи, вони актуалізуються в образі, зображуючи певний зміст явища», проте вони «спалахують і тут же зникають» [1, с.125]. Бекет, відданий цирку, він використовує образ сцени коли «підіймає завісу, повну обіцянок», попри те, що він «має намір викоренити яскравість і строкатість цирку, він все ж вірний йому, бо розігрується на сцені, і глядачі знають, наскільки сильно образи його антигероїв натхненні мистецтвом клоунів і кінематографічним гротеском» [1, с.127]. Автори, які пригнічують «чарівність залаштунків», час очікування появи, підписують капітуляцію мистецтва.

На відміну від ідеалістичної інтерпретації, Адорно стверджує, що ні кольори, ні звуки не втрачаються в мистецтві, якби вони самі вже щось висловлювали [1, с.140]. Те, що описує Філософія чорного кольору, не замикається на поясненні самої себе, вона показує нам почорнілу реальність.

Замість того, щоб таїти мовчання, необхідно обговорювати зруйновану і пригнічену реальність. Більш того: похмуре мистецтво, як жива свідомість болю, тобто як істина справжнього, вже є порятунком, надією, утопією. Тільки ця істина в необробленому вигляді, яку висловлює радикальне мистецтво, може змінити свідомість людей [1, с. 360]. Кафка — це модель, якій слідує Адорно. Його метою було зруйнувати прокляття уречевлення суб'єкта, показавши у своїх роботах, що суб'єкт готовий на самовіддачу. Він не намагався вилікувати невроз безпосередньо, але, показуючи його, шукав у ньому рятівну силу. Страшна правда — це шлях до утопії; труднощі полягають у тому, щоб відкинути помилкові шрами для досягнення істини. І головна проблема — страх перед реальністю, її жахливою правдою.

Ми боїмося дисонансу, тому що він висловлює наш власний стан, пояснює Адорно, висловлює жах і страждання, і з цієї причини він є нестерпним для нас [1, с. 18]. Головна мета радикального мистецтва згідно з Адорно: служити роз'ясненням, «усвідомлено переконати світ, такий блискучий, у своїй темряві» [1, с. 24]. Подібне усвідомлення болю не є чимось інтелектуальним. Це досвід справжнього жаху, в який ми занурені і який намагаємось приховати «вогнями неону» культурної індустрії.

Похмуре мистецтво — це утопія в чорному, надія в чорному, чорна совість. Адорно писав, що «надія є в тих, хто невтішний» [1, с. 253]; в тих, хто відчуває біль, в тих, хто заперечує реальне. Адорно знайшов в Кафці й Бекеті цю форму утопії: в їх роботах відсутність будь-якої можливості втечі

від поточної ситуації, відсутність будь-якої надії, схоже, є останнім елементом, залишеним вільним людством. Переживання страху, відчаю, чорноти представляють утопію тільки тоді, коли вони сприймаються як заперечення того, що є, і обіцянку того, чого немає, а не як простий «кінцевий результат».

Критична роль мистецтва, на відміну від простої розваги, заснована на твердженні Адорно, що мистецтво має правдивий зміст. Для нього мистецтво, оскільки воно є продуктом суспільства, має діалектичний характер. Справжній зміст твору мистецтва «знаходиться в певному запереченні неправди». Радикальне сучасне мистецтво — це чорне мистецтво, тому що воно зображує почорнілу історичну реальність. Правда чорного кольору полягає не в самій собі, а в історичній реальності. Тоталітарна логіка панування, а разом з нею жах, несправедливість і відчай, схоже, заволоділи історичним життям. Ситуація потворна, похмура. Просвітлений критичний розум, далекий від волі, став знаряддям панування, скидаючи людство, яке нібито звільняється, в чорну темряву. Це і є «діалектика освіти»: процес необхідної метаморфози чистої ідеї у владі [1, с. 239].

На думку Адорно, основна небезпека полягає в тому, що соціальна система гомогенізує все і поглинає в себе, пригнічуючи те, що заперечує її. Система жажів не хоче, щоб її визнали як таку, і вона намагається приховати докази. Ключовим елементом критики є мистецтво, тому що мистецтво, пише Адорно, — це «світ вдруге» [1, с. 208]. Воно є місцем злочину, протилежністю сучасного буржуазного світу. «Другий світ» мистецтва представляє негативну критичну тенденцію щодо першого. Визначальною рисою естетики по Адорно є критика, вона являє собою опір і протест. Справжній твір мистецтва сам по собі є революцією, так що «консервативний твір мистецтва сам по собі є суперечністю» [1, с. 339]. Полемічний характер мистецтва обумовлений самою художньою природою. Його (критична) соціальна функція полягає в підтримці естетичної автономії, іманентної відмінності з реальним.

Але не все нинішнє мистецтво є критичним, таким, що чинить опір. Адорно відзначає, що є також мистецтво, яке «по-дитячому радується квітам» [1, с. 65], яке створює відчуття комфорту, запаморочливого сну в почорнілій емпіричній реальності за допомогою помилкової прикраси світу. Але тільки наївна людина, додає Адорно, може повірити в те, що знебарвлений і розчарований світ відновить свої кольори за допомогою мистецтва [1, с. 66].

Існує також мистецтво, яке слугує владі, воно втратило свій художній характер, свою критичну здатність [1, с. 32] і служить тій же меті: мовчати й стерилізувати біль. Ідеологічний характер цього мистецтва в максимальному ступені виражається культурною індустрією, яка є відтворенням у великому масштабі цього барвистого мистецтва, перетворюючи його в гігантський механізм панування: поки ми втішаємо себе за допомогою неправдивої краси мистецтва, ми приховуємо наявну реальність та залишаємо її такою, яка вона є. Перетворення мистецтва в об'єкт споживання культурною індустрією призводить до зведення його до чисто розважальної функції, що передбачає припинення його критичної й утопічної влади [1, с. 152].

Інше, похмуре і критичне мистецтво Кафки та Бекета, поки воно дає слово болю, є єдиною надією. На протипагу мистецтву, що розуміється як штучне прикрашання, воно здатне трансформувати негативне в позитивне, непримиренне в примиренне, хаос у порядок [1, с. 251]. На думку Адорно, серед жахливої поточної реальності, мистецтво може існувати, тільки коли стає рівним їй [1, с. 65]. Трагічне мистецтво є не просто віддзеркаленням, але по суті критикою, запереченням, утопією і надією.

Якщо система панування заліковує штучні рани, то опір і надія залежать від того, як сильно вони кровоточать. Чорне мистецтво стає для Адорно максимальним виходом до болю, абсурду і потворності сучасної реальності [1, с. 171]. Міметичний логос мистецтва полягає у відчуженні, в рівності з болем, в наданні слова, що змушує замовкнути панівне суспільство. Цей мімезис, останній притулок критики, слід розуміти більш глибоко, ніж зазвичай: не як «уявлення», а як «вираження». Твори мистецтва не зобов'язані підкорятися тезам або доктринам, в них на перше місце виступає форма. Але те, що говорить твір, завжди історико-соціальна правда. І це те, що Адорно знаходить у «Герніці» Пікассо, яка «в силу своєї негуманної конструкції знаходить такий образ, який переростає в різкий соціальний протест» [1, с. 343].

Радикальне мистецтво може бути тільки потворним і огидним, як реальність, яка засуджує його і веде діалог з ним. Це і є «реалізм», що лежить в основі творчості Кафки, Бекета або Ф. Бекона, не «позитивний» реалізм, який підтверджує те, що він є, а негативний, критичний. Мистецтво повинно перетворити виродків, злочинців і відкинутих в одну зі своїх тем, а не узагальнювати або пом'якшувати їх.

Похмуре мистецтво показує, що справжнє естетичне переживання може стати лише запереченням традиційних для нього цінностей, головним чином задоволення від прекрасного. Адорно засуджує задоволення, яке виникає від чистого ідеалізованого естетичного досвіду, і він вважає законним тільки естетичне задоволення, яке виходить від негативного тягаря мистецтва, і яке являє собою прогрес звільненого суспільства.

Підсумовуючи, зазначимо: похмуре мистецтво, на протипагу комерційним продуктам культурної індустрії, є вмістилищем правди, воно черпає матеріал з реального життя, не прикрашаючи й не згладжуючи її. Таке мистецтво, виконує важливу функцію критики, допомагаючи суспільству розвиватися і рухатися вперед, дивитися на світ незамиленим оком. Чітке розуміння різниці між «культурною індустрією» і осмисленим мистецтвом, як мені здається, може допомогти багатьом художникам не ступити на слизьку доріжку служіння чийось інтересам. Радикальне темне мистецтво — один із способів зберегти свою художню індивідуальність і наблизити свою творчість до вищого філософського рівня, ось чому естетичні ідеї Адорно можуть виявитися корисними для вивчення молодими діями мистецтва.

Література:

1. Адорно Теодор В. «Эстетическая теория» /пер.А.В. Дранова. М.: Республика. 2001. 527 с.

Грицева К. Р. 2 курс, спец. *Графіка, ХДАДМ*
 Керівник: доц. *Більдер Н.Т.*

ЕСТЕТИКА ТРАГІЧНОГО В МИСТЕЦТВІ ЕПОХИ РОМАНТИЗМУ

Трагізм життя каталізує піднесення трагічних тем в образотворчому мистецтві. На сьогодні, коли світ знов знаходиться у тривожному нестабільному стані і загроза війни плавно перетекла у всесвітню паніку, викликану пандемією тема «Естетика трагічного в мистецтві епохи Романтизму» може бути близькою, актуальною для сучасного художнього суспільства.

Розчарування в результатах французької революції й викликана нею невіра в суспільний прогрес у свій час породила характерну для романтизму світову скорботу. Тож у роботі ми розглянемо тему катастрофи, що вперше оформилася як самостійна художня проблематика саме в естетиці романтизму. До цього часу теми трагічної загибелі, мучеництва, стихійних лих не мали настільки явний епохальний характер.

Мета даної роботи – опис деяких рис та проявів категорії трагічного в образотворчому мистецтві епохи Романтизму. Для реалізації зазначеної мети в роботі були поставлені наступні завдання:

- окреслити витоки та причини поширення трагічних мотивів у мистецтві Романтизму;
- зазначити деяких митців, у творчості яких найбільш виразно були розкриті теми бідунання, руйнації, стихійних катаклізмів;
- описати деякі, найбільш характерні твори представників «школи катастроф».

Романтизм виник у передгрозівій обстановці соціальних бур і став результатом громадських розчарувань в можливостях раціонального перетворення суспільства на основі принципу свободи, рівності та братерства. Варіантом художньої концепції світу й особистості для романтиків стала система ідей: «зло і смерть не можна прибрати з життя, вони вічні й укладені в самому його механізмі, але вічною є і боротьба з ними; світова скорбота – це стан світу, що перетворився на стан духу» [1]. «Мораль щастя», затверджувалася філософією XVIII століття змінювалась апологією героїв, обділених життям, які, проте черпають у своєму нещасті натхнення. Романтики вважали, що історія і дух людини рухаються вперед через трагедії. У філософії романтизму трагічне переміщується в галузь суб'єктивних переживань, внутрішнього світу людини, перш за все художника, який протиставляється брехливості й фальшивості зовнішнього соціального світу.

Хоч негативні емоції та сумні події не завжди добре впливають на творчій процес, але часто вони роблять людину більш свідомою, надихають на глибокий аналіз навколишніх подій, екзистенціальний пошук. Саме тому трагічне становиться причиною генезису нових цікавих і виразних форм Романтичної творчості.

Початок XIX ст. важливий період розвитку теми катастрофи. Трагедії минулого трактуються в романтизмі як події, які мають безпосереднє відношення до сучасної людини. У цій філософсько-культурній ситуації

інтерес до античного минулого, а саме до двох римських міст — Помпеї й Геркулануму, які загинули під час виверження вулкана Везувій, набуває особливого значення. У тому чи іншому аспекті тема катастрофи присутня у творчості багатьох художників початку XIX в. Часто зустрічаються образи жертв корабельних аварій, природних або космічних катастроф, образи загибелі і страждання людства. Таке детерміністичне уявлення про трагедію має не тільки культурне але й наукове значення. Якщо модерні культурні діячі будуть наслідувати Романтиків у цьому сенсі, осмислювати творче зв'язок між подіями минулого і сучасністю, ймовірно мистецтво стане ключем до нового розуміння трагічного [3].

Творчість Т.Жеріко 1815-1816 рр. пронизана ідеєю «світової скорботи». Тема загибелі й боротьби людини з природними силами характерна для картин «Потоп» (1815-1816) і «Пліт Медузи» (1818-1819). У трагічному пейзажі «Потопу» панує дивне заціпеніння. Його простір здається настільки пустельним, що створюється враження безмовності, крижаного жаху і безсилля перед невідомою загибеллю людства. «Апокаліптична катастрофічність в картині «Пліт Медузи», як відомо, досягла такого масштабу і символічного узагальнення, що «налякала» сучасників» [2, с. 104]. Приводом для створення картини стала морська катастрофа, яка відбулася в липні 1816 року з пасажирами і членами команди фрегата «Медуза», що покинули корабель на плоту. Жеріко намагався максимально точно передати жах і трагічність цієї катастрофи: він відтворював події через вивчення документальних матеріалів, зустрічався зі свідками, учасниками драми, відвідував морги, роблячи замальовки мертвих тіл.

Теодор Жеріко є одним з найяскравіших представників епохи Романтизму: ніхто раніше не підходив з такою увагою до зображення смерті. Вміння обрати тему, яка буде цікавою для публіки, та висока художня майстерність, надбана завдяки постійній роботі з природою, зробили художника, хоч і не одразу, популярним у свій час та увіковічили його постать в історії мистецтва.

Символікою форми й кольору наповнена творчість ще одного великого живописця романтичного періоду — Е. Делакруа. На картині «Смерть Сарданапала» (1827), створеної під впливом Дж. Г. Байрона, «кульмінація напівлегендарної історії останнього царя Ассирії приймає в уяві художника ще більш катастрофічний характер» [4]. Дізнавшись, що вороги, які заволоділи столицею, вже підступають до палацу, Сарданапал наказує знищити все, що служило йому за життя. У Делакруа колообіг смерті і руйнування захльостує й переповнює простір полотна. Картина відображає психологічну трагедію покоління, драматичне світовідчуття, відгомони грандіозних і жорстоких катастроф, що втягують у свій потік маси людей, безсилим чинити їм опір.

Усвідомлення нестійкості світу, відчуття приреченості людини перед обличчям руйнівних стихійних сил Делакруа передає і в картинах з міфологічним сюжетом «Тура Данте» (1822), «Пекельне місто в полум'ї» (1822). П'ятнадцять років по тому Е. Делакруа створив картину «Вхід хрестоносців до Константинополя», яка втілила скорботу самого художника. Велич переможців і горе поневолених наочно висловили романтичну концепцію тотальної катастрофічності світу [3].

Головним елементом творчості Делакруа є висока емоційна напруга, що пронизала більшість його творів. Саме тому картини художника завжди викликали у публіки вирий захвату чи обурення. Делакруа реалізував головну мету кожного митця: бути поміченим, звернути погляд суспільства на себе.

У Дж.Тернера сюжети з міфології і давньої історії, біблійні сюжети страг єгипетських і Всесвітнього Потопу отримують своєрідне трактування («Десята кара Єгипетська» (1802), «Руйнування Содому» (1805), «П'ята кара Єгипетська» (1806), «Потоп» (1813)) [5]. Картини побудовані на контрастних образах світла і темряви, руху хмар, кипіння вод, зображують буяння стихій, урочистість могутніх сил природи, бурхливий, штормове море, його велич і згубну силу. Завдяки паралелі між зіткненням сил природи й драмами людської історії творчість Тернера знаходить нове символічне значення, близьке загальному настрою епохи.

Серед численних полотнищ англійської «школи катастроф», створених під впливом Дж. Тернера, найбільш відомі й значущі твори Дж. Мартіна. Живопису Дж. Мартіна властива іронія, що досягається за допомогою контрастів кольору та композиції. На тлі величезних просторів міст, обвитих полум'ям, зруйнованих будівель зображені крихітні фігурки людей, які марно намагаються врятуватися. «Серія картин Дж. Мартіна зображає мотиви, пов'язані з релігійними міркуваннями ХІХ ст., – Апокаліпсису, загибелі грішників в пекельному вогні, вічного часового виру» [5]. Роздум про кінець світу та небезпеки історичного розвитку, роблять твори Дж. Мартіна доволі новаторськими для свого часу. Здається, що художнику вдалося наблизитися до майбутнього, в його картинах сучасний глядач може побачити мотиви, що нагадують наслідки ядерного вибуху та космічні катастрофи.

Романтична філософія та естетика акцентують, що саме кінцівка людського життя надає йому сенс, прояснює основну сюжетіку прожитого, пов'язуючи початок і кінець в єдине ціле. Кінцівка історії людства і світу, остання людина, останній катаклізм, остання сповідь – ось загальне тематично-образне коло європейського романтизму.

Підсумовуючи все вище сказане, можна зробити наступні висновки: поширення трагічних мотивів у образотворчому мистецтві Романтизму не є випадковим, воно обумовлене суспільним розчаруванням в цивілізації, в соціальному, промисловому, політичному і науковому прогресі. Частіш за все митці епохи Романтизму надихалися подіями минулого або образами художньої літератури, але існує також багато прикладів творів, заснованих на подіях трагічної сучасності художників. Пограничні ситуації, катастрофи й сьогодні можуть бути цікавою темою для діячів культури: твори у яких розгортаються картини бідування, руйнації, катаклізмів пригортають до себе глядача, вони мають потужне емоційне забарвлення. Ми можемо багато чого винести з трагічного мистецтва епохи Романтизму, можливо цей досвід допоможе у розвитку сучасного мистецтва.

Література:

1. Боров, Ю.Б. Эстетика: Учебник/Ю.Б. Боров—М.: Высш. шк., 2002. — 511с.
2. Жерико о себе и современники о нем. М., 1962. С. 128.

3. Швец Т. П. Тема катастрофы в эстетике и живописи романтизма. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/tema-katastrofy-v-estetike-i-zhivopisi-romantizma>
4. Шлегель Фр. Эстетика. Философия. Критика: В 2 т. Т. 1. М., 1983. 447 с.
5. Dahl C. Bulwer-Lytton and the School of Catastrophe // Philological Quarterly. - 1953. - V. 32, Jova. - P. 428-442

Дрозд К. А., 4 курс, спеціалізація «Графічний дизайн», ХДАДМ
 Науковий керівник: Більдер Н. Т., доцент ХДАДМ

ТЕСТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ШРИФТУ ЯК ЕЛЕМЕНТУ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ

В умовах сучасного світу нарівні з персональними й корпоративними брендами безумовного значення набуло поняття «бренд території». Суперництво міст, регіонів і країн за ресурси перетворює їх із географічних одиниць у повноцінні товари, що мають свою цінність, властивості, вартість. Тому в території сформувалася потреба мати відмінну ідентичність і вміло про неї розповідати. Шрифт, як елемент територіального брендингу, на якому базується весь візуальний стиль, може виділити місто серед конкурентів. Бо, у даному випадку, шрифт виступає графічним зображенням голосу міста, демонструючи його самобутність та характер.

При розробці шрифту, як елементу територіального брендингу головним є орієнтованість на цільових споживачів та задоволення їх потреб, а саме: соціальних — приналежність до соціальної групи, досягнення престижу; естетичних; структурування простору та інформації для зниження ступеня невизначеності.

Для якісного проектування шрифту проведено дослідження міста, та виявлено основні характерні елементи. На основі отриманої інформації, ескізування проводилось за наступними етапами:

- розбір архітектурних елементів на векторні фігури; користуючись методом «конструктору» було зібрано 3 варіанти акцидентного шрифту;
- замальовки технічних шрифтів;
- замальовки графіті, виявлення характерних оригінальних пластичних рішень; на основі ескізів було зроблено трафаретні написи;
- пошуки форм та характеру майбутнього шрифту у двох варіантах: геометричному та пластичному;
- візуалізація ескізних шрифтів на мокапах.

Концепція — це цілісна система поглядів на проблему, що дозволяє знайти підхід до її вирішення. Це ядро проекту, яке відображає цінність дизайну. Тестування альтернативних концепцій необхідно для виявлення оптимального варіанту шрифту, який сподобається споживачам і буде відповідати їх потребам [1]. Під час роботи над проектом було сформульовано 3 альтернативні концепції:

1. Концепція фірмового шрифту як елементу брендингу території полягає в тому, щоб підкреслити ідентичність людей, які живуть в Харкові.

Геометричність — данина харківському конструктивізму як архітектурному стилю. Саме тому шрифт побудовано за принципом конструктора з модулів.

2. Шрифт зображує характер міста Харків, та підкреслює його самобутність, що здійснено шляхом переосмислення форм архітектурних об'єктів конструктивізму, технічних шрифтів, графіті та рукописних шрифтів на вулицях — з цих деталей і формується загальне уявлення про місто. Завдяки шрифтовим альтернативам легше контактувати з різними групами населення.

3. Харків — місто контрастів, де в абсолютній синергії співіснують різні менталітети. Тому шрифт ладен посилити цей контраст, який за правом можна вважати невід'ємною частиною образу міста. Контрастні форми літер відображають сучасність, енергію та амбіційний рух вперед. Акцидентність безумовно привертає увагу і не залишає нікого байдужим, надовго залишаючись у пам'яті.

Концепції шрифту для брендингу міста перевіряються за наступними критеріями: відповідність потребам споживачів; функціональність; впізнаваність; відповідність сучасним тенденціям; варіативність накреслень; асоціативна відповідність характеру міста; читабельність.

На зустрічі стосовно тестування дизайн-концепції необхідно мати декілька документів, які допомагають ефективно організувати робочий процес: презентацію, оціночна таблиця для кожного з експертів, короткий опис концепції з візуалізацією.

Під час тестування було використано груповий, неформалізований, аналітичний метод експертного аналізу [1,4]. Груповий метод надає надійну експертизу, але для проведення потрібні висококваліфіковані спеціалісти. Група експертів сформована зі студентів 4 курсу ГД. Для більш коректного аналізу обрано 20-бальну шкалу оцінювання. Отже зона середніх значень становить – 10 + балів. Інформація, отримана в процесі експертного опитування, не є готовою експертизою, надалі вона систематизується, якісно оцінюється та піддається аналізу, лише після цього її розглянуто як вирішення поставленого завдання. Опитавши групу експертів, було створено зведену таблицю з результатами аналізу аналогів. У зоні високих значень опинилась концепція під номером 2. Експерти оцінили цей варіант високими балами, тому було прийнято рішення обрати саме цей варіант концепції.

Отже, тестування альтернативних концепцій необхідно для виявлення оптимального варіанту шрифту, який відповідає естетичним, соціальним та практичним потребам споживачів. Для проведення аналізу потрібні критерії, за якими група експертів здійснює оцінку дизайну шрифту. Це надійний метод експертизи, оскільки отриманий результат формується на основі значень, представлених у зведеній таблиці.

Література:

1. Луптон Э. Графический дизайн: от идеи до воплощения/ Э. Луптон, 2012, — СПб, ПИТЕР, 184 с.
2. Свежая. С. Визуальная концепция в дизайн-процессе. Блог Medium, 2017. URL: <https://medium.com/@svezhaya/визуальная-концепция-в-дизайн-процессе-704f761429ff> (дата звернення 22.04.2020)
3. Тихомирівський А. Как шрифт влияет на конверсию? Типографика в UX дизайне. Telegraf. 2017. URL: <https://telegraf.design/tipografika-v-ux-dizajne/> (дата звернення: 22.04.2020)

4. Шишкова О. Тестирование визуального дизайна: узнаёт ли пользователь в ай-дентике сайта идею бренда. Блог VC.ru, 2018. URL: <https://vc.ru/design/43694-testirovanie-vizualnogo-dizayna-uznaet-li-polzovatel-v-aydentike-sayta-ideyu-brenda> (дата звернення 22.04.2020).

Дрозд К.А., 4 курс, «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. Сбітнєва Н.Ф.

AR ТЕХНОЛОГІЇ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Сучасний світ розвивається з неймовірною швидкістю, ще 20 років тому було складно уявити, що людство буде настільки залежати від технологій та інформації. Люди мають змогу купувати необхідні речі, отримувати освіту, сплачувати податки, проводити міжнародні конференції, і все це не виходячи з дому. Так як незамінним «товаришем» кожної людини є смартфон, вже важко уявити життя без цього дивайсу. У найближчому майбутньому він стане популярнішим за комп'ютери, тому ведуться активні розробки нових технологій саме на смартфон. Однією з таких технологій є «доповнена реальність», або AR (англ. augmented reality).

Перший прототип шолому доповненої реальності був розроблений гарвардським професором А. Сазерлендом у 1968 році; пристрій кріпився до стелі, був дуже важким і великим, через незручності подальшу розробку відклали на 20 років. Лише у 1990 році дослідник корпорації Boeing Т. Кодел зміг облегшити конструкцію і ввів термін «доповнена реальність» [1].

AR працює за принципом розпізнавання образів і відстежує маркери [2]. Швидкість і якість зчитування даних з маркеру може залежати від кольору. Тому потрібно запрограмувати контрастні точки. Маркерами можуть виступати як спеціально надруковані зображення, так і будь-які об'єкти. Наприклад, обкладинку журналу додаток розпізнає по простій формі з прямими кутами і за конкретним малюнком, і далі відслідковує її положення у просторі, визначаючи зміщення відносно фону. Спеціальні маркери працюють ще простіше. Припустимо, є потреба приміряти автомобілю нові диски. Для цього досить наклеїти на диски QR-мітки, і система автоматично зрозуміє, що саме в цих місцях слід вставляти зображення нових коліс.

Дизайн із доповненою реальністю збільшує цінність бренду. Прикладом може бути інтерактивна упаковка сімейної зубної пасти Lacalut, яка була розроблена сумісно з компанією «Augmented Reality BY». Для лінійки зубної пасти було розроблено персонажа, який демонструє корисність чищення, і що цей процес може бути веселим. Через те, що нове покоління стає більш діджиталізованим, AR може виконувати не тільки естетичну та розважальну функцію, а й освітню.

Як можна використовувати AR у фірмовому стилі, уявити досить легко. Зараз є тренд на мінімалізм у лого; великі корпорації відмовляються від знаків і використовують лише шрифт. Але що робити компаніям, які ще не так відомі? Зараз набувають популярності анімовані та 3D логотипи, це збігається з трендом на варіативні лого, прикладом якого є Google.

Швейцарська студія цифрового дизайну Milk Interactive AG створила додаток для всесвітнього фестивалю графічного дизайну Weltformat 2018, завдяки якому плакати змогли «ожити» [5]. Упродовж тижня по всій території міста Люцерн було проведено одинадцять виставок, додаток виконував функцію особистого гіда по всій території. Усі визначні пам'ятки й експонати зберігались на інтегрованій карті, яка містила всю інформацію про виставки.

Висновок. Отже, AR — це одна з найсучасніших технологій візуалізації інформації. Доповнена реальність надає безліч можливостей для покращення графічного дизайну: підвищення рівня засвоєння інформації за рахунок різноманітності й інтерактивності її візуального представлення; залучення нових користувачів, запуск нових продуктів або зміна існуючих; збільшення частоти використання продукту; підвищення впізнаваності бренду серед споживачів, поліпшення його сприйняття цільовою аудиторією і за її межами, побудова системи лояльності. На сьогодні AR тільки починає проникати у графічний дизайн, тому варто поміркувати над тим, що це — технологія майбутнього, і фахівці в галузі доповненої реальності будуть користуватись попитом і мати неабияку перевагу серед колег.

Література:

1. Кінг Б., Лайтман А., Рангасвами Дж. П., Ларк Е. Епоха доповненої реальності: Олімп-Бізнес, 2016. 528 с.
2. Папагіанніс Х. Доповнена реальність. Все, що ви хотіли дізнатися про технології майбутнього: ЕКСМО, 2018. 288 с.
3. Valentine A. 4 Things Every Augmented Reality Designer Should Know. Блог proto, 2018. URL: <https://blog.proto.io/4-things-every-augmented-reality-designer-should-know/>.
4. Will Augmented Reality Last in Design Once the Hype Passes. Блог Eye on Design, 2018. URL: <https://eyeondesign.aiga.org/the-designers-shaping-ars-present-and-future/>

Дудіна Ю.О., 4 курс, «Графічний дизайн», ХДАДМ

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. Сбітнєва Н.Ф.

ЕВОЛЮЦІЯ СПОЖИВЧОЇ УПАКОВКИ

Ми живемо в суспільстві рекламних щитів, онлайн-реклами і складного маркетингу продуктів. У наш час функції сучасної упаковки виходять за рамки захисту і збереження продуктів. Упаковка включає функції для спілкування, просування та продажу. Зараз це вважається нормою, але було потрібно більше 3000 років, щоб упаковка продукту перетворилася в ретельно розроблений артефакт, який об'єднує безліч торгових функцій у тонку плівку, обгорнуту навколо продуктів.

Індустрія пакування — це давня промисловість, яка існує з перших днів існування людини. За кілька тисячоліть до того, як суп Campbell став культовим, перші спроби покласти їжу в контейнери були запозичені з природи: гарбуз, листя і шматки колоди, все це було звичайним явищем. Близько 200 р. до н.е. у Китаї почали використовувати оброблену кору шовковиці для перевезення продуктів харчування. Еволюція паперу в кінцевому підсумку стала індустріальною, коли в 1867 році був розроблений процес вилучення целюлози з деревної маси [3].

У період виявлення руди і хімічних сполук були розроблені метали і кераміка, що сприяло винайденню інших форм упаковок. Підраховано, що скляна і дерев'яна тара використовується вже близько 5000 років. З цього раннього відкриття процес змішування та інгредієнти практично не змінилися, але технології формування значно покращилися. Типова сучасна машина для виробництва пляшок автоматично виробляє 20 000 пляшок в день.

У XX ст. пакувальні матеріали і дизайн упаковки злилися воедино. Контурна скляна пляшка Coca-Cola — це основа, бренд і дизайн упаковки в одному [2]. Те ж саме відноситься до культової упаковки продуктів харчування, як банка картопляних чіпсів Pringles і упаковка Tootsie Roll. Поява чистого целофану в 1960-х роках дозволила поколінню дітей побачити смачні печива OREO всередині. Стандартний пластик (ПЕТ) протягом десятиліть служить надійною упаковкою. Це портативне, недороге і легке пакування, яке піддається вторинній переробці. Але останнім часом тенденція на використання пластику сповільнилася, оскільки пластик є екологічно недружнім, тому що не всі пластмаси переробляються, і багато тонн потрапляють у навколишнє середовище, тому пошук функцій повторного використання триває [10]. У 2015 р. Coca-Cola випустила Plant Bottle, першу в світі пластикову пляшку з кукурудзи, придатну для вторинної переробки. Пляшка виглядає, функціонує і переробляється як пляшка ПЕТ і складається з 30% етанолу з рослинної сировини.

Сьогодні упаковка все більше переплітається з передовими технологіями, надаючи брендам і торговцям можливість використовувати серійну упаковку, матеріали на основі рослин для пляшок і бар'єрні технології для скорочення харчових відходів. Напр., до 2010 року дизайнери не мали альтернативи працювати з візуальними кодами на упаковці. Того року на ринку з'явився вдосконалений штрих-код Digimarc Barcode, який робить великі частини пакета доступними для сканування на телефони, роздрібні сканери та інші машини [1]. Сучасні штрих-коди — це не тільки нові канали для взаємодії зі споживачами, але й способи зробити ланцюжок поставок більш розумним, отримуючи доступ до даних та історії виробництва в реальному часі. Управління з санітарного нагляду за якістю харчових продуктів і медикаментів США (FDA) повідомляє, що в 2017 р. було відкликано більше 20 мільйонів фунтів харчових продуктів. Виробники продуктів харчування можуть потенційно ідентифікувати проблемні продукти та їх місцезнаходження. Серіалізація привласнює кожному продукту унікальний серійний номер через штрих-код, і це є обов'язковою умовою.

Також однією із сучасних тенденцій є доповнена реальність. Віскі Shackleton пропонує своїм клієнтам подвійне частування: той, хто отсканує кнопку подарункової коробки Shackleton зі своїм додатком для смартфона, негайно повернеться в 1907 рік і ознайомиться з британською антарктичною експедицією першовідкривача сера Ернеста Шеклтона в 3D. AR і упаковка тепер є новітнім ігровим полем для підвищення взаємодії бренду і його лояльності в магазині, а також в період після покупки.

Упаковка більше не є контейнером або навіть комунікатором бренду, це цифровий об'єкт, пов'язаний з інтелектуальними технологіями, які «спілкуються» й обмінюються даними, часто в режимі реального часу. Майбутнє сьогодні [10].

Висновок. Упаковка змінилася від контейнерів, наданих природою, до використання складних матеріалів і процесів. Цьому зростанню сприяли потреби людей, конкуренція на ринку, зміна способу життя, а також відкриття й винаходи. Промислова революція породила раптовий попит на більш якісну продукцію, торгівля процвітала, і споживачам стало доступно більше товарів. Зростання цифрових технологій у другій половині ХХ ст. дозволило підприємствам швидко розширюватися і ставати глобальними. Упаковка стала невід'ємною частиною бізнесу, вона також вважається загрозою для навколишнього середовища. І тому багато досліджень тривають не тільки для пошуку нових матеріалів, але й для пошуку оптимальних і стійких рішень. З моменту народження штрих-кодів технології постійно тестувалися, щоб внести зміни в торгівлю. Із зростаючим поняттям «Internet of things» у поєднанні з досягненнями в доповненій реальності, ми знаходимося на переломному етапі, коли чудові цифрові враження позиціонують упаковку продукту як емоційну точку продажу.

Для створення пакування майбутнього будуть потрібні різні сили, але дуже важливим фактором завжди буде вибір споживача. В кінцевому рахунку, виробляється тільки та упаковка, яка потрібна нашому суспільству.

Література:

1. Історія появи штрих-коду. URL: <http://cash.ru/index.php/istoriya-poyavleniya-shtrih-koda.html>.
2. 100 років в одній пляшці: Історія появи фірмової упаковки Coca-Cola. 2015. URL: <https://www.coca-colarusia.ru/stories/100-years-anniversary-of-the-cocacola-contour-bottle>.
3. Хронологія розвитку упаковки. Музей упаковки. 2018. URL: <http://museumpack.ru/ru/>.
4. Kenneth R. Berger. A Brief History of Packaging1. URL: <https://ufdc.ufl.edu/IR00001524/00001>.

Ємець О.М. IV курс каф. «Мультимедійний дизайн» ХДАДМ
Керівник канд. мистецтвознавства, доцент Опалев М.Л.

ШВИДКІСНІ ВІДНОШЕННЯ ЯК ЗАСІБ АНІМАЦІЇ В МОУШН-ДИЗАЙНІ

Головною метою роботи є дослідження та опис головних характеристик і особливостей швидкісних відношень в анімаційних рішеннях моушн-дизайну. Встановлення правильного балансу статичного і динамічного ряду напевно є одним із найважливіших завдань у створенні анімаційного ролику. Керування часовими відношеннями є надзвичайно важливим в моушн-дизайні, оскільки вони описують не лише швидкість самої дії, а й додають певного характеру персонажам та загальному настрою анімації [1]. Нами проаналізовано низка анімаційних роликів, переважно творчої авторської та рекламної спрямованості.

Увагу глядача завжди привертає динамічна дія. На цьому ґрунті й зародився такий напрямок дизайну, як *моушн-дизайн* — вид проектно-художньої діяльності, спрямований на створення аудіовізуальної продукції за допомогою засобів дизайну, аудіо та комп'ютерної анімації, де синхронізація форми й змісту зумовлена рухом, з яким пов'язані всі художньо-естетичні характеристики [2]. Інше визначення моушн-дизайну, що вживається дизайнерами-

практиками — це фрагменти анімації або цифрові кадри, які створюють ілюзію руху або обертання, і зазвичай поєднуються зі звуком для використання в мультимедійних проектах [3]. Цей напрямок анімаційного дизайну поєднує у собі як статичні, так і динамічні композиції. Динаміка — це організація площини, об'єму чи простору та інших засобів виразності, де зображено цілеспрямований рух, емоційне чи фізичне напруження, силу. На противагу, статика характеризується організацією площини, де зображено нерухомість, відчуття спокою [4]. У природі предмети рухаються під впливом на них зовнішніх сил. Таким чином, в анімації рух сам по собі має другорядне значення, головним є те, що служить прихованою причиною руху. Тобто в об'єктів анімації рухи повинні узгоджуватися з законами фізики, також при переході з одного стану в інший об'єкт переймає властивості попереднього. Така заміна в кадрі буде виглядати органічно, коли зберігається швидкість об'єкта, який заміщується [5].

Яскравим прикладом балансу між статикою та динамікою є реклама для компанії “Nike” від студії “ManvsMachine”¹. Як зазначають автори, ідейна складова їх роботи — це метафоричне дослідження повітря та негативного простору, який він займає. Негативним простором є силует кросівка, у якому відбувається заповнення простору грою матеріалів і текстур. Композиції ролику мають у більшості статичний характер, але елементи, що оточують об'єкт, знаходяться у динаміці, тим самим створюючи візуальну рівновагу. Кадри силуету доповнюють великою кількістю різних матеріалів, що також додає динамічності. Також велике значення у швидкісних відношеннях даної роботи грає динамічний монтаж сцен.

Ще одним цікавим прикладом динамічної анімації є робота Сеоро О (Seoro Oh) “(OO)”². В цій анімації автор відобразив неприємні почуття, які можуть відчувати люди через знайомі образи та символи. Плани в кадрі змінюються дуже швидко, проте це виглядає органічно, оскільки при переході з одного стану в інший кожен об'єкт переймає якості попереднього, його швидкість, енергію та рухи. Тобто, коли зміна проходить у фокусі глядача, збереження швидкості попереднього об'єкта відновлює рівновагу та робить зміну сцени менш помітною та різкою.

На відмінну від двох оглянутих вище робіт, анімація “Magnitude Rituals” автора Х'юн Лі (Hyun Lee), є прикладом динаміки у статиці³. Композиційно у ролику кадр поділений навпіл і в ньому протиставляються класичні традиційні картини з сучасними схемами та графіками. Ці частини візуально і за стилем дуже різні, проте їх об'єднує тема землетрусів у Кореї. Зв'язок між двома фрагментами екрану підкреслюється тотожною швидкістю та напрямком у анімації цих частин. Рухи анімованих об'єктів ніби доповнюють один одного, тим самим створюючи зв'язок між минулим та теперішнім.

Дуже яскраво статика в анімації передана в роботі Софі Лі (Sofie Lee) “Dream”⁴ яка описує втрату людиною зв'язку з реальністю через зосеред-

¹ Nike “AM17” (2017 p.). URL: <https://vimeo.com/199982092>

² Seoro Oh “(OO)” (2019 p.). URL: <https://vimeo.com/348472543>

³ Hyun Lee “Magnitude Rituals”. (2017 p.). URL: <https://vimeo.com/203983112>

⁴ Sofie Lee “Dream” (2019 p.). URL: <https://vimeo.com/325355987>

ження на своїх снах, мріях та ігнорування навколишнього світу, втечі від буденних проблем у світ вигаданого. Плавність та монотонність рухів створює враження невагомості, ефемерності. Нехарактерні фізичні властивості об'єктів анімації, їх рухи надають відчуття нереальності того, що відбувається. Певної динаміки анімаційному ряду надають переходи окремих композицій. Тож рух об'єктів та їх динаміка підкреслює ідею самого анімаційного ролику.

Також влучною ілюстрацією швидкісних відношень є робота “Ditch” студії “Petrick” (створеної для групи WWF® та Ivan Dorn)⁵, присвячена вимираючим видам пташок. Цей ролик складається з 9 коротких історій, які відображають сучасні відношення людей і природи, та людський вплив на оточуюче середовище. Динаміка візуального ряду досягається зміною стилю анімації в кожній окремій історії. Переходи між такими різними за технікою історіями здійснюються через схожість окремих елементів. Різноманітність історій також показується через різну частоту кадрів, та зміну їх співвідношення. Таким чином, тема оповіді розкривається певними швидкісними відношеннями.

У музичному кліпі, створеному художником Джоном Еммоні (Jon Emmony) на пісню “I Like America & America Likes Me”⁶ британської групи “The 1975”, яскраво представлені динамічні відношення. Ролик вирізняється своєю стилістикою поміж інших, йому притаманна деструктивність та колажність зображуваних елементів з поєднанням абстрактної 3D-графіки. Ця стилістика, а також переповненість композицій зайвими елементами передає естетику соціальних мереж. Ключову роль в смислового навантаження виконує динаміка шрифтової анімації, яка контрастує з рухом елементів заднього плану. У кадрі використовується масштабування тексту, морфінг, додання акцентного жовтого кольору, глітч-ефект. Певної динаміки також додає швидкий монтаж різних численних елементів графіки.

Наступним яскравим прикладом швидкісних відношень можна вважати музичний кліп аніматорів Алексіс Бомонта (Alexis Beaumont) та Ремі Годіна (Remi Godin) на пісню “Let’s Go”⁷ групи “Stuck In The Sound”. Ролик ілюструє життєвий шлях головного героя від самотнього хлопчика до успішного астронавта. Ця поступовість різко змінюється, коли раптово вибухає Земля, та чоловік залишається сам у космосі. Цікавою деталлю стилістики фільму є поєднання класичної анімації з фотографіями реальних об'єктів, що надає деяку реалістичність історії. Умовно ролик можна поділити на дві частини. У першій головний герой знаходиться у центрі композицій, усе рухається навколо нього, у другій — головний герой сам переходить до динаміки та нарешті починає взаємодіяти з навколишнім середовищем. Цей різкий перехід підтримує темп музичної композиції, він надає динаміки візуальному наративу кліпу. Також швидкісні відношення підтримує монтаж через схожий

⁵ Petrick “WWF® x Ivan Dorn — “Ditch” (2019p.). URL: <https://vimeo.com/365458757>

⁶ Jon Emmony, *The 1975* — “I Like America & America Likes Me” (2019p.). URL: <https://vimeo.com/372886046>

⁷ *Stuck In The Sound* “Let’s Go” (2014p.). URL: <https://vimeo.com/98834881>

елемент, в даному випадку це силует головного героя. Ще одним прийомом для підтримання уваги глядача є гіперболізація міміки та рухів персонажа.

Також цікавим в контексті нашої теми є музичний кліп художників Бекі Слоан (Becky Sloan) та Джозефа Пеллінга (Joseph Pelling) на композицію “Feels Like We Only Go Backwards”⁸ австралійської групи “Tame Impala”. Фільм складається з понад 1000 окремих пластилінових колажів, які зроблені вручну. Композиції створені окремо і з’єднуються між собою за допомогою силуета людини. Ця техніка утворює безкінечний тунель, який притягує увагу глядача до екрану, та підкреслює розмірений темп композиції. Геометричні композиції змінюються більш абстрактними, що у свою чергу створює певну динаміку ролику.

Швидкісні відношення яскраво розкриваються у ролику “Igneous”⁹ аніматорів Данієля Савіджа (Daniel Savage) та Йон Су Лі (Yoon Su Lee). Автори зазначають, що ролик передає відчуття емоційного тягарю від несподіваної втрати батьків. Візуально це зображується як нескінченний потік пейзажів, які головний герой спостерігає під час поїздки. Ритм, кольори та музика нагнітають атмосферу тривоги. Динаміка твору обумовлена рухом камери, плавність передається через зміну рельєфу природи, гори змінюють розмір, складаються у ритмічні композиції, які потім формують силуети обличчя людей. У другій половині ролику ці композиції займають менший простір екрану, переводячи увагу глядача в центр кадру.

Висновки:

Динамічні та статичні відношення є надзвичайно важливим елементом художньої виразності у моушн-дизайні. Композиційне та швидкісне рішення є невід’ємною частиною будь-якого експериментального або рекламного ролику. Вони формують образ, настрій роботи, задають ритм. Володіння швидкісними відношеннями формують не лише певну стилістику анімації, вони також мають вплив на концептуальну складову роботи. Вони впливають на характер персонажу, його оточення та настрої всього ролику. Розуміння цих відношень зможе допомогти яскравіше реалізувати авторську ідею, точніше донести необхідну інформацію до глядача.

Література:

1. Character Animation Fundamentals: Timing and Spacing: веб-сайт. URL: www.pluralsight.com (дата звернення: 20.10.2019).
2. Мурашко М. В. Проектно-художній інструментарій моушн-дизайну (на прикладі рекламного ролика) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства : 17.00.07. Харків. 2017. 20 с.
3. Michael Betancourt. The History of Motion Graphics. USA: Wildside Press, 2013. 316 pages.
4. Словник мультимедійних термінів / ред. М.Л.Опалев, у друку.
5. Уайтекер Г., Халас Д. Тайминг в анімації. Москва : Магазин искусства, 2001. 140 с.
6. Соколов А. Г. Монтаж: телевидение, кино, видео, Москва : Издательство «625», 2001. 207 с.

⁸ TAME IMPALA “Feels Like We Only Go Backwards” (2012p.). URL: <https://vimeo.com/53520224>

⁹ Something Savage “Igneous” (2020p.). URL: <https://vimeo.com/390759286>

Isaeva Diana, 3-rd year, Fine Arts faculty

Scientific revisor: Associate professor, Ph.D. Petukhova O.I.

PROBLEMS OF CLEANING PAINTINGS IN RESTORATION

The topic we would like to talk about in this article is the methods and problems of cleaning oil paintings from pollution. Firstly, it is necessary to say that the restoration and preservation of oil painting is the complex work, which includes a wide range of methods that solve numerous problems. Taking care of pictures is quite complicated and requires caution. It should be noted that the image loses its appearance not only due to accumulated dirt, but also because aging itself can change the materials that the image is made of. Over time, even good varnish turns yellow, darkens and distorts the original colors. The author's color is violated.

Based on our experience, we can state that surface cleaning is one of the most common, interesting and at the same time complex process of artistic restoration. It is used for almost any picture. Cleaning requires the skills of restorers who have many years of experience and practice. A person without experience can easily damage the picture even with the most careful cleaning attempts. Cleaning and removing of varnish are skills that require deep knowledge of art history and antiques, chemistry and materials science. Improper cleaning can result in a loss of aesthetics and affect the monetary value of the painting.

The removal of contaminants from the surface of the varnish coating, less often from the surface of the paint layer, is carried out using aqueous emulsions. They are prepared from powders and emulsions of detergents, solid soaps, alcohols and other organic solvents. Water is the easiest way to clean. But it should be treated very consciously. In order to clean the picture of dust, it will be enough ordinary, slightly heated water. In this case, the cleaning should be carried out quickly, and after completion, wipe the canvas with a cloth. Do not use fleece brushes for this purpose, as they can scratch the colorful surface, and, in addition, these objects do not collect dust, but scatter it in the air. Serious damage to the painting can be done if the paint layer is wiped with a damp cloth or dust is removed with a vacuum cleaner. If the oil painting on the canvas has cracks, water cannot be used. The interaction of water and solvents with many components of the picture must be well known. For example, improper cleaning can weaken the adhesion of the soil layer to the support, which will lead to peeling paint immediately or later. Excess water can change the size of the fabric layer due to swelling and shrinkage of the fibers. This movement of the fiber can stretch the paint on top and cause it to peel off. Water can wash some water-sensitive additives in acrylics and dyes. Antibiotics can also be added to the composition if mold is present.

Cleaning the surface will remove dirt only on top of the varnish coat. And then they remove the old varnish. Various materials are used to remove the varnish. A typical cleaning composition is prepared by combining two parts of purified wine alcohol with one part of turpentine oil; other oils: lavender, rosemary, mixed separately in the same proportion with alcohol, give the same results. Cotton swabs are always used because they provide thorough, safe and even clean. In paintings with a pronounced texture of the paint layer, very small tampons are often used.

In conclusion it is important to state that surface cleaning can be of great importance in painting. He can detect hidden details; restore color and brightness of colors. We would like to add that the technique and technology of cleaning are constantly being improved. This is why it is so important to get information about this part of the process.

References:

1. https://www.si.edu/mci/english/learn_more/taking_care/painting_clean.html
2. <https://www.naturalpigments.com/artist-materials/cleaning-oil-paintings/>
3. Carr, Damson W. and Leonard, Mark, looking at Paintings: a Guide to Technical Terms, Malibu, CA: The John Paul Get Museum, 1992.

Кагал І., 4 курс, спец. «ТІМ» ХДАДМ

Наук. керів. проф. Т. В. Павлова

ОСОБЛИВОСТІ ЖІНОЧОГО ПОРТРЕТУ А. МОДІЛЬЯНІ В КОНТЕКСТІ ПАРИЗЬКОЇ ШКОЛИ

Ключові слова: жіночий портрет, творчість Амедео Модільяні, паризька школа.

Актуальність обраної теми полягає в тому що, вперше проводиться комплексний розгляд жіночого портрету Амедео Модільяні, виявлення особливостей його творчої художньої манери в контексті паризької школи. Необхідність проведення дослідження, спеціально присвяченого жіночому портрету Модільяні, зумовлена недостатнім розкриттям особливостей його творчості в контексті паризької школи.

Об'єктом дослідження є творчість Амедео Модільяні в контексті паризької школи.

Предметом дослідження є жіночий портрет Амедео Модільяні в контексті паризької школи, виявлення композиційних особливостей, аналіз ряду композиційних художніх прийомів і засобів для забезпечення гармонійного зв'язку, сприйняття робіт та досягнення їх найбільшої художньої виразності.

Метою роботи є встановлення унікальності жіночих портретів А.Модільяні в контексті особливостей паризької школи. Аналізуються особливості творчої манери Модільяні і виявляються як його специфічні риси в порівнянні з мистецтвом художників паризької школи, і їх вплив на складання його індивідуального стилю.

Для досягнення мети були поставлені наступні завдання:

- виявити джерельну базу, що стосується паризького мистецтва в кінці XIX-першої половини XX ст;
- розглянути термін «паризька школа» та виявити тенденції розвитку жіночого портрету;
- дослідити становлення митця, виявити чинники що вплинули на вибір творчого шляху та обрання власного стилю;
- проаналізувати та виявити особливості жіночих портретів А.Модільяні;

Методами дослідження для розв'язання поставлених завдань є: теоретичний аналіз наукових літературних джерел, дослідження, узагальнення, порівняння та конкретизація.

Загальну інформацію про Амедео Модільяні було отримано з видання К.Парізо «Модільяні»¹. З метою виявлення особливостей історико-культурних процесів та розвитку мистецтва Парижу тих часів була розглянута книга Жан-Поль Креспеля «Повсякденне життя Монпарнасу у велику епоху 1905-1930»².

Література:

1. Парізо К. Модільяні. М.: Текст, 2008.
2. Креспель Ж.-П. Повседневная жизнь Монпарнасса в великую эпоху 1905-1930. М.: Молодая гвардия, 2000.
3. Виленкин В. Я. Амедео Модильяни. М.: Искусство, 1970.
4. Герман М. Парижская школа. М.: Слово, 2003.

Козловський М., 3 курс, спец. ГД, ХДАДМ

Керівник: доц. каф. ГД, канд. мист. Литвинюк Л.К.

ДИКУНИ, ДЕКАДЕНТИ ТА ХУЛІГАНИ УКРАЇНСЬКОГО АВАНГАРДУ.

Український авангард — течія в модерному мистецтві 1910—1930 років, сформована в процесі синтезу європейського модернізму з традиціями народного мистецтва. Термін «український авангард» як офіційний у 1980 році зазначила паризький мистецтвознавець Валентина Маркаде [2].

Нова течія — Авангард, для України дореволюційних часів носила достатньо радикальний, та водночас феноменальний, інноваційний та сатиричний характер. Течія яскраво відзеркалювала дух часу, його новаторство та специфічну народну рефлексивність. Симбіоз цих аспектів став «дикістю» та експериментальною провокацією для критиків та культури. Однак на нашу думку, саме український авангард був квітком свіжого повітря серед класичного мистецтва України. Давід Бурлюк казав: «Коля я малюю, мені здається, що я дикун, який тре сук однієї барви об другий, щоб отримати кольоровий ефект. Ефект палахкотіння...» [3]. І справді, головними аспектами, котрі відрізняла український авангард була народність — кольорові співвідношення, орнаментальних мотивів, емоційне забарвлення народного мистецтва.

Основоположниками українського художнього авангарду були Олександра Екстер, Давид та Володимир Бурлюки, Казимир Малевич, Володимир Татлін та інші художники-бунтарі. Вони не мали уявлення про тогочасні європейські тенденції в живописі, але й безпосередньо впливали на них. Серед визначних художніх подій початку 20 століття слід відзначити скандальну виставку «Ланка», що пройшла у Києві 1908 року. Кураторкою події була Олександра Екстер. Чимало зусиль було покладено, щоб зібрати та презентувати експозицію широкому загалу, проте «Ланка» була щент розгромлена критиками як виставка «живописців-бездарів». Можна припустити, що саме ці висловлювання критиків розпалили іскру декадентів авангарду, адже вже та наступного року, у грудні 1909, в Одесі відкрився перший авангардний «Салон» — точніше, «Інтернаціональна виставка картин, скульптури, гравюр і малюнків». Організатором виставки був 27-річний скульптор Володимир Іздебський. Однак і на цей раз рецензії щодо експозиції були

неоднозначні. Видатний живописець Ілля Рєпін написав про виставку: «Тут вас очікує ціле пекло цинізму західних бездарів, — хуліганів, саврасів без вуздечки, що на повній свободі викидають курбети фарбами на полотні (...) Декадентом навмисне може бути лише бездарний хам чи психічно хворий суб'єкт» [4]. Проте такі неоднозначні висловлювання у сторону «хворих суб'єктів» стали безкоштовним піаром. Успіх був беззаперечний. Згодом був відкритий другий «Салон», та відкривається організована виставка «Кільце» на Хрещатику.

Звертаючись до архаїки, митці авангарду маніфестували розрив з класичним мистецтвом та його естетичними нормами. Свій погляд вони спрямовували на у бік явищ, яких не розуміло та не бачило традиційне мистецтво. Тому авангард ірраціональний і водночас докорінно раціоналістичний, а його головним важелем, як вважає сучасний український дослідник В. Турчин, є концентрація ідей [1], які на початку ХХ ст. були утопічними. Культурне життя 1908-1914 років доводить, що українські авангардисти, попри неоднозначні відгуки, поклали новий фундамент для майбутнього розвитку українського мистецтва. Авангард став символом вільної творчості.

Літературні джерела

1. Турчин В. С. По лабиринтам авангарда. – М. : Изд-во МГУ, 1993. — 248 с.
2. Марко Роберт Стех: Більшість напрямів буцімто російського авангарду створили митці-українці. - Інтернет ресурс. Режим доступу: <https://zik.ua/news> (дата звернення - 16.04.20)
3. Український Авангард. Інтернет ресурс – Режим доступу: <http://avantgarde.org.ua> (дата звернення - 10.04.20)
4. Авангардні виставки в дореволюційній Україні - Інтернет ресурс. Режим доступу: <https://amnesia.in.ua> (дата звернення - 13.04.20)

Косиченко Д., 2 курс спеціальності КГД, ХДАДМ

Науковий керівник: ст. викладач каф. АВМ Шауліс К. К.

ПРОЕКТ «PARADISE DAY» 3 ТОЧКИ ЗОРУ ВИВЧЕННЯ ПРИНЦИПІВ ВИСТАВКОВОЇ СПРАВИ

У сучасній галерейній діяльності презентація проекту та її аспекти грають найважливішу роль, бо саме це є візуальним, наочним продуктом праці кураторів у напрямку виставкової справи.

Мета: вивчення особливостей сучасної галерейної діяльності.

Мистецька галерея - вагома форма репрезентації сучасного художнього життя та культури, важливий стимул розвитку естетичного виховання суспільства [3].

Харківський художник Сергій Якименко – один з небагатьох українських авторів, який працює в жанрі коміксу, вдаючись до дослідження знакових елементів поп-культури [2]. Його персональний мультимедійний проект «Paradise Day» підсумовує творчу діяльність митця за останні декілька років [1].

Головна мета виставки – показати динаміку та взаємоінтеграцію використаних символів та деталей як складових сучасності. Композиційна гра, за задумом, вільно об'єднує новітні художні напрями і жанри, серед яких

комікс, графіті та аніме. У світі, що потребує змін, Якименко ставить собі метою зосередитися насамперед на культурних взаєминах, котрі у такому світосприйнятті митця саме й презентує актуальний український поп-арт [1].

Спершу, слід розглянути простір, використаний для презентації. Ермілов центр має два поверхи, та здатний легко трансформувати під проекти кількість зал шляхом приєднання стін, які поділяють загальний простір на зони. Центр підходить для великої кількості різноманітних проектів тому що має достатньо універсальний на сьогодні стиль лофт, який не стає проблемою для експозиції абсолютно різних об'єктів, а для сучасного мистецтва взагалі краще доповнення знайти складно. Також простір дозволяє розміщувати масштабні роботи, наприклад інсталяцію.

У даному випадку створено рішення використати центр максимально продуктивно, розділивши його на блоки з різними за форматом роботами, та заповнив місце усередині масштабною інсталяцією з графіті на великій кількості картонних коробок, що утворюють нібито декоровану сцену і фотозону. Інсталяція стає дихаючим окремим мікропростором (іл.1). Якщо враховувати, що проект - це підсумок праці останніх декількох років художника, то експозиція потребує багато місця.

Від простору ми переходимо до експозиції, що поєднує у собі окрім інсталяції, полотен, постерів (іл.3), неонові вивіски, яка розміщена у кімнатці без додаткового освітлення на нижньому поверсі. Також інтерактивну проекцію, що простягнута на три стіни. Такий спосіб презентації роботи дозволяє передати динаміку у прямому сенсі – зображені персонажі та елементи постійно рухаються. Таким чином, проєктори допомагають створювати інтерактивну частину заходу і проекція стає чудовою фотозоною, у якій глядачі можуть стати частиною експозиції (іл.2). Подібна практика була проведена у центрі не один раз. Приклад інтерактивної проекції - «Межа» Терези Барабаш на Бієнале молодого мистецтва у Харкові 2019 року.

Не менш важливим у презентації проекту є відкриття, яке є стартом публічного життя проекту, моментом, коли виставка виходить в світ. На відкритті виставки «Paradise Day» особливим жестом став перформанс гурту Dancer Stranger Band від театру «Нефть», який привніс у собі додатковий інтерактив та блискуче передав загальну атмосферу заходу (іл.4).

Узагальнюючи усі спостереження, можна встановити, що презентація проекту «Paradise Day» **Сергія Якименко** є вдалою з точки зору цілісного та гармонійного заповнення простору, загальної композиції та освітлення. Також доречними були дотримання тематики й особлива увага до відкриття заходу, у якому присутня нотка поп-арту, хоча, скоріш її відгук у музичній формі. Презентація виконала свої головні функції, завдяки яким забезпечила комфортну комунікацію глядача з мистецтвом і максимально розкрила проект. Виходячи з аналізу даного проекту можна зробити такі висновки:

Важливо, щоб простір доповнював експозицію за тематикою та оформленням. Найвність креативних особливостей, які відрізняють виставку від інших наприклад насиченість кольорами та образами, які навіть дещо агресивні, сприяє приверненню уваги та поширенню інформації. Обов'язкова актуальність проекту, її доречність і своєчасність впливають на сприйняття.

Саме тому цей фактор завжди є одним із найважливіших у створенні будь-якої виставки.



Люстація 1.
Фото з виставки
«Paradise Day»
Yermilofcenter.
Інсталяція з
графіті.



Люстація 2.
Фото з виставки
«Paradise Day»
Yermilofcenter.
Проекція.



Люстація 3
Фото з виставки
«Paradise Day»
Yermilofcenter.
Приклад
експозиції
плакатів.

Ілюстрація
4. Фото з
виставки
«Paradise Day»
Yermilovcenter.
Виступ гурту
«Нефть» на
відкритті.



Список використаних джерел:

1. Сергій Якименко «Paradise Day» [Електронний ресурс] // YermilovCenter. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://yermilovcentre.org/announcements/211/>.
2. Рублевська Р. ART NOW: Сергій Якименко. Про оптимістичне мистецтво та семіотичну систему коміксу [Електронний ресурс] / Роксана Рублевська // New now Gallery. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.newnow.gallery/ukr/interviews/view/9>.
3. Арт-галерея в сучасному соціокультурному просторі України [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://revolution.allbest.ru/culture/00917523_0.html.

Кошутіна К., 4 курс, спец. «ГД», ХДАДМ
Наук. керівник: Більдер Н.Т., доцент ХДАДМ

ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТНОГО РІШЕННЯ ДИЗАЙН ПАКУВАННЯ ФЕРМЕРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ «КУЛЬТ ФЕРМЕРСТВА»

Нині у ринкових умовах дрібним фермерським господарствам складно конкурувати на розвинених аграрних ринках. Однією з проблем маленького та середнього фермерства є відсутність постійного ринку збуту. Не зважаючи на те, що це якісні та натуральні товари, але на полицях наших магазинів зустрінеш їх не часто. А якщо продукція все таки потрапляє на прилавки, то дизайн рішення пакування не виділяє товар серед конкурентів. Нашій проектній команді належить розробити графічний супровід для проекту «Культ Фермерства». Отже, створення оптимального концептуального рішення дизайну пакування для фермерської продукції «Культ Фермерства» сприятиме продуктивнішій праці над проектом в цілому, а отже є безумовно актуальним.

«Культ Фермерства» — це проект, який фокусується на дрібних і середніх виробників фермерської продукції з кожного окремого регіону, тим самим об'єднуючи їх в зонтичну приватну марку [4]. Треба зауважити, що компанія має чіткі плани щодо розвитку проекту у майбутньому. З огляду на особливість структури бренду «Культ Фермерства», вигідним рішенням було б фокусувати увагу не тільки на вираженні регіональної ідентичності локальних фермерських господарств, а на тому, що їх об'єднує — українська земля і «культура» землеробства, що ще у прадавні часи об'єднувала українців у громади.

Мета роботи: Сформулювати та визначити оптимальну концепцію дизайн пакування фермерської продукції «Культ Фермерства» для подальшої проектної діяльності.

Завдання роботи:

- визначити модель проектування;
- сформулювати і обґрунтувати три альтернативних концепції дизайну пакування для фермерської продукції «Культ Фермерства»;
- протестувати альтернативні концепції;
- обрати і обґрунтувати оптимальне концептуальне графічне дизайн рішення дизайну пакування.

Спираючись на побажання замовника проекту «Культ Фермерства» було вирішено, що у створенні дизайну пакування фермерської продукції дотримуватися простих форм та екологічності матеріалів. Таким чином товар не буде дорожчати через технічну складність створення пакування і дорожчі матеріали.

Серед великої кількості моделей проектувань, наша проектна команда обрала модель Microsoft Solutions Framework [2]. Оскільки ця система об'єднує дві моделі — водоспаду і спірали. Вона дозволяє чітко структурувати та фіксувати конкретні етапи виконаної роботи. І в то ж час корегувати минулі етапи за необхідністю.

Отже, звертаючи увагу на сучасні тренди графічного дизайну та ілюстрацій [1], було створено три альтернативних концепції дизайну пакування фермерської продукції.

Концепція 1. Типографіка і комбінаторика як засіб систематизації (рис. 1).



Рис. 1. Ескізування концепції №1. Типографіка і комбінаторика як засіб систематизації.

У цій концепції ми обрали шлях функціональної типографіки та мінімальних, спрощених, наївних ілюстрацій. Бо люди, які будуть купувати продукцію, вже мають довіру до фермерських товарів і знають за чим йдуть. Для пробудження відчуття стабільності та ностальгії, ми спираємось на творчості митців українського авангарду в особі Василя Єрмилова [3]. А типографіка спиратиметься на принципи Швейцарського стилю [5] з його функціональністю, чіткою структурованістю за модульною сіткою як засіб передачі візуальної комунікації.

Кольорову гаму було обрано за принципом комбінаторики. За основу взято чотири кольори: чорний, зелений, червоний і жовтий. Як кольору чорнозему, трави, глини та сонця. І в кожній окремій області колір буде в різному співвідношенні.

Концепція 2. Графічні ілюстрації для кожної області (рис.2).

Щоб підкреслити автентичність кожного регіону, була розроблена концепція, в якій землеробство порівнюється з ручною графікою. Майже з самого початку існування людини, вона працювала з землею. Ілюстрації зроблені тушшю, своєю «неохайністю» зможуть висловити відчуття ручної роботи. Застосовуючи українські символи, наприклад «дерево життя» і петриківський розпис, створить зв'язок поколінь українців, зв'язок минулого, сучасного і майбутнього. А зміст ілюстрацій продемонструє культурну спадщину і неповторність кожної окремої області.

Концепція 3. Мінімалістична функціональна типографіка (рис.3).



Рис. 2. Ескізування концепції №2. Графічні ілюстрації для кожної області.



Рис. 3. Ескізування концепції №3. Мінімалістична функціональна типографіка.

Ця концепція була обрана за принципом «чим простіше, тим краще». Дизайн буде спиратися на мінімалістичну типографіку, тому що саме цей напрям є прикладом візуальної типографічної комунікації. Лаконічність, інформативність, не перевантаженість. Максимально стилізовані ілюстрації продукту, гротескні шрифти та відкриті кольори: білий і зелений демонструють природність та функціональність. У цій концепції нічого зайвого.

Групою експертів було опротестовано три концепції. Проводити аналіз вирішено за наступними критеріями : 1. Стилiстична єдність; 2. Кольорова гама; 3. Екологічність; 4. Автентичність; 5. Інтеграція логотипа; 6. Зручність у використанні; 7. Захищеність від зовнішніх механічних впливів.

За результатами аналізу результатів тестування виявлено, що за стилістичною єдністю, кольоровою гамою та автентичністю найбільш відповідним є перша концепція (рис.1).

Спираючись на проведені концептуальні пошуки вирішено, що оптимальним графічним рішенням стане поєднання композиційних і пластичних рішень митців українського авангарду: Казимира Малевича, Василя Ермилова та типографічних принципів Швейцарського стилю. Так у дизайні ми об'єднаємо традиції української національної дизайн-школи і міжнародного зразка, що відповідає концепції бренду «Культ Фермерства». Саме цю концепцію і відповідне графічне рішення вирішено обрати за основу для подальшої проектної діяльності зі створення дизайну пакування фермерської продукції «Культ Фермерства».

Література:

1. Макарова. О. 17-трендов иллюстраций и графического дизайна 2020 года. Freelance today. веб-сайт. URL: <https://freelance.today/trendy/17-trendov-illyustracii-i-graficheskogo-dizayna-2020-goda.html>
2. Методология Microsoft Solutions Framework [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://studme.org/263326/informatika/metodologiya_microsoft_solutions_framework.
3. Український авангард. UD. Народжені вільними : веб-сайт. URL: <http://avantgarde.org.ua>
4. Частная марка (private label) [Електронний ресурс] // Записки маркетолога – Режим доступу до ресурсу: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_ch/private_label/.
5. Budrick C. Swiss Style: The Principles, the Typefaces & the Designers. Print. 2020. URL: <https://www.printmag.com/typography/swiss-style-principles-typefaces-designers/>

Кошутіна К., Ржепишевська Д., 4 курс, спец. «ГД», ХДАДМ

Наук. керівник: Більдер Н.Т., доцент ХДАДМ

СТРАТЕГІЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ДИЗАЙНУ ГРАФІЧНОГО СУПРОВОДУ ДЛЯ ПРОЕКТУ «КУЛЬТ ФЕРМЕРСТВА»

Люди обробляють землю із давніх давен. Продукти, вирощені на рідній землі, стали гарантом життя, достатку і безперечної якості. Велика пошана українця-землероба до «мати землі» і її плодів стала невід'ємною частиною української культури, а з часів перших сільськогосподарських кооперацій,

що зародилися на території козацьких хуторів у XVII столітті, ще й справою комерційного характеру, що потребувала наявності знаків ідентифікації її виробника. Наприкінці XIX століття такі сільськогосподарські кооперативи як «Гуцульщина», «Суспільній промисл» і інші маркували свої товари власними логотипами, що не тільки сприяло розширенню ринку збуту, а й формувало довіру до українських товарів і їх пізнаваність [5]. На сьогодні, у часи панування на сільськогосподарському ринку України великих «агрохолдингів», дрібні локальні підприємства-фермерства не в змозі конкурувати за увагу споживача, адже неспроможні самостійно забезпечити повноцінний якісний маркетинговий апарат: рекламу, дизайн. Якщо їх продукція і представлена на прилавках супермаркетів, то губиться серед великої кількості претензійних дизайн-пропозицій великих торгових марок. Відсутність повноцінної навігації, зовнішньої реклами стає прірвою між споживачем і локальною продукцією. У той же час світова та українська тенденції підтверджують: люди цікавляться якісним харчуванням. І готові платити за нього гроші. І не тільки в Києві та великих містах. «Люди зараз ставляться до свого здоров'я, до своєї їжі більш уважно. Вибирають виробників, не дуже люблять мас-маркет (продукцію, розраховану на масового споживача, – ред.). Тож сьогодні якраз фермерська продукція є в пошані і набирає дуже великі обсяги і останнім часом це дуже видно», – каже Олеся Усенко, директор із розвитку мережі магазинів М'ясторія [3].

«Культ Фермерства» — проект, який фокусується на підтримці і об'єднанні дрібних і середніх виробників фермерської продукції з кожного окремого регіону у єдину національну українську торговельну марку.

Місія проекту: Популяризувати і підтримати вітчизняного українського фермерства зі збереженням культурної ідентичності кожного окремого регіону. Мета проектної дизайн-команди: створення грамотного графічного супроводу(фірмового стилю, системи навігації по торговельним точкам, рекламної і сувенірної продукції, комплексу дизайну пакування) для бренду «Культ Фермерства».

Дизайн розрахований на три групи споживачів: той, хто іде за якістю і натуральністю продукції; той, хто іде за традицією і довіряє своєму фермеру. Такі споживачі мають тенденцію до клубної поведінки; той, хто іде за сувеніром (іноземці у рамках фермерського туризму).

Спостереження за торговельними точками фермерської продукції дало змогу дійти до висновків: фермерам є що запропонувати, але через відсутність каналів комунікації — таких як зовнішня реклама, навігація по торгівельних майданчиках, пакування і інших візуальних елементів не задоволені такі потреби цільового споживача:

- потреба у структуруванні інформації; (розробка дизайну навігації по торговій точці і оформлення торгових стендів)
- турбота за власним здоров'ям і здоров'ям близьких; (поліграфічна продукція, де, за допомогою комунікативної і інформаційної функцій графічного дизайну, повідомлено цільовому споживачу про аспекти продукції торгової марки, що задовольнить цю потребу)
- потреба у стабільності; (дизайн каталогу товарів, що нагадуватиме

споживачу про широкий асортимент різноманітних лінійок товарів «Культ Фермерства», за якими він може повернутися згодом)

- приналежність до певної соціальної групи людей, що купують натуральну, власне українську локальну фермерську продукцію; (створення дизайну сувенірної продукції, що є візуальними елементами ідентифікації приналежності до соціальних груп).

«Культ Фермерства» — перший незалежний всеукраїнський проект. На ринку дизайну для фермерських об'єднань за критерієм «українські фермерські об'єднання» до конкурентів віднесено схожі за структурою проекти «Лавка Традицій від Сільпо» і «Фермерські продукти від Ашан», «Смак Українських Карпат». За критерієм «фермерські об'єднання» — «Lockport Community market».

Ринок дизайну елементів айдентики для обраного сегменту ринку знаходиться на стадії розвитку. Дизайн рекламної поліграфічної продукції, реклами, інформаційні плакати, навігація і дизайн-супровід полиць у торгових точках або відсутня зовсім, або є безсистемною і фрагментарною.

Сильні сторони: дизайн сайтів і реклама в інтернеті.

Слабкі сторони : відсутність сувенірної продукції/ рекламний супровід торгових стендів/ навігація по торговим точкам.

Отже, елементи айдентики конкурентів не пристосовані до популяризації і реклами продукту для споживачів, що не користуються інтернет-простором як засобом отримання і пошуку інформації, а отже — створення поліграфічної рекламної, сувенірної продукції і навігаційної системи по торговельним точкам є незайнятою нішею, на яку можна звернути особливу увагу створюючи графічний супровід для бренду «Культ Фермерства».

Дизайн-пропозиції конкурентів мають пізнавану, фірмову графічну стилістику, але не задовольняють потребу споживачів у структуруванні інформації і простору. У пакуванні відсутня стилістична цілісність, привалюють елементи ідентифікації окремих фермерств, що не відповідає тенденції об'єднання, що є специфічною особливістю проекту замовника. Графічний супровід ніяк не диференціює фермерства і виробників, що не відповідає головній концепції «Культ Фермерства» «єдина ціла система із автономними складовими».

Позиціонування дизайну елементів айдентики «Культ Фермерства» відрізнятиметься від існуючих дизайн-пропозицій наявністю чіткої графічної системи і структуруванням її елементів, що візуально поєднає локальні фермерської господарства усіх регіонів України у єдиний візуальний комплекс, водночас виділив автентичність кожного регіону. Розробка єдиного логотипу із змінним типографічним елементом – назви регіонів – що будуть змінюватися відповідно до рекламованої у даний момент області при збереженні «материнської» частини лого «Культ Фермерства». На українському ринку дизайну елементів айдентики для фермерської продукції немає аналогів, орієнтованих на розробку поліграфічної і сувенірної продукції з ціллію реклами українських фермерств як об'єкти фермерського туризму (як для українських, так і іноземних туристів), що є однією із перспективних задач їх організації.

Концепція: Визначено, що люди, які будуть купувати продукцію, вже мають довіру до фермерських товарів і знають за чим йдуть. Отже головна задача нас як дизайнерів не так долучити або зацікавити споживача у продукції, як вказати вектор її пошуку. Для цих цілей обрано стилістичний вектор Швейцарського стилю з його функціональністю, уніфікованістю, чіткою структурованістю за модульною сіткою як засіб передачі візуальної комунікації. В той же час проаналізував минулі приклади фірмових стилів українських кооперацій зроблено висновок, що вони базувалися на типографіці і мінімальних, спрощених, наївних ілюстрацій. Такі візуальні прийоми вже сформували певний асоціативний ряд у цілого покоління користувачів локальної фермерської продукції, що ми і використаємо як психологічний тригер для пробудження відчуття стабільності і ностальгії. Для цих цілей за стилістичний прототип узято творчість митців українського авангарду в особі Василя Єрмилова. Лаконічність і конструктивність його дизайн рішень поєднується із наївною простотою, що викликає відчуття близькості до продукту. Підбір кольорової гами за принципом комбінаторики дозволить об'єднати двадцять чотири області у візуальну систему, підкресливши особливості кожної у вигляді оригінального кольорового процентного співвідношення. Домінантні гротескні шрифти стануть водночас інструментом передачі інформації і візуальною прикрасою комплексу, бо зараз є безумовним трендом у графічному дизайні. Стилізований під печатку логотип стане переконливим психологічним прийомом, що підкреслить натуральність продукції, адже із давніх часів печатка слугувала гарантом виключно якісних і аутентичних об'єктів.

Отже, виявивши специфічні особливості проекту замовника, оцінивши ситуацію на ринку дизайну всеукраїнських об'єднань локальних дрібних і середніх фермерських господарств, проаналізувавши потреби цільового споживача і сформулював шляхи їх задоволення ми сформулювали дизайн концепцію, що стане відправною точкою для подальшої проектної праці, що стане візуально-комунікативним містком між українським національним фермерством і українською, у перспективі міжнародною, спільнотою. Стимулюватиме підвищення якості українського національного фермерства.

Література:

1. 99designs Team. 8 inspiring logo design trends for 2020. 99designs. 2019. URL: <https://99designs.com/blog/trends/logo-design-trends>
2. TCD design studio. Визуальные тренды 2020: графический дизайн будущего. TCD design studio. 2020. URL: <https://tcd.kiev.ua/vizualnye-trendy-2020-graficheskij-dizajn-budushhego/>
3. З кожним роком попит на фермерську продукцію зростає. Agro Review: веб-сайт. URL: <https://agoreview.com/ru/news/s-kazhdym-hodom-spros-na-fermerskye-produkty-rastet>
4. Обуд О. Нові тренди у поведінці сучасних споживачів. Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: 2017 рік: Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 15-16 грудня 2017 р. Рівне : РДГУ, 2017. С. 90–93.
5. Свой к своему за своим [Електронний ресурс] // Етнохата – Режим доступу до ресурсу: <https://etnoxata.com.ua/ru/statti-ru/ru-traditsiji/«svoj-k-svoemu-za-svoim»/>.
6. Сидоренко Л.І. Сучасна екологія: Наукові, етичні та філософські ракурси: навчальний посібник. Київ: 2002. [Електронний ресурс] URL: <http://www.golos.com.ua/article/261049>

Kravchenko Taisiya, 3rd year, Fine Arts faculty,
 Scientific revisor: Associate professor, Ph.D. Petukhova O.I.

ANTIQUES AND CONTEMPORARY METHODS OF ANTIQUES INVESTIGATION

An antique is the collective name of ancient things that have a historical and artistic value. The status of items is determined by age-related. In Ukraine an item must be at least from fifty years old for being antiques. In different countries this age can be varied and regulated by local law. In the United States it should be created by 1830, in Canada by 1847. In the UK, an antique item must be at least 100 years old. In most countries, the thing should be at least 60 years old.

Expertise of antiques is a study that allows you to determine authenticity including age, authorship, the belonging of a given subject to antiques, as well as its historical and artistic value. Expertise of an antique item may be assigned either by the court or on the initiative of the owner. If the research is assigned by a court ruling, it is a forensic examination. Expertise starts with an assessment of the object by an art critic. The conclusion of art critic is followed by an expertise of material with a number of studies which must prove or disprove his hypothesis. Methods of expertise on the example of easel painting are considered below.

First of all the investigator should follow a clear plan. There are two types of material studies which include non-destructive methods infrared which comprise reflectography, wood's light, a stereoscopic microscope, IR spectroscopy and other instrumental techniques; and destructive methods, which involve sample selection with further research in laboratory. Minimal sample quantities are need.

Microscopic analysis is used to study the signs of ageing in the paint layer: the nature of the craquelures (fractures) (natural or artificial; deep or superficial), the pigments (size, purity, crystallinity), restoration, signature and other factors. A lot of information can be known using a microscope.

Wood's light and monochromatic lights permits an evaluation of restoration interventions, and overpainted parts, as well as the identification of various substances by its fluorescence.

Infrared reflectography permits an in-depth investigation of the painting bringing to light underdrawings or grids, the depth of the craquelure, displeasures, and identification of restoration interventions or the use of different materials.

IR spectroscopic analysis permits the exploration of various materials to ascertain their compatibility with the presumed historic period: pigments, glues and varnishes, binders.

IR spectroscopic helps date wood for further information on the dating of a painting's stretcher, support or frame.

To summarize up, there are two different approaches for determining the authenticity of antique paintings:

- verifying authenticity through a purely stylistic evaluation;
- verifying the authenticity of a painting with help of material expertise:
 - a) with tools of non-destructive methods;
 - b) analysis of the chemical composition of the work with the sample selection.

Based on our best knowledge each of these methods has different efficiency. The combined results of the stylistic, material and scientific investigations will

permit the establishing of the compatibility of the painting with presumed elements and also its possible authenticity.

References:

1. <http://www.paintingsauthenticity.com/>
2. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Антикваріат>
3. <http://prosud24.ru/jekspertiza-antikvariata/>

Курасова М.А., 3(скор.) курс, спеціалізація «графічний дизайн», ХДАДМ
Науковий керівник: Більдер Н. Т., доцент ХДАДМ

ВЕРСТКА ТА ДИЗАЙН НАВЧАЛЬНО-НАОЧНОГО ПОСІБНИКУ «ГРАФІЧНІ ТЕХНІКИ. ІНСТРУМЕНТИ ТА МАТЕРІАЛИ»

Посібники є важливою складовою в отриманні знань та організації самостійної роботи. У наш час з'явилося дуже багато електронних видань, але вони не можуть замінити паперові книги. За багатьма дослідженнями можна зрозуміти, що паперові книги краще впливають на людину [1]. Паперові видання краще запам'ятовуються та запобігають погіршенню працездатності мозку, що може призвести проблемам зі сприйняттям інформації. Також є потреба у доповненні інформації, оскільки з плином часу інформація яка міститься у посібниках доповнюється чи зазнає змін, що приводить до потреби переробки інформаційних видань.

Якщо говорити стосовно навчально-наочного посібника «Графічні техніки. Інструменти і матеріали», він є актуальним бо теми описані у ньому, майже не мають аналогів. Оскільки графічний дизайн активно розвивається у посібнику є потреба. Тема «Графічні техніки» є важливою через те, що вона показує зв'язок між почуттями та графічним дизайном. Посібник буде містити у собі інформацію як передати почуття глядачеві через лінію, кольорові гамму, пляму та інші графічні засоби. Використовуючи різну гаму товщину ліній та їх характер, можна передати одне й теж зображення по різному. Книга буде корисною для ознайомлення з різними видами графічного дизайну та відчуті на собі емоційну складову кожного матеріалу.

Однією з важливих складових книги є дизайн і верстка. Можна сказати, що гарно зверстаний посібник чи книга полегшує сприйняття основної та візуальної інформації читачем. Також у даному продукту є важливою складовою обкладинка, так як спершу саме вона привертає увагу читача.

Для розуміння, що представляє навчальний посібник було проведено аналіз та дослідження інших видів неперіодичних видань за інформаційними ознаками (витяг із ДСТУ 3017-95 «Видання. Основні види. Терміни та визначення»).

Так як ми виконуємо завдання верстки та дизайну посібнику були переглянуті критерії, що до його правил оформлення, фото інформації, ілюстрації та графічної мови. З цього виходить, що ілюстрації та додатковий ілюстративний матеріал у посібнику можуть використовуватись у таких випадках:

- вони розкривають, пояснюють або доповнюють інформацію, що міститься в книзі

- ілюстративний матеріал відповідає рівню підготовки учнів
- інформація не має повторюватись та містити зайве
- однотипні ілюстрації мають бути виконані у одній техніці
- доцільно використовувати кольорові ілюстрації, які не тільки збагачують інформацію, а й акцентують увагу читачів на основних ідеях ілюстрованого матеріалу.
- автор та дизайнер мають мати уявлення про кінцевий вигляд посібнику

Верстка та візуальна мова посібників має бути легкою, зрозумілою для читання та не перенагруженою, так як основне завдання даного посібнику це інформація, завдання та приклади їх виконання [2].

Тему верстки та дизайну періодичних видань дослідили та досліджують: Л. Городенко, І. Артамонова, Л. Поліха, В. Бакшин, Б. В'яземський, С. Галкін та багато інших. Проаналізувавши їх дослідження та видання, на дану тему, можна сказати, що дизайн та верстка починається зі збору та виконання додаткових завдань (такі як збір візуальної інформації, фото та прикладів робіт). При формуванні інформації ми можемо, приблизно, визначити обсяг інформації та приблизно зрозуміти її компонування у майбутньому виданні. Візуальна інформація може доповнюватись у процесі роботи. Наступним етапом дослідження є верстка, було виявлено, що верстка задає книгам принцип та структуру подання інформації. Верстка починається з настрою інструментів, спільних для книги (задаються шрифти, поля, сітка макету по котрій буде розміщена інформація та візуальний-матеріал). Далі йде пошук графічної мови, що буде робити акцент на інформації та виділяти головне. Паралельно зі всією роботою повинна йти верстка обкладинки, вона не має містити нічого зайвого, та передавати суть посібнику, це стосується й ілюстративного матеріалу, що буде зображений на ній.

Література:

1. Стаття [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://publish-ukma.kiev.ua/ua/povini/44-paperova-chi-elektronna- kniga.html>
2. Загальні вимоги до змісту та оформлення навчальних посібників та навчально-методичної літератури : методичні рекомендації для викладачів на основі чинних нормативних документів / [уклад. Л. О. Котлова]; - Житомир, 2014. – 56 с.
3. Боумен У. Графическое представление информации / У. Боумен ; пер. с англ. А. М. Пашутина ; под ред. В. Ф. Венда. – М. : Мир, 1971. – 228 с.

Куцина О. П., 3 курс, спец. КВД ХДАДМ

Науковий керівник - канд. іст. наук., доц. К. Ю. Чадаєва

ДО 180- РІЧЧЯ З ДНЯ НАРОДЖЕННЯ МАРІЇ ДМИТРІВНИ РАЄВСЬКОЇ-ІВАНОВОЇ

21 лютого 1869 році в Харкові була відкрита перша приватна школа малювання М.Д. Раєвської - Іванової. Потреба в такому закладі відчувалася давно: вона не була задовільнена ні в університетських класах, які були доступні лише студентам, ні в гімназіях. Марія Дмитрівна, в заміжжі Раєвська, поставила за мету свого життя створення навчального закладу, в якому б навчали малювати професійно. Народилася Марія в селі Гаврилівка Ізюмського повіту на Харківщині в

дворянській родині землевласників. Отримала солідну загальну домашню освіту. У 1863 році Іванова вирушила до Європи, дівчині було всього 23 роки. Відомо, що Іванова вивчала німецьку мову і літературу в Дрезденському університеті, лінгвістику, історію, зоологію і геологію при Міланській академії наук, слухала лекції в Сорбонні і Карловому університеті в Празі, відвідувала курси археології, етнографії та історії мистецтв. Але найбільше Марія хотіла навчитися малювати. Тому під час навчання в Дрездені дівчина стала вчитися в приватній студії живопису професора Академії мистецтв, живописця історичних картин і портретиста Карла Людвіга Адольфа Ергардта (Karl Ludwig Adolf Ehrhardt, 21 листопада 1813 - 19 листопада 1899).

Іванова була ученицею допитливою і бажала все осягнути і всьому навчитися. Тому вона також з цікавістю вивчала фрескову техніку і живопис «аля-фреска» в майстерні професора Антона Дітріха (Anton Dietrich, 27 травня 1833 - 4 серпня 1904). Марія Дмитрівна відвідувала майстерню скульптора Кірхгода, у якого брала приватні уроки ліплення (данних про нього немає).

У 1868 році вона першою з російських жінок склала іспит при Імператорській академії мистецтв на звання вільного художника, надавши свою картину «Смерть селянина в Малоросії». Диплом художника давав право на відкриття спеціальної художньої школи.

21 лютого 1869 року перша приватна художня школа в Харкові була відкрита. Раєвські побудували будинок (нині вул. Чернишевська, 6), де на першому поверсі розмістилася школа, на другому жили члени сім'ї. Напрямок школи не був вузько спеціальним: одні готувались до вступу в Академію мистецтв, інші – до художньо-професійної діяльності (іконописці, декоратори, літографи, ретушери).

За 27 років існування школа підготувала близько 1000 учнів, з них близько 40 осіб продовжили навчання в Академії мистецтв і подібних закладах. У стінах школи Раєвської свій творчий шлях починали Г.Семирадський, С. Васильківський, П. Левченко, М. Ткаченко, П. Кончаловський, А. Данилевський, К. Первухін. А. Бекетов, Ф. Шмідт, Д. Хоткевіч, а також безліч невідомих художників-прикладників, які визначили мистецьке обличчя Харкова на наступні 100 років. Головними предметами, що викладались у школі, були малювання і живопис. Живопис починалася з теоретичних основ базового курсу. Потім переходили до справжнього живопису. З 1870-х років було введено креслення, а з 1886 року - ліплення з глини, що надавало можливість учням обрати професію скульпторів-ремісників. У школі вивчалася пластичній анатомії, теорії перспективи, проводилися заняття з розпису фарфору, випалюванню по дереву, тисненню шкіри. Учні, під керівництвом Раєвської, писали декорації, це надавало можливість їм стати надалі театральними декораторами. Всі роки школу очолювала Марія Дмитрівна Раєвська - Іванова, вона ж викладала малювання і живопис. Школа брала активну участь в конкурсах Академії мистецтв, у виставках і з'їздах з технічного та професійної освіти, у Всеросійській виставці в Москві, у всіх місцевих художніх і художньо-ремісничих виставках. Бідних учнів навчали безкоштовно, багаті платили 12 карбованців на рік, але цих коштів було мало. Харківська міська управа виділяла 200 крб. на рік. Утримання школи обходилося 1500 крб. в рік, які

набиралися з пожертвувань. Перший час школу консультував Д.Григорович, надавали допомогу і художники-передвижники І.Крамский і Г.Мясоедов.

У 1894 році Марія Дмитрівна почала сліпнути. У 1896 році вона передала своє дітище місту. Влада знайшла школі нове приміщення при міському художньому музеї і на її базі заснували міську школу живопису.

Довгі сімнадцять років після цього Раєвська-Іванова домагалася, щоб на базі школи було створено державне училище, яке б підпорядковувалося Академії мистецтв. Лише в 1912 році її мрія здійснилась: училище було відкрито (нині Академія дизайну і мистецтв). Через кілька місяців після його відкриття, в грудні 1912 року художниця померла.

Похована Раєвська-Іванова була в рідному селі Гаврилівка. На могилі художниці, розташованій на самому краю села, був встановлений пам'ятник. Маєток Іванових не зберігся, як і пам'ятник на могилі художниці. Син Марії Дмитрівни - Олександр Сергійович Раєвський став відомим конструктором паровозів, трагічно загинув в 1924 році. А в 1940-му в будинку на Чернишевській, в маленькій кімнаті на другому поверсі - єдиною, залишеної йому радянською владою під житло, помер і чоловік Марії – Сергій Раєвський.

20 липня 2020 року громада Харкова відзначає 180 років з дня народження Марії Дмитрівни Раєвської – Іванової.

Левченко Є. Ю., 2 курс ОП «Станкова графіка», ХДАДМ

Наук. керівник: Більдер Н.Т., доцент ХДАДМ

ЕСТЕТИКА ІЛЮСТРАЦІЇ ЗА УМОВИ КЛІПОВОГО МИСЛЕННЯ

На сьогодні і професійні ілюстратори, і студенти художніх закладів освіти, які починають професійну діяльність і виходять на сучасний арт-ринок як фрілансери, зацікавлені у професійній інформації щодо особливостей потенційних споживачів продукту їх діяльності – сучасній ілюстрації, тому тема роботи – сучасні тенденції організації візуального простору з урахуванням особливостей психофізіології сприйняття актуальна.

Важливо розуміти мислення аудиторії і як її зацікавити, виявити інструменти взаємодії.

Естетика ілюстрації за умови кліпового мислення глядача визначається тим, що книга (текст) розвиває у нього понятійне мислення. Головне завдання – не перевантажити читача, який живе з кліповим мисленням. Якщо текст це аналогове мислення, то аналіз присутній, а ілюстрація повинна тільки допомагати. Ілюстрація, як реперна точка, що утримує увагу, загострюючи її [3].

Понятійне мислення – це тип мислення, який поєднує слова, написані з сенсом. Таке комплексне цільне мислення, коли все має характерні принципи, прояви – все має раціональний розвиток. Понятійне мислення займається знаходженням та визначенням всіх характерних ознак і встановлення між ними взаємозв'язку через символи та раціоналізм [6].

Кліпове мислення – це тип мислення без базової інформації, понять. Нескладні змісти, окрема короткострокова інформація, короткострокові явища, без контексту, аналізу інформації [2]. З іншого боку ця багатозадачність породжує неуважність, гіперактивність, дефіцит уваги, перевага візуальних

символів логіці та занурюванню у текст [5]. Це характерно для сучасної молоді, так званого покоління Z, яке зростало при активному впливі телебачення, відео кліпів, серіалів та інтернету.

Ілюстрація – це образотворче тлумачення літературного (або наукового) твору. Ілюстрації - самостійний вид образотворчого мистецтва, яке специфічно і вимагає тонкого професійного підходу [4].

Інструменти, що потрібні для здійснення оформлення ілюстрації, повинні мати такі характерні аспекти:

Створення контексту (структуризація) – ілюстрація вводить, показує початок, кінець ... Тренд на сторітелінг, зумовлений кліповим мисленням.

Необхідна обмежена подача за темою, тобто вузький контекст, який сформує цілісність сюжету та зображення (символів). Готове рішення – зображення (без необхідності глибокого аналізу, де «режиссером» все визначено).

Взаємодія тексту із зображенням (ключові епізоди у тексті оформлені в ілюстрації) – цілісна система. Комплексна ілюстрація (текст + зображення). Хоча б для того, щоб читач мав візуалізацію з основною думкою книги.

Необхідність посилити залученість через зображення, яке тримає на собі увагу (за допомогою кольору, контрасту, цілісного зображення), для цього потрібно звернути увагу на критерії:

- 1) композиційна організація листа;
- 2) взаємодія форм предметів в просторі (зображення, текст);
- 3) пропорції (співвідношення мас);
- 4) ритмічні структури, динаміка, статика, симетрія (замість «зламу» ілюстрації – створення глибини простору, перспективи – це краще використовувати в окремих ілюстраціях);

- б) колористична гармонія (можна використовувати для оформлення усіх ілюстрацій один колорит);

- 7) єдина стилізація [1].

Підсумовуючи, робимо висновки, що ілюстрація – це інструмент, завдяки якому можна працювати, маніпулювати увагою глядача, тому для ілюстраторів-початківців та вже працюючих важливо використовувати плюси кліпового мислення для того, щоб зацікавити, затримати споживача на інформації аналогового мислення, тоді як естетику миттєвості та кліпового мислення, за даністю часу, змінити не можна.

Література:

1. Амиржанова А.Ш., Скрипникова Е.В. «Современные проблемы науки и образования» URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=28712>
2. Зубрий М.А. «Цифровое слабоумие и информационная псевдодобильность». URL: <https://naspravdi.info/novosti/cifrovoe-slaboumie-i-informacionnaya-psevdodobilnost>
3. Фролова А.«Клипное мышление: чем отличаются «люди экрана» от людей «людей книги»?» URL: <https://monocler.ru/klipovoe-myishlenie/>
4. Ян Чихольд «Искусство книги. О роли иллюстрации в книге» URL: <https://ficwriter.info/stati/61-kak-opublikovat-knigu-q/oformlenije-q/5936-role-of-illustration-in-thebook.html> Larry D. Rosen Me, MySpace, and I: Parenting the Net Generation. - 2007, - 257 p.
5. Umberto Eco, Jean-Claude Carriere, Jean-Philippe de Tonnac Non sperate di liberarvi dei libri. - 2010, - 250 p.

Левченко Є., 2 курс спеціалізації «Станкова графіка»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства Тесленко І.О.

ІДЕЯ «ЧИСТОГО ПЕЙЗАЖУ» В ТВОРЧОСТІ ХУДОЖНИКІВ ДУНАЙСЬКОЇ ШКОЛИ ЖИВОПИСУ (НА ПРИКЛАДІ ТВОРІВ А. АЛЬТДОРФЕРА ТА В. ГУБЕРА)

Дунайська школа живопису виникла як напрям мистецтва Німеччини та Австрії першої половини XVI ст. (1500 - 1530). В часи Пізньої готики та поступового поширення ренесансних ідей мистецтво ще дотримувалося канонів церкви і коригувалося бажаннями замовника, тому одна з провідних проблем дослідження цього феномену полягає у виявленні причин формування так званого дунайського стилю. Кошу проблем, пов'язаних з Дунайською школою присвятили свої дослідження такі класики європейського мистецтвознавства як Г. Вольфлін, О. Бенеш, радянські дослідники, зокрема, М. Лібман, І. Вельчинська та ін. Серед досліджень останніх десятиліть слід відзначити розвідки Л. Фролової та А. Доніна. Останній наводить паралелі між творчістю представників Дунайської школи з натурфілософією Парацельса (вперше на це вказав О. Бенеш).

Визначальною особливістю творчості представників дунайської школи було їх прагнення передати цілісність природи. Прикладом такого підходу є творчість провідного представника Дунайської школи Альбрехта Альтдорфера (1480 - 1538), а також Вольфа Губера (1485 - 1553). Рисунки першопроходців дунайського стилю схожі на роботи Альбрехта Дюрера, який навіть для самого Альтдорфера був орієнтиром в мистецтві рисунку. В свою чергу на творчість Губера вплинули рисунки Альтдорфера, який свого часу також вплинув на свого сучасника, рисувальника Августина Хіршвогеля.

Творчість Губера особливо цікава художникам-графікам, тому що художник залишив у спадок безліч малюнків пером, а також гравюр пейзажів. Композиції цих робіт цікаві динамічною побудовою, що було новаторським для часу строгих канонів того часу. Його рисунки вирізняються зворушливою манерою, яку можна визначити як «швидкий етюд». Жива лінія, форматворчий пейзаж - все це до появи Дунайської школи живопису вважалося замальовками і допоміжними матеріалами в європейському мистецтві, а тоді виступило як самостійний жанр, подібно використанню акварелі в живопису через століття. Це розуміння використання лінії, як графічного інструмента, в творчості Губера досягає кульмінації в його портретах. Не притаманна тим часам напружена колірна гамма; моделювання форми імпресіоністичним штрихом при чіткому малюнку; деяка гротескність в трактуванні емоцій показує пошук художника нових засобів виразності, новаторських проявів художника. Його спадщина стала відправною точкою і орієнтиром для послідовників і майбутньої плеяди митців Дунайської школи живопису.

Альбрехт Альтдорфер також окрім живопису працював як графік. Німецький художник був одним з перших, хто почав робити офорти, також досяг успіху в ксилографії. Більшість його найкращих гравюр виконані в техніці офорту. Альтдорфер був одним з найуспішніших ранніх майстрів Дунайської школи. Для того покоління німецьких друкарів він був нестандартним, оскільки не робив книжкових ілюстрацій. Художник часто поєднував

методи травлення і гравірування на одній пластині. Чимало відбитків, зроблених Альтдорфером, досить невеликі за розміром, тому він вважається одним з головних членів групи художників, відомих як «малі майстри». У його роботах ми бачимо характерне відчуття ландшафту, властиве йому й у живопису, а також тільки його «інтимний індивідуальний підхід», який надалі буде притаманний всім роботам, не тільки послідовникам цієї школи, а й в цілому спадщині Дунайської школи.

Твори представників Дунайської школи живопису багато в чому були новаторськими, вони випереджають свій час, багато ідей і мотивів стали векторами розвитку нових напрямків, навіть через століття.

Дунайська школа живопису зробила природу головним мотивом оповіді, що можна визначити як «Чистий пейзаж». Головним посланням було саме зречення від світу і споглядання природи в первозданному вигляді. Ідея «Чистого пейзажу» передувала героїчному пейзажу, в якому художники довели ідею Природи, що існує поза людиною, розкрили величність природи у своїй кульмінації.

Передчуття імпресіонізму, оригінальна композиція, цілком футуристичні сюжети, не типове для живопису трактування подій з використанням символізму - це найбільш виразні риси Дунайської школи. В живописних роботах її представників проявився надзвичайний інтерес до кольору. Це те, що в європейському мистецтві з'явиться через чотири століття, пройшовши тернистий і довгий шлях. Завдяки умінню митців відчувати та визначати стан середовища, в пейзажах вони досягли вміння передавати атмосферу та відчуття легкості. У такий спосіб художники донесли своїм глядачам ідею «Чистого пейзажу», яка й досі жива і актуальна.

Левченко Є. Ю., 2 курс ОП «Станкова графіка», ХДАДМ
Наук. керівник: Більдер Н. Т., доцент ХДАДМ

ЕСТЕТИКА МУЛЬТИКУЛЬТУРНОСТІ СУЧАСНОГО СВІТУ НА ОСНОВІ ЕСТЕТИЧНОЇ СПАДЩИНИ ІМПЕРІЙ МИНУЛОГО

Останні 20 років в суспільстві все активніше розглядаються теми, пов'язані з культурним розмаїттям, транснаціоналізмом і трансгуманізмом. Люди творчих професій завжди є посланцями і посередниками між народами різних культур та їхнього взаємозв'язку. Студентам художнього ВНЗ важливо розбиратися в ньюансах мультикультурної естетики через активні комунікації (під час навчання - поїздки, конференції, виставки, конкурси; в майбутньому фахівцям в конкретній галузі). Оскільки основною зоною роботи в майбутньому для студентів, спрямованої на візуальне зображення, орієнтованої на різні міжнародні іноземні компанії, є естетика мультикультуралізму, її вивчення стає більш необхідним. Також це є важливим у разі мультикурного складу груп студентів, є необхідність спілкуватися і розуміти один одного. Національні культурні рамки, соціальні стереотипи, правила поведінки окремих груп замінюються на мультикультурні естетичні принципи. Це окрема тема для полеміки, тому необхідне розуміння і занурення в цю тему, а також необхідно з'ясувати її витоки.

Що таке сучасна мультикультурна естетика? Це соціокультурні відносини і культурні зв'язки, фундаментом формування яких стало спільне проживання людей різних культур, релігій, традицій. Питання інтеркультуралізма існує досить давно. Виділяють 2 типу мультикультурного розвитку. Еголітарний – інтеграція меншин, не як процес узагальнення і об'єднання, а як можливість збереження різноманіття особливостей естетики різних культур. Домінантна – група з більшості встановлює правила, а меншість підкоряється - інтегрується в естетику культуuroстворюючої основи [2].

Сьогодні використання мультикультуралізму – це прогрес, з точки зору розвитку держави і суспільства, тому що зникло кілька суб'єктивних чинників для суперечок – національність, релігія, традиція, зневага (приклад: монгольський імператор Акбар, що проголосив рівність конфесій, тим самим забравши привід у народів своєї імперії для суперництва і ворожнечі за цим фактором) [3].

Не так давно Західна Європа була областю специфічної культурної однаковості, яка базувалася на естетиці Римської імперії. Питання культури раніше були нерозривно пов'язані і скоріше за все виходили з релігійних традицій. Картину європейського антропологічного світогляду становили класичні спадщини древніх філософів: Геродота, Клавдія Птолемея, Страбона, а також біблійні тексти [1]. За часів великих відкриттів система етнологічної думки базувалася на фрагментах античних навчань і біблійних постулатах [4]. Починаючи з епохи Колумба, змінювалися люди і їхні уявлення. Початковий цинізм завойовників змінювався на спосіб розвитку, тим самим ставши двигуном прогресу. Пізнаючи нові традиції, культури, релігії і звичаї європейці оптимізували свою естетику цінностей, трансформуючи її в транснаціональну. Саме як корінні мешканці переїжджали в іншу місцевість, а на їх місце приїжджали інші переселенці [1].

Новий, свідомий мультикультуралізм з'явився також як сплеск неоднорідною за складом міграції, зростання процесів самоствердження і самосвідомості корінних народів і «приїжджих» [2].

Правителі, які були зацікавлені в економічному розвитку своїх країн, порівняно економічно відсталої Східної та Центральної Європи, заохочували давню культурну міграцію євреїв до Польщі та Литви в XIII сторіччі, німців – до Трансильванії в середньовіччя, і в Росію, за Катерини Великої, в XVIII сторіччі. Ісламські правителі брали біженців Оттоманської імперії євреїв-сефардів, вигнаних після 1492 року в результаті Реконквісти з Іспанії. Великі і малі міста Центрально-Східної Європи (від Стамбула до Санкт-Петербурга) були мультикультурними і поліетнічними, або в них панували іногородці, відмінні від місцевого населення. Особливо велику роль серед міського населення відігравали греки, вірмени, євреї і німці.

У Східній Європі розвинена мултирелігійність: православні, католики, католицько-православні уніати, лютерани, кальвіністи, вірмено-григоріанці і вірмено-католицької церкви, іудеї і мусульмани (татари, бонійці, албанці, турки). Ця релігійна мозаїка багато в чому склалася завдяки політиці віротерпимості, яка здійснювалася в Османській імперії не тільки на Балканах, а й в Угорщині, і була підтримана османськими правителями протестантських

трансільванських князів після їх вигнання з Угорщини [3]. Все це вплинуло на розвиток мультикультурної, мультирасової, мультирелігійної естетики і її панування сьогодні.

Таким чином в естетиці сучасного світу мультикультурність є інструментом розвитку соціуму, отже, на цю тему потрібно звертати увагу і розвивати її. Відомий вислів «Сьогодні діти – завтра народ» відображає, що тему транснаціональної культури та естетики потрібно розвивати і в художньому інституті на увазі тенденцій і змін в суспільстві, які, як ми бачимо, є закономірними з історії. Це потрібно для розвитку комунікацій навчального закладу і фахівців, які з нього випускаються.

Література:

1. Авдеев В.Б. История Английской расологии. – М.: Белые альвы, 2010. – 592с.: ил.
2. Ананьева Е.П. Виды и формы функционирования мультикультурализма // Вестник Удмуртского университета. Серия философия, психология, педагогика, 2016. Т. 26, вып 4.
3. Терноборн Г. Мультикультурные общества // Социологическое обозрение, 2001, Том 1, номер 1.
4. Margaret Hotgen Early Antropology in the Sixteenth and Seventeenth Centuries. – University of Pennsylvania Press, 1964. – 523p.

Лобко М.Ю., 4 курс, спеціалізація «Дизайн тканин та одягу», ХДАДМ
Науковий керівник: к.т.н., доц. Пасічник В.О.

БІОНІКА У ДИЗАЙНІ ОДЯГУ

Біоніка - прикладна наука про створення нових об'єктів, коли ідея і основні елементи пристрою запозичуються з живої природи.

Костюм та біоніка – екологічний напрямок у художньому проектуванні одягу, яке направлене на зберігання, а інколи і відновлення балансу штучного та природного середовища, а також намагання гармонізувати цей баланс на рівні фізико-хімічних реакцій.

Виникненню екологічного напряму послугували глобальні проблеми ХХ століття, які були пов'язані зі зростанням виробництва та споживання виробів текстильної та швейної промисловості, що послугувало «порушенню міри».

У 1960 р. в Дайтоні (США) відбувся перший симпозіум, який офіційно закріпив народження нової науки. Біоніка - «наука-перехрестя», тому що тісно пов'язана з біологією, фізикою, хімією, електронікою.

Ідея застосування знань про живу природу для вирішення інженерних завдань належить Леонардо да Вінчі, який намагався побудувати орнітоптер – літальний апарат з махаючими крилами, як у птахів. (рис.1).



Рис.1. Орнітоптер



Рис.2. Будівля Антоніо Гауді



Рис.3. Будівля Рудольф Штайнер

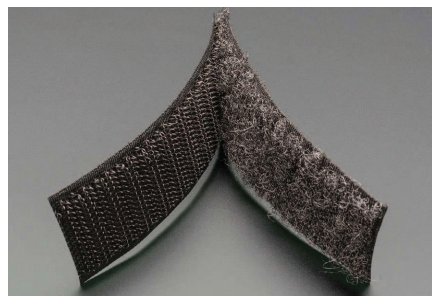


Рис.4. Застібка «липучка»



Рис.5. Застібка-блискавка

Джерелом натхнення біонічних мотивів при спорудженні будівель став великий архітектор кінця XIX - початку XX століть Антоніо Гауді. (рис.2)

На початку 1920-х років біоніку в архітектурі (Біотек) розвинув Рудольф Штайнер. Він ввів моду на застосування біоформ при дизайні будівель (рис.3).

Одним з прикладів взаємодії природних мотивів та конструювання у дизайні одягу є «липучка» (рис.4), прототипом якої стали плоди реп'яха, а також застібка-блискавка, зроблена на основі будови пера птаці. (рис.5)

Біоніка має багаті історичні передумови і сьогодні відіграє значну роль в дизайні одягу.

Основним принципом розробки одягу у дизайнерів є метод асоціацій. Він слугує одним із способів формування ідей, за допомогою його дизайнер



Рис.6. Спідниця-тюльпан



Рис.7. Спідниця-дзвін

може надихнутися будь яким природнім мотивом, а далі через творчій пошук трансформувати елемент біоніки у одяг.

Таким чином з реальної дійсності можна взяти майже все, можна трансформувати, перетворити в одяг: мотив, фрагмент чогось або джерело цілком. Промисловим об'єктом може слугувати ескіз костюма, в дизайні якого використовувалися принципи біоніки. Наприклад, в основі формування силуету, орнаменту або обробки простежуються елементи біооб'єкту. Так одяг повторює досконалість природи.

На сьогоднішній день елементи біоніки використовують в конструюванні одягу, наприклад спідниця-тюльпан і спідниця-дзвін (рис. 6,7).

Фактури та текстури рослин використовують як принти тканин для одягу і домашнього текстилю. Так у сезоні весна-літо 2020 року одним з трендів є біонічна тематика, а саме: принти і зображення мешканців тропічного лісу. (рис 8). Людський розум формується під впливом процесів, що відбуваються безпосередньо в природі.

У своїй творчій діяльності дизайнер постійно, свідомо чи інтуїтивно, звертається за допомогою до живої природи. Для всієї історії біодизайна характерно використання зовнішніх обрисів природних форм.

Таким чином, використання в дизайні законів і форм живої природи цілком правомірне. В основі еволюції живих організмів і графічних зображень лежать одні й ті ж принципи, які визначаються взаємодією форм і функцій.



Рис.8. Одяг з принтами мешканців тропічних лісів

Література:

1. Козлова Т.В. Костюм и бионика: учебное пособие для вузов. / Москва: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2007. 223с.
2. Белько,Т.В. Биотехнологии проектирования модной одежды. Научный альманах. 2006. №8. С.27 – 29.

Ляшенко Д.С., 4 курс, спец. «МД», ХДАДМ

Керівник: канд. мистецтвознавства, доцент Опалев М.Л.

ВІЗУАЛЬНИЙ ДИЗАЙН ПЕРСОНАЖІВ: ПРОТАГОНІСТ І АНТАГОНІСТ

Візуальний дизайн спрямований на відчуття якості у користувача, яке викликає позитивний емоційний відгук. В анімації перше, до чого звертається увага — це зовнішній вигляд персонажів. Вони повинні бути виразним і не банальними, володіти певною часткою шарму. Таким чином візуальні особливості персонажів застосовуються для того, щоб краще реалізувати сюжетний задум. Такими особливостями можуть бути: особливості обличчя, колір волосся та зачіска, одяг, аксесуари, тощо. Разом вони є елементами візуальної розробки концепту. Самі по собі ці елементи мало що значать, але разом вони утворюють зовнішній вигляд. Персонаж є діючою особою, або істотою анімаційного твору. Ця постать завжди має будь які технічні візуальні особливості, набір характерних рис, переконань і мотивації. Все це зібрано разом у єдину форму, яку наш мозок перетворює в фізичну оболонку. Ця оболонка і є дизайном персонажа.

Протагоніст — це головний герой, центральна дійова особа твору. Він рухає задуманий автором сюжет. Він не завжди буває позитивним героєм, існує також антигерой, тобто протагоніст з негативними рисами. Персонаж,

який протидіє головному герою є антагоністом. Протистояння антагоніст-протагоніст є однією з можливих рушійних сил центрального конфлікту твору. Дії антагоніста не тільки створюють перешкоди, які протагоніст повинен долати, але і можуть служити причиною розвитку характеру протагоніста [5]. Ступені привабливості героїв антагоністів та протагоністів може скласти складну психосемантичну структуру. Це простежується, наприклад, у персонажів фільму про Гаррі Поттера, де вони поділяються на підгрупи, диференційовані за особливостями ідентифікації [3].

Візуальний дизайн в сфері кіно і в сфері анімації виконує схожі, але в той же час різні по завантаженості функції. Проблема в тому, що живі актори кіно «не одноразові». Скільки б гриму не завдати, рано чи пізно глядач помітить схожість з тим чи іншим персонажем, якого грає той самий актор в іншій картині. Це порушує цілісність візуального занурення у кіно. Працює це не завжди, але в переважній більшості випадків ставка на унікальність образу буде зіпсована знайомим обличчям. У деяких особистостей проблема настільки серйозна, що вони до кінця життя асоціюються з однією роллю.

В анімації навпаки. У створенні художнього образу персонажу важливо брати до уваги сприйняття його глядачем. У статті Ольги Кліщевської «Дослідження специфіки художнього образу як психологічного феномена» описується, як на сприйняття художнього образу впливає особистість глядача, його установки, особливо неусвідомлені, здібності, цінності. Звичайно, важливим є формалізовані ознаки художнього образу. Незважаючи на те, що художній образ має об'єктивні характеристики згідно задуму автора, тим не менше значення і зміст будуть переломлені через призму свідомого і несвідомого сприйняття глядача [2].

Прикладом цієї ситуації в кінематографі є актор кар'єра Деніела Редкліфа, який зіграв хлопчика-чаклуна у серії фільмів «Гаррі Поттер». На думку багатьох він став заручником цієї ролі і більш не асоціюється з іншими персонажами на даний час. У інших фільмах за його участю, таких як «Рога», «Жінка в чорному» обличчя «хлопчика, який вижив» не дає змоги повністю сприйняти сюжет.

Інша справа — анімація. Основною причиною, по якій мультфільми западають глядачу в душу, є унікальність персонажа. На це спрямована робота всього художнього відділу, який домагається запам'ятованості і характерності образів. На думку більшості експертів, саме завдяки цьому за анімацією велике майбутнє. Унікальність персонажа в анімації полягає в тому, що він може мати будь-яку стилістику малювання, кольорову палітру, схему руху та інше. Маючи таке розмаїття, створити двох схожих персонажів практично неможливо, якщо для цього немає такої первісної мети. Відобразити у тому, чи іншому стилі можливо все, від тіні до скелета, форми. Розробляється первинний концепт, за яким вибудовується перше враження. Головний плюс анімації — це вільний політ фантазії художника, аніматора, режисера. Але велика кількість різноманітних поглядів художників на персонаж формує схожі концепти одних і тих же образів. На цьому фундаменті народжуються тренди і стилістики, які існують в анімації довгий час. Незалежно від того, створюється мавпа, робот або монстр, можна гарантувати

з великою ймовірністю, що цей персонаж або істота буде належати до того чи іншого тренду.

Якщо взяти звичайні прості фігури, то навіть їм можна приписати якусь асоціацію. Наприклад: коло — харизматичний, нешкідливий і улюблений. Квадрат — надійний, рівномірний і традиційний. Трикутник — хитрий, енергійний, компетентний і агресивний. Ці прості елементи форми використовуються для прорисовки голів персонажів згідно наданим асоціаціям. Силуети персонажів із плоско ввігнутою спиною притаманні жінкам. Саме такий вигин спини добре підкреслює жіночі форми в області талії та стегон. Плоска спина властива військовим, кругла належить, як правило, довгов'язій, невпевненій у собі людині. Окрім силуету багато про що може сказати поза. Скрученість або сутулість символізує похмурість, тяжкий тягар, тощо. Гордовито випрямлені плечі вселяють відчуття надійності. При розробці персонажа треба звертати увагу на положення ніг, розворот стоп, інші дрібні характеристики пози. Вираз обличчя також впливає на враження від персонажа [4].

Протагоніст викликає позитивні відчуття якщо не позою, то часто колірною палітрою. Кольори можуть допомогти передати індивідуальність персонажа. Як правило, темні відтінки колірної гами зображують антагоністів зі злими намірами. Світлі кольори, такі як білий, синій, рожевий і жовтий, висловлюють невинність і чистоту. Червоні, жовті і сині впроваджують відчуття героїзму. Сам герой повинен бути яскравим, виділятися від загального плану і другорядних персонажів, які зображуються менш контрастними. Навіть якщо план не сфокусований на головному герої, все одно глядачі повинні розуміти, що саме ця фігура ключова.

Також важливо розуміти для якого прошарку аудиторії розробляється дизайн персонажів. Для дітей створюються більш прості, навіть в плані характеру, і яскраві образи. Для дорослої аудиторії частіше протилежне, хоча тут є свої нюанси. Гарний приклад вдалого рішення візуального дизайну можна зустріти у досить новому повнометражному мультфільмі «Легенда о Хей» 2019 року [1]. Ло Сяо Хей — це головний протагоніст цієї історії. Згідно китайської міфології він — кіт-демон, який має нехарактерний вигляд. Великі очі створюють враження доброго та допитливого героя, яким він і є. Герой виглядає як маленька дитина, яка сама по собі створює образ із щирою душею. Він сподобається не тільки дітям, але й дорослим. Щодо інших героїв цієї стрічки, то ситуація тут більш складна. На початку мультфільму виявити антагоніста важко. Це і люди, які за сюжетом витісняють духів з лісу, і брудна вулиця, яка створює перешкоди головному герою. Ло Сяо Хей зустрічає на своєму шляху друзів, один з яких людина, готова стати вчителем Сяо Хей, а інший — істота Фенсі, вигнана з рідної землі. Герой повинен зрозуміти відмінність добра від зла і вибрати, на чиему він боці. Добро і зло в очах різних людей не є абсолютним. Сяо Хей робить свій вибір, і цим виявляє свого антагоніста, який протидіє його світогляду.

Висновки. Анімація, як інструмент по залученню більшої кількості людей, комерційно вигідна, а вміння опрацювати візуальні образи вирішальна для успіху фільму. Будь-яку ідею можна яскраво зобразити на контрасті, чи

на нюансі образів протагоністів та антагоністів. Дизайн головних персонажів повинен бути цікавим та привертати особисту увагу глядачів. Досвідченість художника полягає у тому, щоб передати характер, звички і загальний образ персонажа через його візуальний вигляд. За допомогою грамотної палітри, ігри форм і розмірів можна зробити необхідний акцент характеру героя.

Література:

1. Легенда о Сяо Хэй : веб-сайт. URL: <https://aniracoon.com/anime/149-legenda-o-lu-syao-hey.html> (дата звернення 29.02.2020)
2. Кліщевська О. Н. Дослідження специфіки художнього образу як психологічного феномена. Психологія. Історико-критичні огляди і сучасні дослідження. 2016. Том 5. № 5А. С. 54-66.
3. Коробкова С. Ю., Дмитрієв Ю. А., Аскерова А. Т. Психосематика привабливості персонажів культового фільму. Вісник ЮУрГУ. Серія «Психологія». 2018. Т. 11. № 4. С. 31-38.
4. Смолянов Г.Г. Анатомия и создание образа персонажа в анимационном фильме. Москва : ВГИК, 2005. 128 с.
5. Protagonist vs. Antagonist: How Do They Differ? : веб-сайт. URL: <https://blog.reedsy.com/protagonist-and-antagonist/> (дата звернення 29.02.2020)

Мазніченко Яна, 3 курс, спец. «Графічний дизайн»

Наук. керівник: к. філол. н., доц. кафедри українознавства Борбунюк В. О.

ФІЛОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛОГАНУ

Слоган є візитною карткою як конкретної рекламної кампанії, так і бренду в цілому. У словнику термінів і понять слоган тлумачиться так: «Це основна ударна фраза медійного тексту, що містить рекламну пропозицію. Важливим компонентом слогану є стислість та лаконічність» [4, с. 159]. У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» вказано на двозначність терміну: 1) «гасло», «девіз»; 2) «рекламна формула» (фраза для рекламного товару, що впадає в очі, гарно запам'ятовується) [1, с. 1345]. Прикметною ознакою саме цього терміну, крім двозначного тлумачення, є синонімічність, а саме: паралельне використання, часто взаємозаміна слова слоган словом лозунг, і навпаки. Це можна пояснити тим, що з англійської «slogan» дослівно перекладається як «лозунг». Слово лозунг є інтернаціоналізмом. Наприклад, у німецькій мові lösung означає «рішення», і спочатку слово стосувалось військової термінології, де означало дозвіл для пропуску через оточення.

Слова девіз і гасло, які вітчизняні науковці використовують для тлумачення слогана, так само не власне українські. Девіз походить від французького devise і означає стислий вислів, що розміщується на гербах, прапорах, орденах, медалях або виголошений відомою особою. Гасло запозичене з польської і буквально перекладається як «умовне слово», «пароль». Слоган, таким чином, увібрав у себе поняття лозунгу, гасла, девізу, а після появи засобів масової інформації і газетного заголовку.

«Газетна» історія слогану така. Перші рекламні тексти, як відомо, писались суцільним текстом. Щоб розрізнити оголошення, перший рядок набирали великими літерами. Таким чином намагались відразу вказати потенційним покупцям на головну ідею. Звичні заголовки з'явилися у середині XVII

століття [Детальніше про це : 3, с. 45–50]. Наприклад, у номері журналу «The Times» від 1 січня 1778 року було розміщено 21 оголошення, із них – 18 із заголовками, 3 – із першим рядком, написаним великими літерами.

Одні дослідники вважають, що поштовхом для появи рекламного гасла стали обмеження у 50-х роках XIX століття на купівлю газетного простору. Простий опис товару став неефективним, потрібні були нестандартні прийоми, щоб виділитися із основної маси реклами. Так виник відомий рекламний прийом – повторення однієї фрази. «Have you used Pears today?» («Ви вже користувались грушевим милом Піарс?») – з цієї фрази розпочинався кожен новий рядок, що, звичайно, не могло не привернути увагу читача [Детальніше про це. : 2].

За версією інших дослідників, приводом для виникнення слогана стала історія Р. Боннера, який був власником кількох видань. Він звернув увагу у «The London Times» на оголошення, кожний абзац якого починався із однакової фрази: «Daniel Smith and sons will sell at auction» («Даніель Сміт та сини будуть продавати з аукціону»). Таке нестандартне рішення відтоді стало популярним. У «New York Herald» був опублікований анонс, який складався із повторюваної 93 рази фрази: «ORION, the GOLD BEATER, is the title of Cobb's sensation story in the New York Ledger» («Оріон, золотий боєць», сенсаційна розповідь Кобба, опублікована у «Нью Йорк леджер»). Наступного разу видавець перевершив сам себе, опублікувавши у власній газеті фразу, яка повторювалася 600 разів: «Don't go home tonight without the New York Ledger» («Не повертайся додому без Нью Йорк леджер»). Науковці вважають, що саме багаторазове повторення однієї фрази стало поштовхом для появи слогану.

Отже, у слогані віддзеркалюється культурне середовище суспільства. Завдяки семантичній насиченості, рекламні слогани можна класифікувати як афоризми, приказки або прислів'я. У сучасному світі слоган функціонує як мовленнєвий критерій соціальної ідентифікації, через призму якого почасти відбувається осмислення культурних цінностей суспільства.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Бусел. К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2004. 1728 с.
2. Литвинова А. В. От заголовка к слогану: Эволюция рекламных текстов в Англии, США, России / А. В. Литвинова // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика». 1996. № 3. С. 30–35.
3. Ученова В. История рекламы / В. Ученова, Н. Старых, СПб.: Питер, 2002. 304 с.
4. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / Л. Шевченко, Д. Дергач, Д. Сизонов / за ред. Л. Шевченко. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2013. 240 с.

Мамедов Е. К., 3 курс, спец. ВМ, ХДАДМ

Науковий керівник: канд. іст. наук., доц. Чадаєва К. Ю.

СУЧАСНА СКУЛЬПТУРА ХАРКОВА

Сучасна скульптура зазнала помітних трансформацій з часу появи нових технологій. Тривимірне мистецтво значно розвинулося та згодом відходить від

скульптури до інсталяції, арт-об'єктів, відео-скульптури, аудіо-скульптури, реді-мейду, медіа-об'єктів, перформансу та інших [1].

Сучасні тенденції скульптурного мистецтва у м. Харків не стали винятком, харківські скульптори посідають важливе місце в світі української скульптури, наприклад: О.Рідний, В.Кочмар, І.Світличний та інші (іл.1).

При створенні своїх робіт митці прагнуть досягти виразності форми, пластичної неповторності, передати експресію і індивідуальність звучання образів. Причинами диверсифікованості пластичної мови є індивідуальна манера кожного митця та загальні глобалізаційні процеси.

Скульптурні традиції ХХІ ст. м. Харкова розпочались з подолання наслідків соцреалізму і процеси самоідентифікації; повернення до модерністських мистецьких течій та їх переосмислення з позиції сучасності; адаптація постмодерністських течій і репрезентація сучасного українського мистецтва на міжнародному рівні.

Схожі тенденції виявляє у розвитку скульптури України Л. Лисенко, поділяючи «сучасний скульптурний процес» на 2 течії – «академічну, літературно-символічну традицію», що функціонує у царині класичної художньої мови, та новітню, що відрізняється «скерованістю до дизайну». Тенденція «дизайнації» сучасного мистецтва, вбачаючи у цьому процес «поширення методів та засобів дизайну як художньо-проектної діяльності на всі сфери культури» [2].

Сьогодні харківська скульптура складає динамічну складову мистецтва поч. ХХІ ст., коли «розмова щодо універсализації переходить із зони естетичних студій чи біополітики у простір життя», а «зіткнення з мистецтвом» стає «не просто естетичним переживанням, а «онтологічною пригодою», де художній проект спроможний продемонструвати свою дієвість як соціальна скульптура, як інструмент у громадському просторі, як засіб трансформації та комунікації».

Щораз рідше можемо стверджувати, що сьогодні скульптура існує у тому ж вигляді, що й кілька десятиліть тому. Паралельно співіснують кардинально різні способи творення – від акціоністсько-медійних форм креації, які в пошуку актуального рішуче намагаються віддалитися від звичних моделей і схем, до класично-традиційних видів мистецтва, які твердо відстоюють естетичні цінності краси, гармонії та піднесеного.



Іл.1. В.Кочмар «Торс героя 2», 2013



Іл.2. Г.Іванова «Коллективне несвідоме або демонстранти і філософ», 2020

Сучасному українському глядачеві не завжди доступною є експериментальна мова творення, яку застосовує нова генерація митців, однак це не повинно стати приводом до відсторонення від цієї творчості, а навпаки – інтригуючим поштовхом досягнути досі незнане [3].

Більшість творів харків'ян завжди були пов'язані з класичною традицією пластики: з фігуративним мистецтвом, об'ємами людського тіла. Розмова на мові живих органічних форм – характерна риса харківської скульптури. Природно, що у творчості провідних майстрів рівень пластичних концепцій різноманітний, а втілення індивідуального бачення змістовне.

Дерево – улюблений матеріал багатьох скульпторів, серед харків'ян у творчій оборот його ввели О. Рідний та С. Мільченко. Після гранітних пам'ятників звернення до дерева – жест демосу. Стихія народного селянського мистецтва, робота сокирою є противагою помпезному академізму (іл.2).

Також розвивається напрямок концептуалізму, одним з перших представників якого є І. Світличний. Митець згодом відходить від класичної скульптури та працює зі звуком у напрямі аудіо-скульптури [5]. Так створюється можливість розширити змістову, емоційну характеристику пластичного об'єкта (іл.3).

Присутні і майстри, які тяжіють до монументальної скульптури – С. Ахмеді, В. Кочмар, В. Пірогов, К. Мамедов та С. Гурбанов.

Розглянемо сучасний стан харківської скульптури на прикладі виставки «Вінегрет» за кураторством О. Рідного. В експозиції були представлені 50 робіт харківських художників: скульптури, об'єкти та інсталяції, виконані в різних матеріалах і техніках (бронза, мармур, смола, граніт, кераміка, бетон, дерево та асфальт). На виставці були присутні як роботи молодих митців, так і досвідчених скульпторів. З виставки можна виокремити декілька

Іл.3. І. Світличний «Субобраз», 2014

напрямів: напрям пластичної скульптури (В. Кочмар, Ф. Бетліємський, С. Шауліс, К. Мамедов, Л. Якименко, О. Демченко та інші), напрям авангардної скульптури (О. Рідний, Г. Іванова, В. Пірогов та інші) та напрям концептуалізму.

Пошук дієвих засобів здійснення критично-культурного аналізу, активне усвідомлення художніх традицій призвело до розширення сьогодні харківської скульптури в публічному і немистецькому просторі та посилення його соціальної дії. Для нього характерне усвідомлення своєї ролі як важливої комунікативної ланки, що вибудовує нові зв'язки при осмисленні історичної пам'яті, оточення, постколоніального та пострадянського досвіду в сьогоденні, служить важливим маркером соціальних зрушень та здатне конструювати громадську рефлексію [5].

Отже, скульптурні традиції Харкова продовжуються через творчість нових поколінь сучасних митців, які унаслідували спадок харківської скульптурної школи та сформували нові принципи, в основі яких є синтез класичної скульптури та медіакommунікативних засобів, фігуративного мистецтва та абстрактного, формоутворення та концептуалізму.

Саме харківська скульптура стає провідною завдяки активному оновленню скульптурної мови, бажанню розкривати особливості сучасного світобачення і умінню не відмовлятися при цьому від багатовікової традиції правдивого виду мистецтва.

Література

1. Голубець О.М. Мистецтво ХХ століття: український шлях / О.М. Голубець. – Львів: Колір ПРО, 2012. – 200 с.
2. Лисенко Л. Українська скульптура у пошуках нової образності // Мистецтвознавство України: Зб. наукових праць. – К.: Фенікс, 2013. – Вип. 13. – С. 22–32

3. Одрехівський В. Українська скульптура ХХІ століття: проблема інтермедіальності та жанрово-видового синтезу / В. Одрехівський // Вісник Львівської національної академії мистецтв. - 2017. - Вип. 31. - С. 97-108. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnam_2017_31_10.
4. Художня культура України: Навч. посіб. / Л.М. Масол, С.А. Николо, Г.І. Веселовська, О.І. Оніщенко. – К.: Вища школа, 2006. – 239 с.
5. Савицька Л. Мистецтво Харкова в перспективі ХХ століття [Електронний ресурс] / Л. Савицька. – Режим доступу : <http://modern-museum.org.ua/shared/files/MaketHarkov6-27.pdf>

Mamedov E.K., 3-rd year of Fine Arts faculty, KSADA
 Scientific revisor: Associate professor, Phd, Hovorun A.V.

«READY-MADE» AS A MEDIATOR BETWEEN ART AND VIEWER

The term “ready-made” was first used by French artist Marcel Duchamp to describe the works of art he made from manufactured objects.

His infamous Fountain 1917, an upturned urinal, shocked the art world, raising the questions about what art is and the role of the artist.

Duchamp’s work was and still is critiqued rather extensively owing to its simplicity and specificity. Art is not just the creation of new things, but also perception of everyday things from a different points of view. The French artist aspired to provide a new, controversial definition of art as a conceptual comprehension rather than “any visual satisfaction”. He helped to show that things don’t need to be remarkably creative and complicated to be considered as art. His work has inspired many other artists since his time and has affected the course of history of contemporary art.

But there is a very important question: “What could make the toilet or a bag a work of art?”

Firstly, the selection of an object is itself a creative act of intellectual assessment. Secondly, by eliminating the function of an object it becomes useless, which makes it art. Thirdly, the unveiling and supplementing of a term or title to the object, giving it ‘a new thought’, a new meaning. Duchamp’s ready-mades also maintained the concept of identification of belonging to art, what is defined by the artist.

This move from artist-as-maker to artist-as-chooser is often seen as the beginning of the movement to. Consequently, it has raised the questions about the role of the artist, the object and their attitude to the viewers.

It is like a work of art whose name is taken away in order to use it as a useful tool. For Duchamp art is to liberate a thing from its direct practical functions, however not for aesthetic reasons, but for re-inventions of everyday life itself.

Duchamp took advantage of a simple gesture making an instrument out of art to free the life of every person and any item. Each object has its form and content, and “ready-made” wanted to deprive the object of its content and teach to perceive its form without limitation by its essence.

In other words, viewing a wheel, comb, bottle cap or a metronome in an art space forces the viewer to perceive the works offered to their attention in a new

way. Artists working with this genre aren't just modifying the statement about what art can be, but also how to explore it, as well: art viewing means directing the focus of the people on the unique story told by artists and curators, which develops into new creative process. Ready-made – is a way to rethink the matter, use an individual approach to each subject surrounding you. And most importantly, to accept an object without a “framework” created by its content and function.

References:

1. Duchamp M. Apropos of “Readymade” in *Esthetics contemporary*. N. Y., 1978.
2. Duve, T. de. *Zhivopisnii nominalism: Marsel Dushan, zhivopis' I sovremennost'* [Pictorial Nominalism: On Marcel Duchamp, Painting and Contemporary], trans. by A. Shestakov. Moscow, Gaidar Institute for Economic Policy Publ., 2012.
3. Greenberg C. *Art and Culture*. London, 1973.

Мамедов Е.К., 3 курс, спец. ВМ, ХДАДМ

Науковий керівник: ст. викладач, кафедри «АВМ» Шауліс К.К.

ТОТАЛЬНА ІНСТАЛЯЦІЯ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МИСТЕЦТВІ

Тотальна інсталяція – інсталяція, побудована на включенні глядача всередину себе, розрахована на його реакцію всередині закритого, без «вікон», простору, часто складається з декількох приміщень. Основне, вирішальне значення при цьому має її атмосфера, аура, яка виникає через фарбування стін, освітленості, конфігурації кімнат і т.д., при цьому численні, «звичайні» учасники інсталяції – об'єкти, малюнки, картини, тексти – стають рядовими компонентами всього цілого [1].

За допомогою тотальної інсталяції художник будує власний світ, демонструючи свій погляд на реальність. Мистецтво – це вигадана форма, вигадана історія. Коли потрапляєш у простір мистецтва, то там будь-які об'єкти, знаки і символи трансформовані художником – уявлені ним інакше. Тотальна інсталяція будується навколо усіх страхів глядача, які будь який простір вміщує в собі.

Тотальна інсталяція як мистецький термін сформульована художником І. Кабаковим близько 1986 року. Саме його вважають класиком просторового інсталювання, а знакову для пізньорадянського мистецтва роботу «Людина, що полетіла у космос зі своєї кімнати» — еталонним зразком тотальної інсталяції (іл.1). Глядач у ній стає невід'ємним елементом твору мистецтва поряд з представленими всередині об'єктами й елементами. І на думку І. Кабакова, ледве не увесь світ є глобальною тотальною інсталяцією [2]. Він народився в Дніпропетровську й час від часу (здебільшого в англomовних інтерв'ю) називає себе українським митцем.

Як вид мистецтва звичайна інсталяція поширилася в Україні наприкінці 1980-х рр. І наявні у творчості художників О.Бабака, В.Бахтова, О.Бородая, Г.Вишеславського, Л.Дульфана, В.Кауфмана, О.Лісовського, М.Маценка, В.Равського, О.Ройтбурда, А.Савадова, Г.Сенченка, В.Сидоренка, А.Степаненка, О.Тістола, В.Цаголова, І.Шейх-Заде та ін [3].

Але саме до тотальної інсталяції серед вказаних наблизився лише В.Цаголов. Роботи В. Цаголова запам'яталися тим, що глядач опинявся у



Іл.1. І. Кабаков «Людина, що полетіла у космос зі своєї кімнати», 1982

світі, побудованому художником, і там знаходив відповідь. Це і є тотальна інсталяція (іл.2).

В українському сучасному мистецтві до жанру тотальної інсталяції наближаються А. Кахідзе, Д.Ревковський та А. Рачинський, І. Світличний, Open Group, К. Бучацька, Д. Старусев, А. Клейтман та інші.

Розглянемо тотальну інсталяцію на прикладі проекту «Бешкетники» харківських художників Д. Ревковського і А. Рачинського(іл.3). Роботу було експоновано у Фінальній виставці номінантів Pinchuk Art Prize 2020 р. Проект представляє собою обмежений простір- спортивний зал,

який є штаб банди з Кривого Рогу – так званих бігунів.

У цій роботі художники А. Рачинський та Д. Ревковський досліджують найжорстокіші прояви соціокультурних процесів новітньої історії України. Художники розповідають про банди так званих «бігунів» та безпрецедентні за своєю жорстокістю вуличні війни за участі підлітків, що мали місце у Кривому Розі протягом 1980 – 1990-х років. У першій частині тотальної інсталяції автори відтворюють штаб однієї з банд та наповнюють його культовими для персонажів об'єктами та трофеями, відібраними у супротивників у ході сутичок. Друга частина відтворює не менш героїчну паралельну реальність: у ній розміщений інформаційний стенд про міліцію та розслідування справ малолітніх злочинців [4].

Отже, тотальна інсталяція покликана залучати глядача в простір художнього твору. Визначальне значення в роботі грає цілісність атмосфери, освітлення, середовища, що стаються асоціативним простором. Усі елементи інсталяції, як то малюнки, об'єкти, світло, звук, запах є тільки частинами єдиного цілого твору й не є самодостатніми. В українському мистецтві на даний момент дуже невелика кількість мистців, які б стабільно працювали у жанрі тотальної інсталяції. Та не зважаючи на незначну кількість художників цей жанр продовжує існувати та активно розвиватися у реаліях сучасного мистецтва.

Література

1. Ілья Кабаков. О тотальной инсталляции. Канц, 1994
2. Введеньський О. Трансавангард Іллі Кабакова [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://postup.brama.com/usual.php?what=26671>
3. Груева О. В. Інсталяція як новітня форма політичного акціонізму // Вісник Дніпропетровського університету. 2016.

Іл.2. В. Цаголов
«Студія
твердого
телебачення»,
1998



Іл.3.
Д. Ревковський
та
А.Рачинський
«Бешкетники»,
2020



4. Виставка 20-ти номінантів Премії PinchukArtCentre 2020 [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://new.pinchukartcentre.org/pac-prize-2020-shorlist>
5. Еремина І., Самусенко А. О предчувствии завтра и связи времен / Ирина Еремينا, Анна Самусенко [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://magazines.russ.ru/october/2009/2/er11.html>

Маслова А .П. IV курс каф. «Мультимедійний дизайн»
Керівник канд. мистецтвознавства, доцент Опалєв М.Л.

ОЗНАКИ ЯКІСНОГО ІГРОВОГО ТРЕЙЛЕРУ КОМП'ЮТЕРНОЇ ГРИ

У сучасному світі створення відеоігор є одним з найбільш великих сегментів індустрії розваг. Масштаби ігрової індустрії можна порівняти, наприклад, з кіноіндустрією. А за швидкістю розвитку за останні п'ять років індустрія відеоігор істотно її випереджає. Геймдев, або розробку ігор, неможливо розглядати відокремлено від індустрії комп'ютерних ігор в цілому. Безпосередньо створення ігор — це лише частина комплексної «екосистеми», що забезпечує повний життєвий цикл виробництва, розповсюдження та споживання.

вання таких складних продуктів, як комп'ютерні ігри [1]. Істотну роль в цій системі відіграють трейлери відеоігор. *Трейлер* — невеликий відеоролик, що складається з коротких і зазвичай найбільш видовищних фрагментів гри, який використовується для анонсування або реклами цієї гри. Трейлер може бути представлений як обробленою нарізкою з геймплея гри, так і повноцінним 2D або 3D-анімаційним роликом або відеофільмом з участю живих акторів. В якості трейлерів використовують іноді так звані «кат-сцени» — це епізоди в іграх із перериванням геймплею, на які гравець не може вплинути. Вони використовуються як внутрішньоігрове відео для розвитку сюжету, візуального представлення ігрового прогресу, або заповнення пауз в геймплеї. Трейлери демонструються скрізь, де вони можуть привернути увагу потенційного геймера: в рекламі у мобільних додатках (inapp-реклама), в соціальних мережах і онлайн ЗМІ, навіть на екранах телевізорів в торгових центрах [3].

Трейлер — це завжди перше і найважливіше враження для потенційного користувача. Трейлер для відеоігри має зацікавити, захопити та надихнути глядача на подальше ознайомлення зі світом комп'ютерної гри лише за декілька хвилин його перегляду. Успішний трейлер здатен залучити велику кількість користувачів. А трейлер, що стане не просто рекламою, а повноцінною складовою проекту, який глядач захоче аналізувати та переглядати — це справжній витвір мультимедійного дизайну і мистецтва. Для того щоб з'ясувати якими головними ознаками має володіти успішний трейлер, були проаналізовані деякі з найпопулярніших трейлерів за останнє десятиліття [2, 4].

Офіційний трейлер до комп'ютерної гри “The Elder Scrolls V: Skyrim”¹ від компанії “Bethesda Game Studios”, 2011 рік, відає приємною ностальгією в серцях мільйонів гравців, тому що свого часу саме він перетворив уявлення про відеоігри жанру фентезі і спонукав багатьох стати геймерами. Трейлер умовно можна поділити на дві частини. У першій нас знайомлять з героєм і його легендою, голос оповідача опановує увагою глядача, повільно занурюючи його в історію. У другій частині демонструється світ в якому буде все відбуватися, де ми бачимо елементи геймплею Дія відбувається під саундтрек, який за правом можна вважати одним з найвідоміших і епічних за всю історію виробництва відеоігор. Відеоролик гарно структурований і за менше ніж три хвилини дає можливість зрозуміти всі головні моменти гри. Динамічна анімація та музичний супровід точно передають атмосферу гри та викликають очікувану емоцію глядача.

Трейлер “Bounty” до комп'ютерної гри “Prey 2”² від компанії “Human Head Studios” 2012-го року вийшов досить багатообіцяючим, хоча сама гра так і не була створена. Протягом усього ролика головний герой бореться проти злочинців-прибульців. З першого погляду це звичайний та найтривільніший сюжет для ігрового трейлера, але все виконано так динамічно, що з'являється бажання ще і ще раз переглянути його. Вся дія відбувається під композицію відомого американського виконавця Джоні Кеша (Johnny Cash) — “Rusty Cage”, яка дуже влучно передає настрій та зухвальний дух головно-

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=JSRtYpNRoN0>

² <https://www.youtube.com/watch?v=0a78kzAffb4&feature=youtu.be>

го героя. За три с половиною хвилини, що триває відеоролик, глядач також встигає ознайомитися зі світом гри. Окрему увагу варто приділити якості графіки, яка для 2012 року має дуже високий рівень і навіть крізь темну кіберпанковську атмосферу трейлера можна оцінити реалістичність, що надає фільму своєрідну естетику.

Трейлер “Killing Monsters Cinematic”³ 2013-го року до комп’ютерної гри “The Witcher 3: Wild Hunt” від компанії “CD Projekt RED”, відповідає якості однієї із найкращих ігор XXI-го століття. Це далеко не єдиний трейлер гри, але конкретно його хочеться виділити за кінематографічну достовірність героїв і лаконічність сюжету, який в повній мірі відображає характер головного героя і атмосферу світу ігор на тему Відьмака. Не дивлячись на те, що трейлер все ж спрямований на тих, хто вже знайомий з цією історією, звичайний глядач має змогу насолодитися якісною графікою та динамічною анімацією, і навіть зробити певні висновки щодо атмосфери цього світу. Цей трейлер є дуже якісним прикладом побудови кінематографічного сюжету.

Офіційний трейлер для комп’ютерної гри “Dead Island”⁴ від компанії “Techland” 2011 року перевершив саму гру. Сюжет трейлеру на перший погляд здається звичайним — армія зомбі вчинила напад на будинок, де на той час перебувало декілька родин. Герої намагаються втекти від нападників та захистити свої рідних. Але щоб зрозуміти це, глядачу доведеться дивитися трейлер до кінця. Команда творців цього ролика використала відомий, але дуже вдалий прийом, як реверсивну зйомку, коли всі події відбуваються в зворотній послідовності. Це гарний прийом для концентрації уваги, який влучно підходить для таких простих сюжетів, щоб в міру зацікавити і не заплутати глядача. Доданий до цього драматичний саундтрек підвищує якісний рівень роботи.

Трейлер “E3 World Premiere Cinematic”⁵ для комп’ютерної гри “Assassin’s Creed Unity” 2014 року від компанії “Ubisoft” захоплює глядача та має багато хвалебних відгуків. Головна тема сюжету — це протистояння часів Великої французької революції за участю організації асасинів. Динамічна анімація боїв у поєднанні з пісню новозеландської співачки Лорді (Lorde) — “Everybody Wants to Rule the World” бездоганно створює революційний настрій та занурює глядача у свій світ. Візуально-звукова гармонія цього трейлера стоїть на дуже професійному рівні, що змушує неодноразово переглядати його та спонукає залучитися до світу ігор “Assassin’s Creed”.

Трейлер “Worldwide Reveal”⁶ 2015-го року для комп’ютерної гри “Mafia III” від компанії “2K Czech”, дуже атмосферний трейлер з цікавою побудовою сюжету. На початку трейлера ми бачимо головного героя, що в ночі їде машиною десь за містом та розмірковує на тему родини, що є найважливішим для будь-якого мафіозі. Далі кадри з головним героєм починають перегукуватися з кадрами з його минулого, які дають нам підказки про його долю. У наступному кадрі сценаристи застосували дуже цікавий прийом — головний

³ <https://www.youtube.com/watch?v=c0i88t0Kacs&feature=youtu.be>

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=lZqrG1bdGtg&feature=youtu.be>

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=xzCEdSKMkdU&t=1s>

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=j6dgC5RMRXs&feature=youtu.be>

герой через дзеркало заднього виду обертає свій погляд нібито до глядача. Це створює враження, що весь монолог був звернений особисто до кожного, хто переглядає цей трейлер, але насправді він звертається до пов'язаного чоловіка на задньому сидінні машини. Такий прийом можна назвати ілюзією руйнування четвертої стіни, уявної межі між вигаданим світом та реальністю, що є дуже сильним елементом впливу на емоції глядача. У наступній сцені головний герой тягне бранця до болота з крокодилами, продовжуючи розмірковувати. На задньому фоні ми бачимо, як під'їжджають ще машини і до нього виходять нові персонажі. Починає грати відома композиція “House of the Rising Sun” групи “The Animals”, яку дуже люблять використовувати у кримінальних історіях і яка стає фінальним акордом у цьому трейлері, яскраво підкреслюючи його настрій. Герой завдає поранення пов'язаному і залишає його на поживу зголоднілим крокодилам, виразно завершуючи свій монолог. Одразу виникає бажання передивитися ролик ще декілька разів, знаходити нові підказки до майбутнього сюжету гри, переслухувати глибокі роздуми головного героя та насолоджуватися реалістичною графікою.

Трейлер “Cyberpunk 2077 Teaser”⁷ для комп'ютерної гри “Cyberpunk 2077” 2019-го року від компанії “CD Projekt RED” має мінімум дій та надає максимум емоцій. Майже всі дії відбуваються в сповільненій зйомці, що додає епічності подіям і зважаючи на неймовірно реалістичну та якісну графіку, дає змогу оцінити всі її деталі. Тим більше що кадри побудовані так, що за час перебігу головних подій, глядач має нагоду ознайомитися зі світом гри. Музика у трейлері відіграє дуже важливу роль, за що його можна навіть сплутати з музичним кліпом. Пісня англійської групи “Archive — Bullets” дуже влучно передає атмосферу та настрої історії, показаної у трейлері, створюючи контраст швидкості музики та статичності дії.

Провівши аналіз усіх вищезазначених прикладів ігрових трейлерів, можна виділити головні ознаки, які зробили їх дійсно якісними та популярними у світі гейм-дизайну та за його межами.

1. Вдалих трейлер повинен захопити глядача з перших секунд, і це, можна сказати, є найважливішим. Якщо такого ефекту не буде, глядач навіть може не додивитися його до кінця, що робить сам трейлер непотрібним, бо він не виконує свою головну функцію — рекламу відеогри.
2. Не потрібно створювати занадто довгі трейлери, це зовсім не раціонально. Навіть найцікавіший трейлер набридає, якщо триває надмірно довго, що обертається в невиправдану витрату часу, сил та інших ресурсів.
3. Логічний сюжет є найголовнішим елементом концентрації уваги глядача. Розповісти увесь сюжет гри за такий короткий час просто неможливо, тому дизайнери та сценаристи трейлерів повинні вміти створити інформативний та зрозумілий контент, що буде здатен влучно відобразити головну ідею, атмосферу та емоції проекту.
4. Емоційна складова дуже важлива для всієї ігрової індустрії, та особливо для ігрового трейлера. Пошук нових емоцій — це те, що спонукає грати в

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=P99qJGrPNLs&feature=youtu.be>

відеоігри, тому у трейлері вона має бути відображена якомога яскравіше, щоб захопити і надихнути глядача на придбання самої гри.

5. Статика та динаміка композиції дуже тісно пов'язані з емоційною складовою, це захоплює і змушує глядача переглядати трейлер знову і знову, щоб ще раз насолодитися естетичністю анімації, що робить саму гру більш привабливою.
6. Професійна композиція кадрів. За такий короткий час повинні бути показані тільки найвигідніші кадри, які своєю естетикою будуть здатні захопити глядача. До того ж, якісний монтаж є дуже важливою складовою для побудови логічної послідовності сюжету, а незвичайні композиції сконцентрують увагу глядача.
7. Ніщо інше не відобразить атмосферу та настрої гри так, як вдало підібраний саундтрек та звукові ефекти.
8. Кінематографічні прийоми, такі як: уповільнена зйомка, стоп-кадри, реверсивна зйомка та інші, здатні зробити трейлер набагато цікавішим та виділити його на фоні решти подібних роликів.
9. Також, важливу роль в створенні правильної атмосфери і логічної композиції, виконують такі технічні прийоми як: перспектива, паралакс, використання панорами, освітлення та спецефекти.

Висновок. Створення якісного трейлера, що надовго запам'ятається глядачу – процес досить багатокомпонентний. Дійсно професійний та успішний відеоролик потребує такої ж сильної та професійної команди та немалого бюджету, тому не кожна компанія може собі це дозволити, зважаючи на всі інші витрати. Але треба пам'ятати, що трейлер має дуже сильний вплив на аудиторію та подальше просування гри, і його якість відобразиться на всьому проекті. Через це компаніям слід приділяти набагато більше уваги створенню якісного ігрового трейлера.

Література:

1. Игровая индустрия: геймдев (gamedev) : веб-сайт. URL: <https://hsbi.hse.ru/articles/igrovaya-industriya-geymdev/> (дата звернення: 19.10.2018).
2. Лучшие трейлеры видеоигр: веб-сайт. URL: https://genapilot.ru/best-video-game-trailers#11_Cyberpunk_2077 (дата звернення: 24.10.2018).
3. Как делаются видеоролики для игр: веб-сайт. URL: <https://habr.com/ru/company/alconost/blog/220805/> (дата звернення: 24.10.2018).
4. Самые продаваемые игры в истории: веб-сайт. URL: <https://habr.com/ru/post/398293/> (дата звернення: 24.10.2018).

Мотренко Вікторія, 3 курс, спец. «Графічний дизайн»

Наук. керівник: к. філол. н., доц. кафедри українознавства Борбунюк В.О.

ВЗАЄМОДІЯ ДИЗАЙНЕРА ТА КЛІЄНТА: ТОНКОЩІ СПІЛКУВАННЯ

Професія дизайнера спрямована на створення дизайну певного продукту. Однак вміти візуалізувати ідею для успішної діяльності замало. Одним із інструментів роботи дизайнера є спілкування, зокрема із замовниками. Щоб результат співпраці був плідним, а процес роботи приємним для обох сторін, дизайнеру важливо знати основні правила кожного етапу спілкування.

Так, на етапі встановлення контакту із клієнтом, тобто початку спілкування, потрібно з'ясувати бажання співрозмовника та скласти план подальшої роботи. При цьому важливим є вміння ставити запитання та вміння слухати, щоб визначити траєкторії руху проєкту та виділити ключові моменти створення дизайну. Демонстрація поваги й уваги до співрозмовника допоможе уникнути непорозумінь і невдоволень у подальшому.

Дизайнери, зазвичай, дуже болісно сприймають зауваження та критику на свою адресу. Для пояснення ідеї часто використовується аргумент «Я так зробив(ла), тому що мені так подобається». У контексті висловлювання слова «мені подобається» демонструють зверхність над клієнтом та показове нехтування його бажаннями. Така фраза є помилкою у спілкуванні. Доцільно аргументувати свою позицію, наводячи переконливі докази. Аргументування – важливий засіб переконання.

Під час подальших зустрічей та консультацій із замовником, потрібно лаконічно й дохідливо викладати інформацію, добираючи такі мовні засоби, які вдало допомагають презентувати свою роботу. Як правило, клієнтові важко зрозуміти дизайнерське рішення без пояснень. Тож дизайнер повинен уміти не тільки візуалізувати, але і вербалізувати свою ідею.

А. Шонессі, британський дизайнер, справедливо стверджує: «Якщо гарну ідею відкидають, почасти причиною цього є неправильна подача, а не сама ідея» (переклад наш. – В.М.) («When a good idea is rejected, it is often the presentation of that idea that is being rejected, not the idea itself») [1, с. 21]. Презентація ідеї настільки ж важлива, як і сама ідея. Дизайнер повинен навести умотивовані твердження на користь саме такого рішення, не переобтяжуючи свою мову професіоналізмами і термінологією. Якщо вживання певного терміну не уникнути, бажано використовувати альтернативні слова, тобто синоніми: ескіз – замальовка, верстка – монтаж елементів сторінки, графема – форма букви, трекінг – відстань між буквами тощо. При цьому мова повинна бути правильною, змістовною, логічною, виразною.

Отже, сучасний дизайнер для досягнення професійної мети повинен володіти навичками ефективного спілкування. Від мовленнєвої культури дизайнера, зорієнтованої на бездоганне професійне спілкування, напряму залежить професійний успіх.

Література

1. Shaughnessy, A. (2010). *How to Be a Graphic Designer without Losing Your Soul* – London, Laurence King Publishing. – 176 p.

Набокова Ю.А., 2 курс кафедри «Мистецтвознавство» ХДАДМ
Наук. керівник: Осадча О.А., викладач кафедри «Мистецтвознавство»

ОБРАЗНО-СТИЛІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ІКОНИ М. ВРУБЕЛЯ «БОГОРОДИЦЯ З ДИТЯМ»

Ікона «Богородиця з дитям» - твір сакрального-монументального живопису, що був виконаний для іконостасу Кирилівської церкви в Києві М. Врубелем у 1885 році. Основою стала на цинкова пластина. Зображення написано олійними фарбами, з нанесеним зверху шаром позолоти. Розміри композиції - 202 x 87 см.

Над ескізами до ікони Врубель працював у Венеції. Одним з джерел натхнення, як це відмічають дослідники, для нього стала венеційська школа епохи Відродження. Попри це, він додав роботі свій темний, насичено-багрянний, холодніший (містичний, символічний) колорит, що не був притаманний ані світлій венеційській гаммі, ані давньоруській іконі, де мафорій Богородиці зображувався теплим криваво-червоним кольором. Це у порівнянні кольорів «Богородиці з дітям» з полотнами видатного майстра венеційської школи відродження Тіціаном, твори якого Врубель міг бачити у Соборі Санта-Марія Глоріоза деї Фрарі. Йдеться про тіціанівські «Успіння Богородиці (1516-1518pp.) та «Мадонна Пезаро» (1526). Кольори титана Відродження виконані в класичній венеційській гаммі – світлі, насичені, яскраві колористичні комбінації, що створюють легкий, піднесений настрій. Переважають світло-блакитні, сині, червоні, зелені та вохристі або золоті відтінки. Така палітра не резонує зі світловідчуттям молодого М. Врубеля, з його зануренням у вимір символізму, біля витоків якого в російському мистецтві він стояв в той час. Митець вчився живопису та формував свою власну, насичену драматизмом та глибиною складних кольорів, художню мову.

Цікаво, що до поїздки у Венецію його розписи Кирилівської церкви були більш наближені за стилем до православного сакрального живопису - давньоруського та візантійського. Найбільш даний аспект помітний в техніці зображення банок. Його «Ангели з лабарамі» з лінеарним чітким ритмом банок не мали тої об'ємності, матеріальності, ваги та світлотіні, що він використав під час перебування в Венеції в іконах до Кирилівського іконостасу. «Ангели з лабарамі» декоративні, витримані в червоно-синьо-вохристій гаммі. За твердження І. Марголіної, «сам Врубель вважав, що в цій роботі він найближче підійшов до Візантії».

Одяг в образах іконостасу презентовано реалістично, з відчуттям його фізичного виміру. Мафорій Богородиці прописаний глибокими багряними та темно-червоними фарбами. Вгадується фактура тканини, можливо оксамит, на тлі якого особливо виразно виділяється яскраво білий бавовняний одяг дитя. Атласна подушка на троні відблискує та прикрашена перлами намиста. Все сприймається як дуже матеріальне, земне, об'ємне. Ця матеріальність в іконі підтримується оточуванням - оформленням іконостасу. Мармурові білі капітелі напівколон суголосні білій сорочці дитя, а блакитно-сірі тіла колон відтіняють золотаво-багрянний колорит ікони, та перегукуються із сірою глибою пристолу, на якому сидять Богородиця з Дітям. Золоте тло контрастує з одягом Богородиці по тону, тепло-холодності та фактурі, що додає ще більше високої матеріальності тканині.

Полотно має видовжений вертикальний формат, прямокутний в нижній частині та скруглений аркою зверху. Поєднання квадрату (символ Землі) та кола (символ Неба) часто використовувалося в сакральному живописі для передачі єдності протилежностей, що формують цілісність світобудови. Висота в два метри дозволила виконати фігуру Богородиці в більш ніж натуральний зріст. Іконостас, на відміну від настінних розписів, розрахований на можливість споглядання з близької відстані, тож гіпертрофований

масштаб зображення додає величності композиції. Траєкторія погляду людини починається з лінії ніг, та далі, по висхідній, підіймається вгору до святого лика.

Композиція аналізованої роботи центрична, симетрична, статична, збалансована. Її виражений вертикальний ритм дублюється та підсилюється фігурою Богородиці по центру та маленьким силуетом Дитя. Бічні сторони трону підтримують основні вертикальні візуальні лінії та гармонійно поєднуються з краями полотна та вертикалями мармурових колон іконостасу обабіч. Попри домінування вертикалей, горизонтальний ритм також впливає на сприйняття композиції, надаючи їй більшої статичності. Головна горизонталь, поверхня сидіння, ділить висоту полотна навпіл, що в поєднанні з довгою центральною вертикаллю постаті Богородиці, утворює хрестоподібну структуру. Велике коло німба Богородиці візуально суголосне овалу арки, маленький німб їх дублює та підсилює. Так підкреслюється квадратність нижньої частини, що асоціюється зі сферою земного (горизонталі та вертикалі трону, підставки для ніг), та круглість верхньої, небесної ділянки (напівкругла арка, німби). В останніх трьох образах іконостасу спостерігається така ж тенденція поділеності полотна на дві половини - верх (небо, легкість, круглість, золото) та низ (земля, темність, важкість, реалістичність).

Надзвичайний вираз обличчя Богородиці привертає увагу як мистецтвознавців, критиків, так і просто поціновувачів мистецтва. Про портретну схожість Богородиці з Емілією писали син Прахових, а також живописець Микола Мурашко, що бачив ікону в Венеції. Врубель ще в Києві зробив цілу низку нарисів та добре запам'ятав риси моделі. Технічно виразності такого обличчя митець досягав поступовим ліпленням форми, як скульптор, але починаючи не з загальних форм та об'ємів, як прийнято в академічному живописі, а з окремих частин, ніби при створенні мозаїки. Одне яблуко М. Врубель опрацьовував як у мармуровій скульптурі. Про таку деталь, як зіниця, він казав: «Але я її не чіпаю, тому що вона мені заважає точніше зкруглити, охарактеризувати форму ока». Лице Богородиці емоційно виразне, сумне, у лінії розширених очей зчитується жах перед неминучою долею її дитя. Такими виразними дрібницями як нахилом голови, опущеними кінцями вуст, ледь піднятими вгору бровами Богородиці М. Врубель ліпить саме ту емоцію, яку хоче донести глядачу. Очі маленького Ісуса - великі та сумні.

Ще один виразний засіб зобразити емоційний стан статичної фігури - пластика рук. Права рука Ісуса завмерла в канонічному жесті благословення, друга - тримає сувій. Жести дитя М. Врубель виконав згідно церковного канону. Богоматір тримає сина сильно пригорнувши правою рукою його до себе, наче намагаючись захистити, не віддати. Саме цей жест, разом із виразом очей, проникливо зображає материнські почуття персонажу. На відміну від ідеальних, спокійних, Мадонн епохи Відродження, в цій Богоматері відчутна земна жінка. Друга її рука покійно лежить на колінах. У цих двох жестах виражена символічна амбівалентність людської психіки – покійність Божественній волі та любов до власної дитини.

Нестеренко А.О., 5 курс спец. «Станковий живопис», ХДАДМ
Науковий керівник: *Єрмакова Т.С.*, доктор педагогічних наук, доцент

МОДЕРНІЗАЦІЯ ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

У сучасному глобалізованому світі з стрімким розвитком цифрових технологій зміни відбуваються в усіх сферах людського життя і, звичайно, педагогічна освіта в цьому не виключення. Освіта і виховання – процеси соціальні. Відомий німецький історик педагогіки К. Шмідт говорив, що лише той в змозі зрозуміти істинну науку сучасної педагогіки, хто сам вжився в історію педагогіки [1].

У зв'язку з розвитком суспільства гостро постає проблема модернізації педагогічної освіти. В. Бех пояснює це тим, що саме освіта, як соціальний інститут, є тим механізмом, завдяки дії якого постійно самовідтворюється соціальне тіло як окремої країни, так і соціального світу взагалі [2]. Водночас, чимала кількість наукових досліджень присвячена проблемі модернізації педагогічної освіти. Серед дослідників – О. Анісімов, Г. Балл, В. Бех, Г. Васянович, С. Гончаренко, І. Зязюн, М. Коган, В. Кудін, В. Паламарчук, І. Підласий, О. Чалий та інші. Педагогіка повинна швидко реагувати на трансформацію у суспільстві. Усталені концепції, методи, форми мають відповідати сучасним парадигмам і відповідати запитам суспільства. Тому актуальність модернізації педагогічної освіти, в Україні зокрема, є очевидною.

Педагогіка відіграє важливу роль у вихованні нашого суспільства, виконуючи наступні задачі: формування системи знань про історико-педагогічний процес; використання сучасних форм виховання; вміння застосовувати найкращі здобутки педагогічної мудрості у своїй майбутній професійній діяльності; формування основ педагогічної майстерності; розширення професійного світогляду та інші. С. Гончаренко було визначено, що педагогіка є наукою про навчання і виховання підростаючих поколінь» [3, с. 250], у свою чергу І. Підласий вбачає сучасну педагогіку наукою «... про виховання людини ... включаючи освіту, навчання, розвиток» [4, с. 10]. Тобто, виходячи із визначення поняття «педагогіка», проблема модернізації педагогічної освіти стає необхідною.

Модернізація – це пошук інновацій, які відображають історичний розвиток суспільства, нові прийоми і методи, завдяки яким найкраще вирішуються завдання та цілі педагогіки. В умовах сучасного розвитку країни повинна відбутися зміна пріоритетів в педагогічній діяльності. «Освіта в Україні як демократичній державі повинна орієнтуватися насамперед не на потреби господарчі, а на потреби людські, враховуючи у такий спосіб і проблеми господарчі», – підкреслює І. Зязюн [5, с. 20].

Модернізація педагогічної освіти – це суспільна проблема. Необхідність модернізації педагогічної освіти сформувалася під впливом розвитку цілої світової системи. Модернізації педагогічної освіти слугують ефективні засоби педагогічної галузі, створюючи ефективний механізм модернізації. Саме тому існує необхідність у більш ґрунтовному аналізі новітніх педагогічних технологій, що використовуються сьогодні для підготовки фахівців. Але розпочинаючи пошуки шляхів кардинального оновлення теорії педагогічної

освіти на сучасному етапі, треба проаналізувати світоглядні, ідеологічні та методологічні підстави цього процесу.

Наразі актуальною є необхідність впровадження гуманістичної педагогіки, де педагог є не пасивним виконавцем чужих педагогічних ідей, а яскравою творчою індивідуальністю. Такий педагог здатний розробити власну педагогічну концепцію, яка передбачає ефективні шляхи виховного процесу. Поступово, з розвитком самої системи освіти до педагогіки впроваджуються новітні технології, які слугують розвитку здібностей, можливостей та інтересів кожної особистості. Сучасна освіта педагога полягає в модернізації методологічних засад, створення нових форм освітньої діяльності, пошуку інноваційних технологій стимулювання та реалізації духовного і творчого потенціалу кожного. Застосування сучасних технологій дає змогу підвищити ефективність навчального процесу, сприяє формуванню своєрідного фундаменту для розвитку більш складних творчих якостей. У сучасному суспільстві виникає необхідність формування «сучасного» педагога з високим рівнем професійної підготовки, який готовий до творчого пошуку, до індивідуального стилю роботи. Такий педагог готовий до безперервного професійного саморозвитку.

У сучасному освітньому просторі стрімкими темпами розвивається дистанційна форма навчання, що зумовлено змінами в інформаційному суспільстві. Тому педагог повинен вміти використовувати новітні інформаційні технології у навчальному процесі. Модернізація педагогічної освіти включає в себе високі вимоги сучасного ринку праці до кваліфікованого фахівця. Сучасний педагог повинен володіти віртуальним інформаційним середовищем. Форми та засоби дистанційної освіти формують у студентів навички самостійного навчання, розвивають бажання самовдосконалення, урізноманітнюють вміння застосовувати сучасні засоби для роботи з різними видами електронних навчальних ресурсів. Вміння працювати з інформацією та медіатекстами стає необхідною складовою медіакомпетентності педагога.

Таким чином, необхідність модернізації педагогічної освіти сформувалася під впливом розвитку цілої світової системи. Вона є важливим моментом і визначається суспільним характером.

Список використаних джерел:

1. Наукова бібліотека України. URL: www.info-library.com.ua
2. Бех В.П. Генезис соціального організму країни. Запоріжжя: Провіта, 2000. 288 с.
3. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. Київ, 1997. 364 с.
4. Подласый И.П. Педагогика. Новый курс: В 2-х кн. Кн.1. М., 1999. 258 с.
5. Зязюн І.А. Гуманістична стратегія теорії і практики навчального процесу. Рідна школа. 2000. № 8. С. 20.

Нєсмєянова Т.С., 4 курс кафедри графічного дизайну
Наук. керівник: Бідьдер Н.Т., доцент ХДАДМ

ІНСТАЛЯЦІЯ В КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО АКТИВІЗМУ

Формоутворення є важливою складовою дизайну як такого, а однією з найяскравіших його форм є інсталяція. Суть будь-якої інсталяції – це

наочне вираження концепції автора за допомогою різноманітних способів та предметів, а також пошук сенсів та можливих варіантів розширення виникаючих перед людиною проблем. Інсталяція допомагає простежити форми взаємодії людини з навколишнім простором, оскільки є об'ємною і сама формує простір. Таким чином глядач поринає в ілюзорний світ інсталяції, намагається зрозуміти його зсередини, тож саме через таку форму сучасний дизайн може піднімати важливі соціальні та політичні питання [1].

На сьогоднішній день особливо актуальне осмислення через інсталяцію різноманітних способів взаємодії людини і навколишнього середовища. Оскільки світовою громадськістю [2] визнаний надзвичайний кліматичний стан на планеті, а екологічні проблеми стали свого роду нормою існування сучасного світу, громадяни економічно розвинених країн почали більш відповідально ставитися до власного впливу на навколишнє середовище [3].

Графічний дизайн є гарним інструментом для розголосу важливих соціальних питань. В даному випадку якісний графічний дизайн може вдало та ефективно інформувати людей про існуючі екологічні проблеми, а також залучити їх до вирішення цих проблем.

Громадські організації екологічного спрямування постійно працюють над якомога ефективнішим привертанням уваги громадськості та політиків до існуючих екологічних проблем. Для влаштовуються акції: марши, кінопокази, пікніки, лекції, майстер-класи тощо [5].

Проаналізувавши способи комунікації з громадськістю українських, а також філіалів міжнародних екологічних ГО можна виявити такі особливості: акцент на швидкому привертанні уваги, використання методу нейромаркетингу. Плакати, буклети та стікери, які активісти ГО приносять з собою на акції – яскраві, з влучними короткими виразами, тематичними зображеннями чи фотографіями негативних екологічних явищ, до яких активісти звертають увагу.

Таким чином, можна зробити висновок, що українські та світові про-екологічні громадські організації роблять акцент на швидкому інформуванні про сам факт існування проблеми, проте не розкривають перед потенційними споживачами весь (чи принаймні частковий) спектр проблем, задля висвітлення яких і проводяться акції. Такі дії не є доцільними в контексті розповсюдження інформації та заохочення людей до дій, оскільки не викликають тривалої зацікавленості проблемою.

Для вирішення даної проблеми деякі ГО обирають спосіб актуалізації через художню діяльність, а саме створення інсталяції.

Інсталяції та інші художні об'єкти на тему екології створюють не тільки громадські організації та активісти даного спрямування, але й незалежні художники, іноді навіть школярі в рамках тематичних громадських акцій [4].

З огляду на глобальний тренд сьогодення до візуального оформлення будь-якої інформації, а також використання інсталяції для поширення соціальних питань у площині культури, можна припустити, що актуальність даного методу у боротьбі за збереження екосистем та клімату буде тільки зростати.

Література:

1. Демшина А.Ю. Визуальное искусство в ситуации глобализации культуры: институциональный аспект. – Изд-во «Астерион», 2015.
2. Губар О. 11 тисяч вчених попередили про «надзвичайний кліматичний стан» // <http://surl.li/aoeu> (дата звернення 3.02.2020).
3. Тренди-2019: свідома екологічність // <http://open.kmbs.ua/trends-2019-go-green/> (дата звернення 5.02.2020).
4. Екологічне виховання в закладі загальної середньої освіти. // <https://www.pedrada.com.ua/article/2304-ekologichne-vihovannya-v-zaklad-zagalno-seredno-osvti> (дата звернення 7.02.2020).
5. How To Climate Strike. Greta Thunberg // <https://docs.google.com/document/d/1vzhamVa5k1dYnUAvcxO6hF9MbtXHGVTnY2he5rkOSA4/edit#heading=h.majj0yryn4qq> (дата звернення 7.02.2020)

Нотченко Х.О., 4 курс, спеціалізація «Дизайн тканин та одягу», ХДАДМ
 Науковий керівник: к.т.н., доц. Пасічник В.О.

ЖІНОЧИЙ ОДЯГ ДЛЯ КУРОРТНОГО ВІДПОЧИНКУ. ІСТОРІЯ, АНАЛІЗ, ТЕНДЕНЦІЇ

Круїзна колекція (англ. Resort collection, Cruise collection) – міжсезонна колекція, реверсія весняно-літньої колекції бренду. Така колекція виходить в кінці зими і зазвичай передують тенденції майбутнього сезону. Вона охоплює ділові, вечірні, пляжні, спортивні моделі.

Історія виникнення курортного одягу припала на початок 20 століття. Тоді став дуже популярний відпочинок на курортах. Найкращим місцем для відпочинку аристократів того часу був південь Франції. З розвитком курортного відпочинку виникла необхідність в легкому та зручному одязі. Починаючи з 20-х і закінчуючи передвоєнними роками, першими дизайнерами так званих курортних колекцій стали Коко Шанель, Жан Пату, Ельза Скіапареллі.



Рис. 1 Моделі з колекцій Versache Resort 2020 та Balmain Resort 2020



Рис. 2 Моделі з колекцій Chanel, Erdem, Valentino Resort 2020

Натхненна поїздкою на море, Коко Шанель відкрила для себе комфорт і привабливість у простій тільняшці, яку стала і сама носити, а потім використовувала для створення своїх колекцій для відпочинку. Крім того, в колекції увійшли широкі штани, шорти, а також в'язані светри в смужку і берети. Так тривало аж до початку Другої світової війни. Згодом в права вступила комуністична ідеологія, яка тримала під строгим контролем абсолютно всі сфери життя людей, в тому числі й моду.

В середині дев'яностих популярними стали дівчата *jet set*, які дуже часто подорожували. Гардероб таких дівчат найчастіше становили легкі вбрання з шифону та шовку. Саме завдяки таким мандрівницям дизайнери стали знову створювати круїзні колекції.

Відновив традицію круїзного вбрання бренд Chanel у 1999 році, яка була під керівництвом Карла Лагерфельда. У круїзну колекцію від Карла входили чорні коктейльні сукні, яскраві костюми і жакети, стильні капелюшки, сонцезахисні окуляри і, звичайно, прикраси з перлів.

З цього моменту будинки мод стали розробляти курортний одяг для можливих клієнтів, які планують провести кілька тижнів в період різдвяних і новорічних канікул у теплих, екзотичних країнах. У таких колекціях враховується, що клієнт може проживати в країні, де в той період, коли він збирається на відпочинок, холодна погода, а йому знадобляться легкі речі. Круїзні колекції призначені для того, щоб давати можливість відправитися відпочивати в будь-який час року.

В круїзних колекціях як правило продумуються всі нюанси відпочинку. Колекції поєднують в собі комфортний одяг для денного часу, прогулянок, подорожей, спортивних занять, пляжу, а також одяг для вечірок – вечірні та коктейльні сукні, відповідне взуття, також передбачені й теплі речі для прохолодної погоди. Курортний одяг в круїзних колекціях, як правило, виконаний з екологічних тканин – бавовни, попліну, батисту, шовку, джинсової тканини, тканин з мікрофіброю, які доволі легко упакувати та за



Рис. 3 Моделі з колекцій Chloe, Carolina Herrera Resort 2020



Рис. 4 Модель з колекції Fendi Resort 2020

якими легко доглядати в умовах подорожі.

Одними з основних стилів в круїзних колекціях є морський, гавайський, сафарі, джинсовий одяг, одяг з екзотичними та етнічними мотивами.

В круїзних колекціях присутні супутні аксесуари: головні убори, сонцезахисні окуляри, легке відкрите взуття та взуття для прогулянок.

Головними трендами цього сезону одягу для відпочинку стали тема дикої заходу де багато бахроми, шкіряних курток, ковбойських елементів та аксесуарів, яскравий одяг з принтами: сукні, спідниці та штани у колекціях Versache та Balmain (Рис.1).

Також не виходять з моди і квіткові візерунки. Таку гру з квітами запропонували у круїзних колекціях Chanel, Erdem, Valentino (Рис.2).

Цього сезону модним кольором став відтінок головної індійської приправи – куркуми. Такий сонячний колір показали у своїх колекціях: Chloe, Carolina Herrera (Рис. 3).

Шкіряні речі все більше набирають популярність та добре поєднуються з іншими речами із жіночого гардероба. На прикладі луку від Fendi бачимо чудове поєднання відтінків чорного та карамелі (Рис. 4).

Література:

1. Енциклопедія моди. Курортний одяг, журнал «Casual» 2008-2020. Електронний ресурс URL: <https://www.casual-info.ru/shopping/1480/28080/>
2. Маркова Ю. Круїзна колекція. Електронний ресурс URL: <https://www.passion.ru/style/modnyy-slovar-k/kruiznaya-kollekciya-73439.htm>

Окунєв Д.В., 4 курс, «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. Світнєва Н.Ф.

ІНФОГРАФІКА ЯК СУЧАСНА МОВА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Структурування візуального контенту має сьогодні широке розповсюдження й використовується майже усюди. Розробкою принципів візуалізації інформації займається насамперед графічний дизайн. Інформаційна графіка у повсякденному житті є затребуваною практично в усіх видах діяльності. Використання графічних образів допомагає комунікувати широким масам людей, які можуть розмовляти різними мовами й не розуміти один одного, але доречно використана графіка в змозі донести сенс без використання засобів вербальної комунікації. Тобто, візуальна мова є універсальним способом швидкого зв'язку між представниками різних сфер діяльності або групами населення.

Початком структурування візуальної інформації можна вважати Віденський метод, який розробили Марі й Отто Нейрат з Гердом Арнцем. У 1935 році вони назвали цей метод ISOTYPE (з англ. «International System Of Typographic Picture Education» — «Міжнародна система навчання типовому зображенню»). ISOTYPE — метод зображення соціальних, технологічних, біологічних та історичних зв'язків у графічній формі. Він включає в себе набір стандартизованих і абстрактних графічних символів для подання соціально-наукових даних, а також правила комбінування символів за допомогою послідовного повторення [1].

Під час проектування ISOTYPE О. Нейрат і Г. Арнц намагалися прийти до того, щоб мінімально використовувати текст. Як приклад вони наводили ситуацію, коли людина в іншій країні змогла усвідомити, про що йдеться, лише по зображенню поряд з текстом. Саме так і з'явилося поняття «міжнародна графічна мова». Її мета полягала у тому, щоб «представити соціальні факти в наочній формі» та оживити «мертву статистику», зробивши її візуально привабливою і такою, що запам'ятовується. Гаслом було: «Краще запам'ятовувати спрощені картинки, ніж забувати точні цифри» [2]. Під час проектування графічних елементів, Г. Арнц прагнув до максимально лаконічної форми та практичності. Простота відтворення і легкість тлумачення — основні принципи створення знаків і піктограм у системі Віденського методу [4: 59].

Основним прийомом у системі ISOTYPE стало використання піктограм, які О. Нейрат назвав ізотипами. Перші правила цієї графічної мови були опубліковані О. Нейратом у 1936 році у книзі «International Picture Language, The first Rules of Isotype» (Міжнародна мова зображення, перші правила ізотипу). Одне з базових правил ізотипу полягає в тому, що великі значення видаються

не збільшеною піктограмою, а великою кількістю піктограм однакового розміру. Колір у графічній системі грає другорядну роль. Форма важливіша за колір, тому автор виділяє сім базових кольорів для системи: білий, синій, жовтий, зелений, червоний, коричневий і чорний. При цьому основний колір завжди має бути чорним або чорно-коричневим. Загалом кольори використовуються, щоб показати належність до якоїсь теми або акцентувати увагу на конкретних елементах. В одному з розділів книги досліджується математичний взаємозв'язок графічних об'єктів. Пропонується розміщати об'єкти горизонтально зліва направо, повторюючи логіку читання. Таке розміщення вважається легшим для сприйняття й порівнювання інформації у системі [3: 29–30].

Віденський метод швидко набрав популярності, бо практичне використання йому знайшлося майже в усіх галузях суспільства. Лаконічні та зрозумілі зображення полегшували життя людей. Принципи створення графіків і статистик набували характер візуальних образів, а не сухих і складних діаграм з великим масивом тексту. Це полегшувало сприйняття завдяки тому, що люди мислять образами й асоціаціями. Візуальне підкріплення тексту було дуже вдалою ідеєю, бо було зрозумілим для усіх соціальних верств населення. Завдяки своїй універсальності ISOTYPE отримав світове визнання, що дало поштовх до його подальшого розвитку. Сьогодні ми маємо самобутній напрямок дизайну, що полегшує людям життя. Графічні дизайнери використовують інфографіку майже усюди — у класичних діаграмах та статистичі, соціальних мережах і різноманітних інтернет-ресурсах, на телебаченні й у поліграфії.

Висновок. Чим більший обсяг інформації, тим простіше має бути візуальна мова її представлення. Мова має бути зрозумілою для всіх верств і прошарків суспільства. Мета інформаційної мови — позбутися мовного бар'єру між людьми та зробити комунікацію більш доступною й універсальною.

Література:

1. Bresnahan. K. «An Unused Esperanto»: Internationalism and Pictographic Design, 1930–70. Design and Culture. 2011. Vol.3, №.1. P. 5–24.
2. Neurath O. Gesammelte Bildpädagogische Schriften. Vienna : Hölder-Pichler-Tempsky, 1991. 655 S.
3. Малышева О.А., Лаптев В.В. Изотайп Отто Нейрата. Cultural Studies and Art Studies. Интерактивная наука. 2016. № 3. С. 29–31.
4. Швед О. В. Инфографика радянского периода как культурный феномен. Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. 2014. №II (6). С. 58–63.

Опанасенко С., 3 курс кафедри «Мистецтвознавство» ХДАДМ

Наук. керівник: Осадча О.А., викладач кафедри «Мистецтвознавство», ХДАДМ

ФЕМІНІСТСЬКЕ МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО Г. ПОЛЛОК ТА Л. НОХЛІН

Феміністське мистецтвознавство – це критична експертиза і візуальних уявлень про жінок в мистецтві, і мистецтва, створеного жінками. Початок його формування припадає на 1970-ті роки. Цей напрямок візуальних студій

спрямований на модернізацію репрезентації гендерних відмінностей в мистецтві.

Грізельду Поллок традиційно відносять до феміністських мистецтвознавців. З появою фемінізму як інтелектуального та теоретичного руху відкриваються можливості використовувати його в науковому дискурсі, спираючись на його головну тезу, що стать не існує сама по собі. Феміністська думка ставить під сумнів «природність» походження стереотипних тез про відмінності між гендерами та наполягає на їх рівності. Для Грізельди Поллок фемінізм – це частина історичної боротьби, яка розпочалась ще сторіччя тому, за модернізацію сексуальних відмінностей. Ця подія відбувається одночасно через вивчення мистецтва, оскільки мистецтво є одночасно символічною та естетичною діяльністю, афективною сферою, що виховує емоції, та одним із засобів, завдяки яким ми пізнаємо себе. Фемінізм абсолютно не ворожий до естетичних питань, торкаючись тих тенденцій, які стосуються не лише виміру формально-пластичного, але й режимів зображення та репрезентації. Грізельда Поллок дуже точно відмічає, що не існує феміністської історії мистецтва, але є феміністські втручання в історію мистецтва. Замість таких категорій як «феміністське мистецтво» вона пропонує думати про феміністську проблему як таку. Мисткням не вистачає включеності в загальні структури, процеси, і навіть жінки, які досліджують їх доробок, були відчужені та зупинені межами власної уяви та нав'язаних переконань. З фемінізмом, на думку Г. Поллок, вперше можливо досягнути універсальності у вивченні власного голосу.

Лінда Нохлін – американська історикня мистецтва, професорка та письменниця, одна з ведучих спеціалістів у вивченні феміністського мистецтва. Вона перш за все прибічниця теоретичної еkleктики та свого роду опортунізму в теорії візуальних студій. Тому її увага спрямована на формування засобів для розуміння та контекстуалізації питань, що виникають в результаті аналізу арт-об'єктів. Нохлін шукає критичне позиціонування, яке є фундаментом її дослідницької роботи. Вона прагне ревізії усіх набутих понять, навичок впевненої та заздалегідь запрограмованої поведінки, якими переповнене мистецтво. В «Реалізмі» (1971) Л. Нохлін демонструє, що особисте є політичним, а політичне – особистим. Ця теза стала лейтмотивом усього феміністичного руху 1970-х років. Це той текст, завдяки якому вона входить в феміністичний дискурс. На її думку, феміністичний підхід стосується всього людства, а не лише жінок.

Роботи великих феміністок приносять свої результати. Мистецтво стало сферою вільного висловлювання думок та позицій, пов'язаних з соціальними питаннями, красою, сприйняттям, уявленням та емоціями. Воно впустило в себе жінок, дозволяючи відійти від нетворчого, рутинного світу чи «жіночої праці». На сьогоднішньому арт-ринку присутні чимало художниць, що вирізняються космополітизмом, освіченістю та мобільністю, експонуючи свої проекти в різних арт-центрах по всьому світу.

Поклад Валентина, 3 курс, спец. «Графічний дизайн»

Наук. керівник: к. філол. н., доц. кафедри українознавства Борбунюк В.О.

ТРАНСЛІТЕРАЦІЯ, ТРАНСКРИПЦІЯ, КАЛЬКУВАННЯ: ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПЕРЕКЛАДУ БРЕНДІВ

В умовах світової глобалізації компанії прагнуть вийти на зарубіжні ринки. Як наслідок, постає проблема перекладу бренду з урахуванням культурних і мовних особливостей кожної країни. Деякі з брендів при «перекладі» з метою збереження специфіки іміджу фірми залишаються оригінальними, а інші – з метою наближення до національного споживача трансформуються. На думку Д. Алессандро (David F. D'Alessandro), генерального менеджера «John Hancock», «бренд – це не просто реклама або маркетинг. Це все, що приходить на думку людині щодо продукту, коли вона бачить його логотип або чує назву» (переклад наш. – В. П.) [2, с. 15].

Існують три основні принципи перекладу власних імен, а саме: транслітерація, транскрипція та калькування. Транслітерація (від лат. trans – «через», «по той бік» і litera – «літера») – механічна передача тексту й окремих слів однієї графічної системи засобами іншої графічної системи, тобто передача однієї писемності літерами іншої. Наприклад, «Coca-cola» («Кока-кола»), «Toyota» (Тойота), «BMW» («БМВ»). Транскрипція (від лат. transcribo – «перепишую») – запис, мета якого послідовно відтворити звуковий склад слова, зважаючи на вимову. Наприклад, «AIA Group» («Ей-Ай-Ей груп»), «Ebay» («Ібей»), «Citibank» («Сітібанк»). Калькування (від фр. calque – «копія, наслідування») – механічний переклад слів і висловів. Наприклад, «World Health Organization» (Всесвітня організація охорони здоров'я), «ANZ» («Банківська група Австралії і Нової Зеландії»).

Згідно зі статистикою, найбільш поширеним видом перекладу брендів є транскрипція [2, с. 39]. Суть такого відтворення бренду полягає не в перекладі смислу, а в передачі емоційної складової, з урахуванням того факту, що потенційні клієнти належать до різних культурних соціумів і говорять різними мовами.

Однак труднощі з іншомовною рецепцією брендів залежать і від інших причин. Наприклад, неймінгу (від. англ. product naming – найменування продуктів) – вибору назви для продукту чи бренду. У деяких випадках назва бренду для іншомовного реципієнта може мати інший зміст. Так, зубні пасти «Crest» від «Procter & Gamble» для Росії, України, Польщі, Болгарії та деяких інших країн були перейменовані на «Blend-A-Med». Напис «crest» мовами цих країн читається як «хрест», що викликає у потенційного покупця негативні асоціації.

Наведемо інші приклади мовної адаптації. Наприклад, іспанський бренд «Danone» у США пишеться по-іншому. Для американського споживача логотип розпадається на два слова – чоловіче ім'я Dan і числівник one. З огляду на це відбулася буквенна трансформація «Danone» на «Dannon».

Назва компанії «Ашан» походить від назви французької місцевості Hauts champs, батьківщини засновника компанії Жерара Мюльє. Hauts champs у

перекладі з фр. означає «високі поля» і вимовляється французькою «про шам». Компанія була зареєстрована у Росії як ТОВ «Ошан». Відповідно до правил російської орфоєпії ненаголошений звук «о» звучить як «а». З метою уникнення подвійних тлумачень і помилок у документах назву компанії для слов'янського ринку офіційно було змінено на «Ашан».

Переклад синонімів є ще однією проблемою адаптації брендів в іншомовному середовищі. Відомі «Think different» від «Apple» і «Just do it» від «Nike» – це слогани із трьох складів, які при перекладі українською збільшуються до п'яти-шести: «Думай інакше» та «Просто зроби це» відповідно. Бренд репрезентує себе у друкованих і візуальних засобах масової інформації, вуличній рекламі тощо. Спосіб функціонування впливає на мову рекламного тексту. При цьому значущим є не тільки кількість слів, але і кількість складів і навіть літер. На жаль, мова перекладених рекламних текстів не є бездоганною: впадає в очі невиправдане калькування іноземних брендів з російської мови, як-от: «Нова колекція Самуа. Кожного дня в тебе закохуються заново» (правильно – знову), «Nivea обертає гоління на задоволення» (правильно – перетворює) тощо.

Незважаючи на існування правил і норм перекладу власних назв і найменувань, проблеми у перекладі назв і слоганів брендів існують. Як слушно зазначають науковці, «потрібно знати про об'єктивні діалектичні протиріччя, досліджувати культуру і ринок, а головне, елементарно зрозуміти відображення найменування продукту бренду з точки зору його значення, стилістичного і культурного сприйняття цільовою аудиторією, щоб уникнути, у кращому випадку, конфузу і економічних збитків, а в гіршому – міжнародного конфлікту» (переклад наш. – П.В.) [2, с. 55].

Завжди слід пам'ятати, що переклад брендів – це не тільки бездоганне володіння мовою, але і мистецтво міжкультурної комунікації. Назва кожного бренду містить інформацію у згорнутому вигляді не лише про фірму-виробника, а й про країну, її культуру та традиції. Завдання перекладача полягає у відтворенні іншомовного тексту не буквально, а адаптовано, тобто «розкодуванні», точній передачі змісту оригіналу відповідно до норм української літературної мови.

Література

1. Кравченко А. В. Особливості перекладу найменувань брендів / А. В. Кравченко // Тези 71-ої наукової конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів університету. Полтава : ПолтНТУ, 2019. Т. № 1. С. 316–317.
2. Личенко И. В. Специфика перевода наименований брендов с английского языка на русский / И. В. Личенко. Челябинск, 2018. – 65 с.
3. Чернышева А. М. Брендинг: учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова [Электронный ресурс]. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 504 с. DOI: <https://studme.org/36910/marketing/brending>

Порохняк О.В., 3 курс скороч., «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. Сбітнева Н.Ф.

ІНФОГРАФІКА: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ

Інфографіка є візуальним об'єктом, створеним з метою передачі інформації, і представляє собою поєднання зображення та тексту, але не у сполученні, а у вигляді цілісного інформаційного повідомлення.

Наприкінці ХХ ст. з'являється ряд нових технологій, методів і технік в математиці, інформатиці, статистичному аналізі. Водночас, цифрові технології дали нові можливості для створення графіки, вводу та відображення інформації, аналізу великих масивів даних [1]. Ці технології стимулюють використання інфографіки в багатьох сферах життєдіяльності, таких як засоби масової інформації, наука, бізнес і маркетинг, освіта і навіть мистецтво. Кожен рік з'являються нові типи візуальних об'єктів, що передають інформацію. Водночас спростився процес створення більш популярних типів інфографіки. Існують десятки сервісів зі створення діаграм, таблиць і графіків.

Таке різноманіття й доступність інфографіки є безперечним плюсом на шляху її розвитку, але водночас створює певні труднощі. Дизайнерам-практикам важко обрати конкретний тип відображення даних, а користувач може неправильно зчитувати інформацію внаслідок помилкового вибору дизайнера. Водночас аматорські роботи створюють додаткову плутанину й погіршують загальне уявлення про інформаційну графіку. Частковим рішенням цієї проблеми може стати єдина класифікація способів відображення даних (типів інфографіки), використовуючи яку, дизайнер зможе обрати потрібний й йому в даному завданні спосіб візуалізації.

За довге існування інфографіки було зроблено багато спроб класифікувати її. Наприклад, Г. Майер розглядав графічне зображення і на координатному полі, і на географічній мапі: відповідно виходили діаграми і картограми [2]. Інша класифікація, зроблена Ж. Бертенном, була більш структурованою. Інфографіка оцінювалася з позиції графічного образу, який може бути символічним або геометричним [3]. Потім було багато спроб класифікувати інфографіку за такими критеріями як: графічний образ, математична модель, наявність або відсутність хронографічної шкали, за структурою діаграм, за типом геометричної побудови тощо. Раз за разом класифікації ускладнювались і стали дуже масивними та незрозумілими для того, хто не займається статистичним аналізом [4].

На зразок, візьмемо перелік інструментів візуалізації, що містить 37 позицій, який публікує російський дизайнер Ю. Ветров [5]. Усі позиції розділяються на 9 класів, а чітких критеріїв класифікації немає. Критеріями (класифікаційним ключем) водночас виступають: зовнішня схожість інфографіки, тип даних, окремі характерні риси. Дана класифікація не має чіткої систематизації, певні об'єкти суперечать за класами, а її практичне застосування може лише заплутати дизайнера.

Тому було вирішено створити власну класифікацію засобів візуалізації, яка б допомогла дизайнерам обрати потрібний в даній ситуації тип інфографіки. Головний критерій класифікації — тип даних, що будуть відображені.

	Класи:		
Групи:	Числові дані та відсотки	Структури та системи	Просторово координатні дані
Один тип даних	Кругова діаграма Площадна діаграма Стовпчата діаграма	Блок-схема Діаграма циклічного процесу Хмара тегів Дерево зв'язків	Географічна карта Фотографічна карта Тематична карта
Кілька типів даних	Графік Гістограма Радарна діаграма	Неформалізована блок-схема Діаграма Сенкі Таблиця Діаграма Гантта	Схема маршрутів Архітектурний план Картограма

Усього існує 3 класи:

- 1) числові дані та відсотки;
- 2) структури та системи;
- 3) просторово-координатні дані.

Кожен із вказаних класів розділяється на 2 групи за кількістю типів даних:

1 група: інфографіка для одного типу даних. За допомогою цих інструментів візуалізації легко показати та порівняти декілька значень (об'єктів) одного типу. Наприклад, процент від загальної кількості (кругова діаграма), взаємозв'язок елементів з однієї системи (блок схема), контури на координатній сітці (карта).

2 група: інфографіка для кількох типів даних. Більш складна інформація потребує більш складних схем. Наприклад, показати прогрес за декількома показниками впродовж кількох років допоможе гістограма, а додаткові статистичні дані з координатами розташуються на картограмі.

Кожному типу інфографіки може бути надано місце в класифікації. Як приклад, автор взяв перелік інструментів візуалізації з інтернет-статті Ю. Ветрова і розмістив кожен з них у власний класифікатор, який оформлений у вигляді таблиці (табл.1).

Висновок. Інфографіка як засіб візуалізації інформації стала надзвичайно актуальною в епоху мережевого спілкування. Постійний і швидкий обмін даними прискорив процес сприйняття інформації у всього інтернет-активного суспільства, зробив людей нетерплячими щодо великих масивів тексту. Візуальні засоби представлення інформації стали набувати популярність завдяки оперативності і зручності, але за умов вдалого й доречного використання. Популярність та різноманіття засобів інфографіки, привели до проблеми вибору візуального інструменту, з якою може зіткнутися практи-

куючий дизайнер. При цьому існуючі інструменти класифікації інфографіки, які створені дизайнерами є недоробленими та плутаними. Тому в ході роботи була створена власна класифікація засобів візуалізації інформації. Представлена у вигляді таблиці, ця класифікація може дати пораду дизайнеру в усьому різноманітті сучасної інфографіки.

Література:

1. Friendly M. Milestones in the history of the matic cartography, statistical graphics, and data visualization. URL: <http://www.math.yorku.ca/SCS/Gallery /milestone/milestone.pdf>. (дата звернення: 02.12.2019).
2. Майер Г. Закономерность в общественной жизни. Статистика народонаселения. Нравственная статистика. Теория статистического метода / пер. с нем., под ред. Н.Н. Романова. Москва: Товарищество И.Д. Сытина, 1899. 482 с.
3. Бызов Л. А. Графические методы в статистике, планировании и учете / предисл. акад. С. Г. Струмилина. Москва: Госпланиздат, 1940. 244 с.
4. Лаптев В. В. Проектные основы инфографики: учеб. пособие. Москва: АВАТАР, 2016. 287 с.
5. Ветров Ю. Визуализация данных: классификация. URL: <http://experiment.ru/technologies/data-visualization-1/> (дата звернення: 02.12.2019).

Пугачова Д.Р., IV курс каф. «Мультимедійний дизайн» ХДАДМ

Керівник канд. мистецтвознавства, доцент Опалев М.Л.

ЖАНРОВА СПРЯМОВАНІСТЬ РОЗВИТКУ VR-ІГОР

Актуальність даної теми полягає в тому, що віртуальна реальність тільки входить у доступність простим користувачам завдяки суттєвому здешевленню пристроїв виводу інформації. Ця технологія вже використовується в освіті, науці, дизайні, військовій сфері, для розваг і т. ін. *Віртуальна реальність* (англ. *Virtual reality, VR*) — різновид реальності в формі тотожності матеріального й ідеального, що створюється та існує завдяки іншій реальності. У вужчому розумінні — ілюзія дійсності, створювана за допомогою комп'ютерних систем, які забезпечують зорові, звукові та інші відчуття [3]. Основна особливість VR-моделі — це створена для користувача ілюзія його присутності в змодельованому комп'ютером середовищі, яку називають дистанційною присутністю. Відчуття дистанційної присутності в меншій мірі залежить від того, наскільки природно виглядають зображення середовища, ніж від того, як реалістично відтворюються рухи і наскільки переконливо VR-модель реагує на взаємодію з користувачем [4].

Віртуальною реальністю користуються в іграх. Найпоширенішим засобом занурення у неї є так звана «гарнітура віртуальної реальності», яка виглядає як шолом, або окуляри, які одягаються на голову людини. Принцип роботи такого шолома доволі простий. На розташований перед очима дисплей виводиться відео в форматі 3D. Прикріплені до корпусу гіроскоп і акселерометр відстежують повороти голови і передають дані в обчислювальну систему, яка змінює зображення на дисплеї в залежності від показань датчиків. Бюджетним варіантом такої гарнітури є пристрій з використанням смартфона, який вставляється в корпус окулярів. Зараз кожний сучасний

смартфон має вбудований гіроскоп, який створює якісне відчуття присутності, як і в попередньому випадку. Також в обох випадках ці гарнітури виводять якісний звук і навіть вібрацію. У підсумку, користувач має можливість «озирнутися» всередині віртуальної реальності і відчувати себе в ній, як в реальному світі. Велика кількість комп'ютерних ігор, де використовується віртуальна реальність, дозволяє розробити їх систематизацію. Ми розглядаємо найбільш популярні приклади ігор.

Авіасимулятори — симулятор польоту на певному повітряному судні. Симулятори почали використовуватись для тренування пілотів. Зараз це, мабуть, найбільш розвинена сфера віртуальної реальності. Поступово ці розробки стали адаптуватись в сферу комп'ютерних ігор, оскільки бажання політати за штурвалом реального повітряного транспортного засобу завжди приваблювало велику кількість геймерів. Відповідно жанр авіасимуляторів став одним з найбільш затребуваних і популярних серед користувачів віртуальної реальності. “WarThunder”, розробник: “Gaijin Entertainment”, — одна з кращих авіаігор на ринку з максимально правдоподібним управлінням і пропрацьованим геймплеем. Вона займає почесне перше місце серед ігор цього жанру. В інтернеті можна знайти багато прикладів геймплеїв і навчальних відео цієї гри. Слід відмітити, що вона надихнула художників-аніматорів польської студії “Platige Image” створити в 2010 році короткометражний фільм “Paths Of Hate”, де вони філософськи осмислили прагнення людини до руйнуючої ненависті¹. “StarWars”, розробник “ILMxLAB”, — дуже популярна серед фанів однойменної серії фільмів. Частиною епізодів цієї гри є космічні бої². “Vanguard V”, розробник: “ZeroTransform”, — інді-гра, що представляє політ ігрока в інопланетних пейзажах³. В ній симулюються атаки на противників за допомогою наведення прицілу головою. Інші популярні авіасимулятори — “Thumper”, “Eve Valkyrie VR”.

Автосимулятори також використовується в навчанні. Але найбільшої популярності вони набули саме в жанрі відеоігор, в якому гравець керує автомобілем. “Project CARS”⁴, розробник “Slightly Mad Studios”, — лідер серед гоночних симуляторів з підтримкою віртуальної реальності на даний момент. Великий парк машин, широкі можливості тюнінга, і звичайно захоплюючий мережевий режим. Окрім цього автори детально проробили навколишні локації і погодні умови. Подібним реалістичним симулятором автомобільних гонок з великим автопарком є “Live For Speed”, розробника “Victor van Vlaardingen”. “Blaze Rush”, розробник “Targem Games”, — динамічні фантастичні аркадні гонки на виживання, присутня можливість мережевої гри. Популярні також автосимулятори: “Assetto Corsa VR”, “Euro Truck Simulator 2”, та інші.

Екшн — жанр рольових відеоігор, в якому важливу частину займає активна дія. Ці ігри в першу чергу націлені на швидкість реакції гравця, є найдинамічнішим жанром серед ігор віртуальної реальності. “Baskhead”, роз-

¹ <https://vimeo.com/17053492>

² <https://www.youtube.com/watch?v=3tzTnnxrxsb8>

³ <https://www.youtube.com/watch?v=i1EZ01JwY74>

⁴ <https://www.youtube.com/channel/UCvo1uDCDrst5WrfkYNMkP3g>

робник “VRLINES” — симулятор баскетбольного кільця⁵. Основне завдання гравця — зловити максимальну кількість м'ячів, що летять на нього за допомогою руху головою в шоломі. “Motorbike”, розробник: “baKno Games”, — управління мотоциклом на раллі, вчинення трюків і подолання перешкод. У грі “Hat Trick Header” розробника “no-rast” є можливість гравцю відчувати себе справжнім футболістом, відбиваючи головою футбольні м'ячі, що летять на нього.

Шутери — жаргонна назва жанру відеоігор, основу ігрового процесу яких складає стрільба зі зброї по цілях, зазвичай ворожо налаштованих до ігрока. Є піджанром *екшн*. Часто симулюють реальні тактичні дії, але в більшості таких ігор розробником спроектовані фантастичні персонажі і локації. “GTA 5” і “Battlefield 4” (vorpX), розробники “Rockstar North” і “DICE”, — дві ігри цього жанру, які користуються великим попитом⁶. Працюють за допомогою стороннього драйвера (vorpX), але за якістю занурення у віртуальну реальність не поступаються своїм аналогам. Ігри “ZVR Apocalypse”, “Left 4 Dead 2” (vorpX), “Arizona Sunshine” натхненні численними фільмами про зомбі апокаліпсис, де потрібно виживати, відбиваючись від голодних мерців. Іншими популярними шутерами є “Doom VFR”, “RAW Data”, “Robo Recall”, “Vanishing Realms: Rite of Steel”, “Fallout 4VR”, “The Elder Scrolls 5: Skyrim VR”, “Hover Junkers”, “Serious Sam: Last Hope”, “Arktika 1”, “Chronos”, “Superhot VR”, “Onward”, “Sairento VR”.

Хорор — наступна жаргонна назва ігор жанру Survival horror натхненому літературою та фільмами жаху. Хорори по праву є одним з найбільш затребуваних жанрів у віртуальній реальності, що дозволяють зануритись у психоделічну атмосферу. Гра “Affected”, розробник “Fallen Planet Studios” — найстрашніший на даний момент хорор з декількома рівнями та страшними сценами⁷. В дуже реалістичному фільмі “Dreadeye” розробника “Digital Happiness” треба протриматись заданий час, сидячи в кріслі. Одним із перших хорорів у віртуальній реальності стала гра “Don't Let Go!” розробника “Skydome Studios”. Тут гравець повинен сидіти за столом і утримувати пару кнопок на клавіатурі, щоб протриматися певний час. Безумні персонажі, похмура атмосфера і надприродні явища зустрічаються в хорорі Paranormal “Activity: The Lost Soul”, “Syren”. Локації цієї гри — кімнати старовинного особняка, розташованого десь у лісі.

Навчальні відеоігри — група відеоігор, розроблених для навчання людей будь-якого віку. Вони надають інформацію стосовно якогось об'єкту чи об'єктів, змінюють уявлення про ці об'єкти, популяризують ідеї та концепти, допомагають у вивченні якихось навичок. В основному ці ігри створюються для дитячої аудиторії, в них головною метою є дослідження всесвіту. “Jungle Dino”, розробник “eiNpictures”, дозволяє досліджувати світ, наповнений динозаврами⁸. Titans of space, розробник “DrashVR LLC”, — це політ по сонячній системі між планетами і супутниками. “Sight Line”,

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=QkjjjMOQmjI>

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=MiHD99WzHec>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=kBpFx-ixBiM>

розробники “GrooXius”, “Louis Arrigon”, “Ondrej Pultar”, — трансфер по привабливим локаціях.

Розваги — цей жанр віртуальних ігор призначений для спокійного проведення часу та сімейного дозвілля. “Senza Peso” розробників “Kite & Lighting”, — це практично відеофільм у віртуальній реальності із незвичайними спецефектами та барвистими пейзажами⁹. Гра “I Expect You To Die” розробника “Schell Games” є однією з найбільш захоплюючих інтерактивних ігор. Квест, в якому гравцю в ролі спецагента необхідно вибратися з літака, що летів сидячи в машині. Це повноцінна гра, створена для віртуальної реальності з додаванням специфічної механіки і зручного управління. “Minecraft” розробників “Mojang AB”, “Xbox Game Studios”, “Telltale Games”, “4J Studios”, “Other Ocean Interactive” є найпопулярнішою інді-грою в стилістиці піксель-арту. Популярними іграми, розробленими з метою розваг, також є “L. A. Noire: The VR Case Files”, “Pool Nation VR”, “Lone Echo”, “Star Trek: Bridge Crew”, “Rick” and “Morty Simulator: Virtual Rick-ality”, “Obduction VR”, “Rock Band VR”, “Batman Arkham VR”, “Climb VR”, “Job Simulator: the 2050 arkhives”, “Wilson’s Heart”, “Surgeon Simulator VR: Meet The Medic”, та інші.

Висновки. Віртуальна реальність надає нові можливості для користування комп’ютерними іграми, які вже доступні рядовому гравцю. Зараз розробляється багато ігор у різних жанрах та для різного віку для програвання в гарнітурах доповненої реальності. Головними на ринку жанрами є різновиди симуляторів, таких як *авіасимулятори* та *автосимулятори*. Активним запитом на ринку користуються ігри жанру *екшн*, і особливо його піджанру — *шутери*. Ігри жанру *хорор* викликають максимальне враження саме в віртуальній реальності. Затребувані також *навчальні* ігри. Напрямок *розважальних* ігор користується максимальним попитом і є особливо різноманітним. Нажаль, ігри такого популярного напрямку, як *інді*, для віртуальної реальності майже не розробляються. Можливо, це пояснюється специфічними особливостями ринку ігор. Аналізуючи наведені численні назви ігор можна сказати, що переважна більшість з них є перевиданням комп’ютерних версій, які пізніше були пристосовані до віртуальної реальності. Це можна пояснити «тестовим» етапом у розвитку ігрової індустрії. Але можна сподіватись, що самостійних VR-проектів буде ставати все більше і більше.

Література:

1. Ігри для PlayStation VR, доступні прямо зараз : веб-сайт. URL: <https://www.playstation.com/ru-ru/explore/playstation-vr/games/> (дата звернення: 01.10.2019).
2. Михеев О. Лучшие VR-игры для ПК : веб-сайт. URL: <https://hype.ru/@id103/luchshie-vr-igry-dlya-pk-n9qесо30> (дата звернення: 24.11.2019).
3. Носов Н. А. Словарь виртуальных терминов. Труды лаборатории виртуалистики. 2000. Вып. 7. 69 с.
4. Розенсон И. А. Основы теории дизайна : учеб. пособие. Санкт-Петербург, 2006. 224 с.
5. ТОП 5 ігор у віртуальній реальності : веб-сайт. URL: <https://habr.com/ru/post/388397/> (дата звернення: 01.10.2019).

⁸ https://www.youtube.com/watch?v=i4J_LljcLA4

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=lrq0KRbRkIU>

Різниченко О.В. IV курс каф. «Мультимедійний дизайн» ХДАДМ
Керівник канд. мистецтвознавства, доцент Опалєв М.Л.

САУНД-ДИЗАЙН ЯК ОСНОВА ІНТУЇТИВНОГО СПРИЙНЯТТЯ МОУШН-ДИЗАЙНУ

Основною метою даної роботи є вивчення закономірностей використання звукового супроводу в сфері моушн-дизайну. Нашим завданням є проаналізувати, як звуковий ритм, мелодія або нарація¹ можуть впливати на емоційне та смислове навантаження відеоряду. Розглянуто наукові праці про вплив звуку на психоемоційний стан людини. Емоційність звукового супроводу — це важлива частина виробництва різного виду продуктів моушн-дизайну, починаючи з коротких некомерційних анімацій і закінчуючи фрагментами голлівудських блокбастерів.

Дизайн звуку є технічною формою мистецтва в багатьох відношеннях. Для запису та редагування звуків часто використовують спеціальне обладнання та програмне забезпечення. Саунд-дизайнер, щоб досягти бажаного ефекту, повинен насамперед мати великий багаж знань у роботі з цим обладнанням, та досвід робочого процесу. Проте, запорука успіху не тільки залежить від технологічної складової. Гарний звуковий дизайнер обов'язково повинен мати низку творчих здібностей, щоб передбачити і створити звуки, які відповідають усім вимогам дизайну ролику, та продукують збалансовану візуально-звукову картину. Як казав Джордж Лукас: «Звук — це половина успіху» [2, 5].

Звук — це коливання, які сприймаються сенсорною системою людини і тварин. Більшість явищ у природі супроводжуються характерними звуками, які сприймаються та розпізнаються слухом і служать для орієнтування та спілкування. Специфіка сприйняття коливальних рухів частинок повітря слуховим апаратом людини зумовлює поділ звуків на приємні, гармонійні (звуки мови, музичні звуки, спів птахів) та звуки зі специфічним спектральним наповненням, часто небажані та дратуючі, які визначаються як шум [4]. Виходячи з цього, коливання з біологічної точки зору можуть викликати специфічні емоції, а якщо їх підібрати правильно, то саунд-дизайнер може вміло викликати потрібні емоції для більшої зацікавленості глядача у візуальному ряді анімаційного твору. Музика і будь-який звук діють як своєрідний психоемоційний асоціативний ряд. Вченими було доведено, що люди інтуїтивно розпізнають ту чи іншу мелодію і підсвідомо класифікують її за критеріями емоційного навантаження. Крім того, дослідження показують, що в основному люди мають приблизно однакові асоціації щодо одних і тих самих композицій. Даний феномен вчені пояснюють однаковою будовою слухового апарату та інших сенсорних органів, які допомагають нам сприймати коливання [1].

Яскравим прикладом гармонійного поєднання звукового та візуального ряду є проєкт «RESONANCE»² американської студії дизайну “SR Partners” спільно зі студією звукового дизайну “Clear Cut Pictures”. Учасників про-

¹ Нарация (від англ. «*narration*») – це використання письмового чи розмовного коментаря для донесення історії до аудиторії [3].

² <https://vimeo.com/25186640>

екту запропонували виконати невеликий ролик на задану тему, розділивши на пари — моушн-дизайнер та звуковий дизайнер. Аналізуючи даний відео матеріал, можна помітити пряму залежність відео від ритмічності музики. Разом вони створюють гармонійний ансамбль, де якщо прибрати хоча б один елемент композиції або музичного супроводження, втрачається повнота емоцій та цілісне сприйняття анімаційного твору.

Також цікавим прикладом є проект німецького дизайнера Фредеріка Дозана та саунд дизайнера Ванді Рока під назвою “Hurlevent” (з французької «штормград»)³. В цьому анімаційному ролику описується становлення писемності людства з початку часів існування первісної людини та зародження мов до сьогодення, перехід людства до цифрової ери. Достатньо агресивний відеоряд виконаний з використанням шрифтів, які формують обриси персонажів, поєднується з таким же агресивним і різким музичним супроводом, що підкреслює тривожний настрій відео. Важливо зауважити, що в цій анімації гармонійно поєднуються моменти тихої меланхолійної музики з неймовірно хаотичними та гучними звуками. Такий прийом, як звуковий контраст, замість того щоб згладити відеоряд, навпаки підкреслює гучні моменти. Це створює яскравий моторошний емоційний відклик у глядача.

Говорячи про важливість саунд-дизайну, не можливо не згадати також рекламний фільм “Write The Future”⁴ для компанії “Nike”, який вийшов у 2010 році та отримав кілька престижних нагород. Протягом 3 хвилин, майже без реального діалогу чи голосу, авторам вдається розповісти історії декількох окремих гравців професійного футболу, поки розгорталась гра. Мета такої реклами — надихнути та мотивувати, ставлячи нас на місце гравців під час епічних моментів гри. Хоча динамічний монтаж є найважливішим компонентом для об’єднання сюжетів в цій роботі, звуковий дизайн тут займає центральне місце, будуючи напругу та надаючи неймовірний заряд енергії протягом всього рекламного ролика. Музика ніби витікає з кадра в кадр. Відповідно змінюється енергія натовпу, наче диктує глядачу, як себе почувати. У динамічній звуковій суміші виникають зупинки, і тоді з’являється тривалий момент напруги у вигляді класичного звукового прийому «під водою», де сповільнюється час. Цей прийом виводить публіку на кульмінаційний момент. Динамічний звук — це те, що дозволяє захоплювати увагу, не використовуючи голосовий коментар як основний носій інформації.

Ще одним прикладом надзвичайно майстерної гри зі звуком та графікою є музичний кліп японського творця Кеїта Оніші (Keita Onishi) “Dynamics of the Subway”, який є частиною дебютного альбому гурту «Haisuinonasa». Кліп починається з одноманітного звуку постукування, поки на екрані ми спостерігаємо як невеличкий м’ячик відбивається від невеликої поверхності. З часом предметів стає більше, як і звуків у відео. Під кінець аудіо та візуальний ряд формує абстрактний образ метро, а звуки, наповнені вже інструментальним супроводом, створюють повноцінний музичний твір. Якщо ж говорити про стилістику відео, то воно виповнене в стилі мінімалізм з використанням геометричних фігур, яку підкреслює чорно-біла кольорова гамма.

³ <https://vimeo.com/297335298>

⁴ <https://vimeo.com/52384283>

Даний кліп являється не типовим в порівнянні з трендами світової індустрії музики, проте дуже влучно передає характер японської культури. В ньому не має звичних нам «штампованих» образів Японії, як квіти сакури та гейші. Напрочуд аскетичний стиль та чітка структура твору влучно проводить паралель з педантичністю японського народу. Нагромадженість різноманітних звуків у поєднанні з виром фігур підкреслює шалений ритм переповнених міст Японії. Ролик “Dynamics of the Subway” — це не тільки майстерне використання саунд-дизайну, а приклад того, як навіть у музичний кліп про метро можна вкласти частинку національних традицій.

Висновок. Отже, підсумовуючи все вище сказане, можна сказати, що саунд-дизайн — це універсальний інструмент, який охоплює величезний спектр можливостей: від такої простої речі як озвучування персонажа до маніпулювання людськими емоціями. Анімація — це величезна сфера діяльності зі своїми правилами та неймовірними можливостями. Проте, у сумі зі звуковим супроводом, вона охоплює більший спектр органів чуття, що тим самим виводить людину зі стану чіткого сприйняття реальності на тонкіший рівень, де вона більш чутлива до інтуїтивного сприйняття реальності, яке доноситься дизайнером в анімаційному творі. Подальше вивчення цієї теми вважаємо дуже доцільним, адже моушн-дизайн знаходиться тільки на початку свого розвитку.

Література:

1. Долгобородова Д. А. Вплив музики на людину. Культурологія та мистецтвознавство : зб. матеріалів доп. Учасн. III Міжнар. науч. конф. Росія: Санкт-Петербург, 2017. С. 48-50.
2. Меткалф П. Н. Навчання та викладання мистецтва звукового дизайну: Аналіз найкращих практик : дис. на здобуття магістр. ступеня досл. мистецтв : Ліверпуль, 2016. 89 с.
3. Рік Вієрс. Біблія звукових ефектів: як створювати та записувати звукові ефекти для Голлівуду : монографія. Лос-Анджелес: 2008. 268 с.
4. Голяміна І.П. Ультразвук. Маленька енциклопедія. Москва : Радянська енциклопедія, 1979. 400 с.
5. Hühn P., Sommer, R. Narration in Poetry and Drama : The Living Handbook of Narratology. Interdisciplinary Center for Narratology, University of Hamburg, 2012. URL: <http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/narration-poetry-and-drama> (дата звернення: 27.04.2020).

Raspopova Alisa, 3-rd year, Fine Arts faculty

Scientific revisor: Associate professor, Ph.D. Petukhova O.I.

THE RELEVANCE OF REAL ART

In this article we would like to talk about the relevance of traditional art. The lasting position of real, traditional art was shaken at the end of the 19th century with the invention of photography. Many admirers of painting or graphics worried that photography would absorb the art of painting that preceded it.

We may state this did not happen. The art of photography borrowed some functions from the drawing, for example, a realistic description, the reliability of the image, the need for the presence of artistic talent in some professions disap-

peared (the modern photograph is much more accurate than a pencil sketch), portraits were no longer in demand. This has reduced the number of “jobs” for artists, because those who have come under attack are people who are more engaged in crafts than creating masterpieces.

It is interesting that the artists, the true masters of their craft, did not disappear and did not feel the crisis brought by the camera; they even used photography as aid in creating a new work. It is known that Paul Gauguin did not shy away from the good deeds of photography. It is known that during his second stay in Tahiti, Gauguin used photographic images of sitters when creating paintings.

But nevertheless, there were concerns about the impact of photography on high art. For example, the famous Russian painter Apollinarius Vasnetsov reasoned as follows: “... The death of art is not that photography will supplant art, as some people think. But when art will come down to photography and continue its mission, and when such works will be taken for great works of art.” [1, c. 119-120].

Over time, this happened, photography has become art. This was influenced by technological progress, which made the process of creating photographs widely available, and the borrowing of the technical part of creating pictures. And, some time later, they were already talking not about the opposition of photography and painting, but about their mutual influence.

Since then, photography and traditional, at that time, art began to develop in parallel and by the beginning of the 21st century were tightly intertwined. Photography did not make the painting less relevant, but forced to abandon some responsibilities and pushed to search for new ways of existence and expression, which gave rise to a lot of controversy and ambiguous assessments.

In the 21st century, the question of the relevance of traditional painting reappeared and, as we state, it is more serious than a century ago.

Digital graphics dates back to around the 1950s. In 1957, for the SEAC computers, a team led by Russell Kirsch developed a drum scanner with which the world’s first digital photograph was taken. This photograph, which captured the scientist’s three-month-old son, turned out to be 5x5 cm in size at a resolution of 176x176 pixels.

And now digital art takes on almost all the responsibilities of drawing. Digital painting programs can do everything that photography could not manage to do in its struggle with real art. Digital painting can be both descriptive and expressive. The only difference is that computer solvents do not smell, and colorful layers should not dry out. These are far from all the advantages of computer graphics. The speed of the work is different, the ability to fix one or another part of the process, the ability to make countless identical copies, use the equivalent of art tools in the most unexpected way, change the parameters of the work, the size of the canvas, right in the process. Also, the finished work can be printed on canvas. This all sounds like a very big advantage over classical painting. It happened that a century later it turned out that something that made traditional art irrelevant was found! Does this mean that in some time we will look at a computer art product in museums? Perhaps in a way, yes.

What is the value of modern “non-computer” artists? In what direction will the traditional art of drawing develop now?

Digital painting as an art is a phenomenon of the last decade, therefore we are only at the very beginning of the path that will lead us to answer these questions.

Art has always been a reliable repository of finance, so it is bought, stolen, traded and collected for it. Perhaps in the future, when digital images fill our world even more than now, it will be romanticized. Although, art was always filled with a huge share of romance, otherwise it would not be worth its fabulous money. Also, objects of art have great historical value. Therefore, as antiques, art will never lose its value. That cannot be said about contemporary, momentary creativity and its creators. One fact remains unchanged - in order to be a sought-after artist, you need to be a master at your job, and in the computer age, try even harder, because now you can decorate your homes with more than just paintings.

We believe that those who are afraid of the complete loss of relevance of real art are only partly right. It all depends on people. If digital art begins to prevail, it is possible that traditional images will gain weight as scarcity. Manual labor will be appreciated as it was once. The methods of creating pictures in graphic programme are becoming easier; there is a wide variety of ways to simulate real textures and the simpler they are, the more valuable the ability to recreate it all live is. We must state that not soon people will want to see only an imitation on the walls of museums, but they will always want to look at something real that has deep historical roots, even if they are expressed in painting on canvas.

Not hard to notice that art has always been a way of expressing oneself, expressing how you see the world. Possibly during digital realism it will become interesting for someone to get a portrait made by a certain master and get not just a reliable image of you, but an opinion expressed on canvas or paper.

Summing up, we think that everything that happened with photography repeats: computer graphics will not replace completely traditional painting, and painting will find another development path, proving that it cannot be equated with digital art.

References:

1. Васнецов А. *Художество*. М., 1908, 141 с.
2. Tony Yeung Epistemological Realism: The major distinction between Photography and Painting [електронний ресурс] // <https://medium.com/photography-tips/epistemological-realism-the-major-distinction-between-photography-and-painting-45ad305677c7>
3. Amy Goldfarb Is digital art really art? [електронний ресурс] // <https://www.quora.com/Is-digital-art-really-art>

Ржепишевська Д.О., 4 курс, «Графічний дизайн»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства, проф. Сбітнева Н. Ф.

ЯК ДИЗАЙНЕРУ «НЕ ПЕРЕГОРИТИ» — ЗА СТЕФАНОМ ЗАГМАЙСТРОМ

Через стрімкість і швидкоплинність часу сучасне суспільство недооцінює важливість якісного відпочинку, нехтує вільним часом на користь роботи. Внаслідок такого неграмотного планування робочого часу набуло популярності таке явище, як емоційне вигорання. Опитування, що було проведено серед українців Міжнародним кадровим порталом GRC.ua, показало, що 22 % респондентів відчувають емоційне вигорання на роботі. Кожен п'ятий

вважає, що через велику завантаженість, а також відповідальності він постійно нервує. 18 % українців зазначили, що головною причиною емоційного розладу є брак часу на відпочинок, що призводить до фізичної перевтоми й емоційних розладів і відсутності мотивації [6]. Дизайнери не є винятком, а навіть частіше знаходяться у зоні ризику: «овертайми», складності адаптації у нових командах, робота у різних часових поясах, нестійкий робочий графік і необхідність адаптації творчого потенціалу під потреби реального замовника [9]. Тож постає питання: як мінімізувати вірогідність емоційного вигорання і повної асиміляції із рутинною дизайн-процесу. Ця тема досліджена у працях вітчизняних і зарубіжних психологів, таких як М. Лейзер і К. Маслач, О. Рукавішников, В. Бойко, Б. Парман, Е. Хартман. Українська дослідниця С. Машак зазначає, що з метою подолання професійного вигорання фахівцям бажано використовувати технічні перерви, тайм-аути; оволодіти вміннями і навичками саморегуляції, релаксації, розширити коло спілкування за межі професійного, змінювати види діяльності на непрофесійні [8: 450].

У цій статті розглянуто практичне застосування деяких з цих методів у сфері дизайну на прикладі сучасного дизайнера, митця, концептуаліста, публіциста, каліграфа, типографа, засновника відомого у всьому світі дизайн-агентства «Sagmeister&Walsh» — Стефана Загмайстра. У своїх виступах та інтерв'ю він поділився своєю системою планування часу «на все життя», специфікою саморегулювання робочого часу, організації творчої роботи студії та подробицями реалізації ідеї: «річні творчі відпустки».

У 1993 р. Загмайстер створює власне дизайн-агентство. Із самого початку дизайн-команда притримується чітких правил розподілу роботи й відпочинку. До такого рішення Загмайстра спонукав його тяжкий досвід праці у рекламному агентстві «Leo Burnett» у Гонконзі. Тоді він працював по шістнадцять годин на добу, часто без вихідних, що дуже його перенапружувало. Саме тоді він зрозумів: «Мені це не подобалось. Я знав, якщо я продовжуватиму у цьому ж ритмі, то не зможу довше працювати дизайнером; Я морально виснажуся до 35 років і почну займатись чимось іншим. Я знав, що я хочу займатися дизайном і надалі. Тоді було зрозуміло, що відкривши власну студію, мені буде необхідно розробити графік, що залишатиметься зручним впродовж тривалого періоду [3]. Було розроблено чіткий графік. По-перше, робочий день починався о дев'ятій ранку і обов'язково закінчувався о 19:00. По-друге, окреслювалася чітка межа між будніми днями і вихідними. Плідна праця від понеділка до п'ятниці гарантувала якісний відпочинок у суботу і неділю. Також у пріоритеті першочергове виконання складних процесів: створення концепції, візуалізація проєктів. У другу чергу — організаційні питання на кшталт перевірки пошти.

Стефан — справжній любитель списків і структуризації інформації. Такі «ритуали» задовольняють одну з загальнолюдських потреб — структурування часу, подій і простору. Це допомагає дизайнеру не тільки пам'ятати про все, що він має виконати і в якій послідовності, а й діє як психологічний тригер спокою, не дає захлинутися у вирі великої кількості ідей і планів. Це захищає митця від професійного вигорання і втомлює, що, як правило, трапляється, якщо працювати у багатозадачному хаосі.

Ось деякі з його порад:

«Працювати без пресингу, на деякий час викинув з голови дедлайни»

«Працювати плідно, але не концентруючись на одному завданні»

«Насолоджуватися результатами роботи»

«Мені важливо відчувати кураж» [5]

Ідея структуризації як засіб саморегуляції знайшла своє продовження у його «моделі життя». Так він вирішив розпланувати усе своє життя, щоб уникнути дисбалансу між роботою і відпочинком. За його концепцією 25 років відведено на навчання, 40 років — на роботу і 15 років на відпочинок, час пенсії. Проте у кінцевому результаті схема зазнала змін: Стефан вирішив узяти 5 років із часу, відведеного на пенсійний відпочинок, і порівню розподілити їх протягом сорока робочих років. Так виникла ідея «творчих відпусток».

Володіючи студією дизайну у Нью-Йорку одного разу у Стефана і його команди почалося складатися відчуття творчого згасання. У розмові із журналом «Time Sensitive» він згадував: «...і все ж я відчував, що рутинна настуває, ми повторюємось» [1]. Перш за все у цій практиці дизайнер шукав джерело відновлення сил. У 2000 р. відбулася перша відпустка, яку команда провела у Нью-Йорку. Практика виявила дефекти реалізації відпустки, зокрема, відсутність чіткого стратегічного розподілення часу. Замайстер розповів про це: «Я великий планувальник, тому подумав: я зроблю навпаки, не буду мати плану». Але через деякий час дизайн-процес перейшов у стан стагнації. За декілька тижнів не було створено ані чого. До того ж сам майстер відчув гостре невдоволення і навіть розчарування. Через декілька тижнів він створив щільний робочий план, щоб надолужити проганий час. Це спрацювало, і з тих пір його кожний річний вихідний розпочинається зі створення щільного плану [1]. Проаналізувавши ситуацію, стає зрозуміло, що дієвий спосіб творчого «перезавантаження» — не пасивний відпочинок, а зміна діяльності із комерційно направленою на ту, що надихає, від результатів якої отримуєш непідробне задоволення.

У свою другу відпустку 2008 р. Замайстер поїхав на Балі, де створив креативні проекти, черпаючи ідеї із предметів і явищ, що оточували його навкруги. За рік він створив соціальний проект, що присвятив проблемі бродячих собак; розпочав створення дерев'яних меблів для свого офісу; розробив дизайн інтерактивного кофейного столику. Саме на Балі розпочалася праця над відео-проектом «Щасливий фільм» і виставкою «Щасливе шоу». Результатом стала виставка у музеї сучасного мистецтва Лос-Анджелеса [4]. Виставка об'єднала типографіку, фільми, друк, інфографіку, скульптуру й інтерактивні інсталяції. Замайстер виклав у інтерактивній формі свої правила щасливого життя, порівняв їх із соціальними і психологічними дослідженнями.

Мандрівки під час третьої відпустки охопили одразу три локації: Мехіко, Токіо, село в австрійських Альпах. Подорож подарувала натхнення для великого проекту-дослідження, результатом якого стала виставка «Краса» як фінальний етап багаторічної праці [2]. Метою проекту було довести, що людина, що знаходиться у середовищі, позбавленому краси, сама стає при-

мітивніше, що краса є не поверхневою маскою, а повноцінною функціональною частиною дизайну [1].

За роки творчих відпусток С. Загмайстер із командою створили дійсно великий обсяг роботи. Кожна з річних мандрівок не тільки дала змогу відволіктись від буденної комерції і запобігла творчому згасанню дизайнерів, а й сприяла створенню неперевершених, масштабних, концептуальних дизайн-проектів: «Щастя» і «Краса».

Висновок. Можна із упевненістю сказати, що запобігти емоційному вигоранню можливо. Треба лише навчитися правильно і продуктивно відпочивати; потрібна чітка структуризація й систематизація часу, оптимальне співвідношення роботи й відпочинку. Одним із головних правил якісного творчого «перезавантаження» є не просто пасивний відпочинок, а зміна діяльності, особистісно важлива дизайнеру. Саме у цьому разі можливо відчувати не підробне щастя й задоволення від процесу, результатом якого може стати поява несподіваних творчих проектів.

Література:

1. Bailey S. Graphic Designer Stefan Sagmeister: Takes a Yearlong Sabbatical Every Seven Years (and Thinks You Should, Too). The Slowdown's New York City studio. 2019. URL: <https://timesensitive.fm/episode/graphic-designer-stefan-sagmeister-sabbatical/>.
2. Chapman L. In Defense of Beauty: Sagmeister&Walsh at MAK. TLMag. 2018. URL: <https://tlmagazine.com/sagmeister-walsh-beauty-at-mak/>.
3. Essmaker T. Stefan Sagmeister. Designer/entrepreneur. The great discontent. 2014. URL: <https://thegreatdiscontent.com/interview/stefan-sagmeister/>.
4. Stefan Sagmeister: The Happy Show. URL: <https://www.moca.org/exhibition/stefan-sagmeister-the-happy-show>.
5. TED Speaker. Stefan Sagmeister's TED talks. TED ideas worth spreading. 2011. URL: https://www.ted.com/speakers/stefan_sagmeister.
6. Больше половины украинцев ощущают эмоциональное выгорание: почему горят не только дедлайны. GRC. ua : веб-сайт. URL: https://grc.ua/article/20397?utm_source=email&utm_medium=email&utm_content=rab_11_05_2017&utm_campaign=misc.
7. Відновлення від емоційного вигорання та депресії. URL: <https://theukrainians.org/vidnovlennya-vid-vygorannya/>.
8. Машак С. Психологічне вигорання особистості як соціально-психологічна проблема. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Львів, 2012. № 2(1). – С. 444–452. – URL: http://www.lvduvs.edu.ua/documents_pdf/visnyky/nvsp/02_2012_1/12msospp.pdf.
9. Эмоциональное выгорание у дизайнеров: почему горят не только дедлайны. URL: <https://telegraf.design/emotsionalnoe-vygoranie-u-dizajnerov-pochemu-goryat-ne-tolko-dedlajny/>.

Ржепишевська Д. О., 4 курс, спеціалізація «графічний дизайн», ХДАДМ
Науковий керівник: Більдер Н. Т., доцент ХДАДМ

ОБҐРУНТУВАННЯ ГРАФІЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ДЛЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ «КУЛЬТ ФЕРМЕРСТВА»

Ідея і концепція — визначає напрямок і стратегію успішного розвитку проектної діяльності як цілої системи, де кожна деталь логічно обґрунтована.

Отже створення оптимального концептуального рішення для дизайну фірмового стилю для «Культ Фермерства» є безумовно необхідним.

Перед дизайнером поставлено такі завдання: сформулювати дизайн-ідею. На її основі створити і обґрунтувати три альтернативних графічних концепції, кожна з яких протестувати шляхом проведення експертного аналізу за певними критеріями. За результатами тестування обрати оптимальне графічне, стильове, і композиційно-просторове рішення.

Спираючись на побажання замовника і особливості структури бренду «Культ Фермерства» виокремлено низку ідейних критеріїв, яким дизайн має відповідати:

«Система в системі». Дизайн, має графічно підкреслити специфіку системної організації торгової марки замовника. «Зонтичний бренд» — «материнський» бренд, що об'єднує під собою «дочірні» приватні торгові марки. Візуально об'єднати усі складові «пазлу» у єдину систему.

«Національний колорит у часи уніфікації і глобалізації». Візуально відобразити основні особливості ідентифікації української самобутності, поєднав їх із сучасними графічними прийомами і тенденціями.

«Інформативність і лаконічність». Перш за все — ясність і лаконічність викладення інформації.

«Інтернаціональність». Дизайн має бути адаптованим для іншомовної аудиторії. Обрано англійську мову.

На основі цих ідейних засад створено три альтернативних концепції.

Концепція 1. «Лани»

Фермерські продукти є плодами українських земель. Вирішено обрати символ поля із його рослинним і тваринним різноманіттям як формотворчу базу. Вид українських угідь з супутника створює паттерн із відтінків зеленого, вохри. За стилістичну основу взято стиль «Bauhaus» [5], де вдало використано геометричні плоскі форми, дуже схожі за формою і композиційними рішеннями до концепту земельних угідь. І японського художника Ікко Танака [4], роботи якого є взірцем лаконічності, монументальності і виразності як і вид самих українських ландшафтів. Логотип є стилізацією засіяного поля, представлений у вигляді розмежованого квадрату, що в залежності від графічного носія трансформуватиметься із чорно-білого до кольорового текстурованого. На основі модульної сітки логотипу сконструйовано графічну мову: пропорційне поєднання квадратних різнокольорових плашок, що структуруватимуть простір. За необхідністю (у елементах навігації, візитівках, промо і сувенірній продукції) на плашках додаватимуться додаткові уточнюючі ілюстрації або типографічні блоки. На контрасті із чіткою модульною структурізацією будуть розроблені рукотворні графічні елементи. Такий контраст є метафорою — чітке розмежування блоків-полів і вільні і неупереджені форми культурних рослин. Типографіка також поєднає у собі неупереджений леттерінг, ніби переплетені стеблі мальви, і додатковий шрифт — Roboto для масивів текстів і додаткової інформації.

Концепція 2. «Фермерство — національна агросистема, що об'єднала народ». Вирішено фокусувати увагу натемі об'єднання. Зв'язку культури

землеробської праці у просторовому і у часовому просторі — зв'язок між поколіннями українського народу (предків, сучасного «фермерства» України, перспектив майбутнього) і зв'язок між жителями кожного регіону країни водночас. «Дерево життя» — сонях — обрано як графічний символ. в геральдиці соняшник символізує родючість, єдність. Для українців соняшник - один із образів Батьківщини, символ родючості та процвітання [1]. Логотип складається із типографічної частини — назви проекту, що стилізована під український скоропис — елемент національної ідентифікації і візуально зображає листя, стовбур і коріння соняха. Графічна частина формує суцвіття соняха, в середині якого скомпоновано змінний типографічний елемент (назва області, де було створено продукт), зміст якого буде змінюватися в залежності від продукту, на який наноситиметься логотип. «Пелюстки» соняха стилізовані у непереривну спіраль, що символізує групу людей, що об'єдналися у коло, тримаючись за руки — знак єдності фермерських господарств і українців в цілому. Водночас сформовані спіраллю «пелюстки» асоціативно нагадують символи місцезнаходження на карті. У графічному рішенні обрано стилістику спрощеної лінійної, орнаментальної мальованої графіки із використанням ефекту «grain». При створенні графічних елементів для корпоративних «паттернів» проектна група звернулася за першоджерелом до ґрунту, який у кожному регіоні має свої особливості. На основі візуальних умовних графічних позначень основних типів ґрунту України для кожного регіону розроблено свій неповторний «паттерн», що і визначає особливість продукції, яку на цьому ґрунті вирощують.

Концепція 3. «Свій, до свого, за своїм».

Фермерські ринки ще з давніх часів користувалися популярністю у поціновувачей натуральної продукції «з лану». Проаналізував минулі приклади фірмових стилів українських кооперацій зроблено висновок, що вони базувалися на типографіці і мінімальних, спрощених, наївних ілюстраціях. Такі візуальні прийоми вже сформували певний асоціативний ряд у цілого покоління користувачів локальної фермерської продукції, що ми і використаємо як психологічний тригер для пробудження відчуття стабільності і ностальгії. Для цих цілей за стилістичний прототип узято творчість митців українського авангарду в особі Василя Єрмілова [6]. Лаконічність і конструктивність його дизайн рішень поєднується із наївною простотою, що викликає відчуття близькості до продукту. Типографіка спиратиметься на принципи Швейцарського стилю [3] з його функціональністю, уніфікованістю, чіткою структурованістю за модульною сіткою як засіб передачі візуальної комунікації. за стилістичний прототип логотипу стало зображення квітів Василя Єрмілова. Образ квітки має ряд певних асоціацій:

- «дерево життя» у українській вишивці як символ зв'язку поколінь українців, зв'язок минулого, сучасного і майбутнього.
- Петриківський розпис — символ українського ужиткового мистецтва як підкреслення національної ідентифікації
- стебло і розгалуження-квітки як символ системи бренду — головного центру «Культ Фермерства» і його витоки, області, які, як бутони, кожен осо-

близький і неповторний, але є частиною однієї системи.

Мінімалістична, наївна, плоска графіка із стилізацією під ліногравюру у інфографіці і елементах навігації підкреслить недовершеність і наївність ілюстрації, в той же час не перенавантажив її. Стилізований під печатку логотип стане переконливим психологічним прийомом, що підкреслить натуральність продукції, адже із давніх часів печатка слугувала гарантом виключно якісних і аутентичних об'єктів.

Групою експертів було протестовано 3 концепції дизайну фірмового стилю для «Культ Фермерства» за такими критеріями 1. Відповідність загальній ідеології бренда; 2. Логіка побудови кольорового рішення; 3. Дизайн графічних елементів на предмет ясності і комунікативної точності з аудиторією; 4. Відповідність сучасним графічним тенденціям 5. Стилістична єдність 6. Креативність графічного рішення.

За результатами тестування визначено, що, на відміну від концепцій 1 і 2, концепція 3 — «Свій, до свого, за своїм» — відповідає усім критеріям оцінки. Отже прийнято рішення затвердити її як «робочу» і продовжити проектну діяльність саме у цьому стилістичному напрямку.

Висновок: На основі передпроектних досліджень була сформована дизайн ідея і три альтернативних графічних концепції, кожна з яких спирається на оригінальні метафоричні образи і стилістичні дизайн рішення конкретних дизайнерів і дизайн течій. Релевантність кожної з концепцій була протестована фокус-групою за низкою сформованих критеріїв. За результатами аналізу результатів тестування виявлено, що за стилістичним, пластичним і композиційно-просторовим рішенням найбільш підходящою є концепція, що базується на поєднанні ретроспективи українського авангарду і типографічних засад Швейцарського стилю. Саме ця концепція і відповідне графічне рішення вирішено обрати за основу для подальшої проектної діяльності зі створення дизайну фірмового стилю для бренду «Культ Фермерства».

Література:

1. 24 факти про Україну. Соняшник — один з символів України. 24 канал. 2013. URL:https://24tv.ua/24_fakti_pro_ukrayinu_sonyashnik__odin_iz_simvoliv_ukrayini_n360450
2. Український авангард. UD. Народжені вільними : веб-сайт. URL: <http://avantgarde.org.ua/>
3. Budrick C. Swiss Style: The Principles, the Typefaces & the Designers. Print. 2020. URL:<https://www.printmag.com/typography/swiss-style-principles-typefaces-designers/>
4. Moong E. Японский язык графического дизайна. Икко Танака. La frimeuse.2016. URL:<http://www.lafrimeuse.com/ru/yaponiskij-yazyk-graficheskogo-dizajna-ikkotanaka/>
5. Richman-Abdou K. Bauhaus: How the Avant-Garde Movement Transformed Modern Art. My modern met. 2017. URL: <https://mymodernmet.com/what-is-bauhaus-art-movement/2/>

Савві А.С., 3 курс, Гр., ХДАДМ
Керівник к.і.н., доцент Чадаєва К.Ю.

ПЕТРО МОГИЛА ТА ЙОГО ВНЕСОК В РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

Історія - це невід'ємна частина нашого життя, її треба пізнавати, для того, щоб розуміти, завдяки кому ми маємо те чи інше зараз. Вивчення відомих постатей української культури допоможе пізнати минуле, яке напряду пов'язане із сучасним. Однієї з визначальних постатей національної історії є Петро Могила, видатний богослов, діяча культури та церкви, що істотною мірою сприяв національному відродженню України в 17 столітті.

Петро Могила - вихідець з давнього молдавсько-болярського роду. Народився у 1596 році, через 11 років отець хлопця зазнав тяжке поранення та загинув у боротьбі за владу. Після смерті батька та після захоплення в 1612 році молдавсько-валахійських земель, мати разом із сином були вимушені покинути Молдавію та перебраться на землі Речі Посполитої, де саме їх прийняли родичі.

Період життя Петра - це час історичного повороту в житті народу України, який був пов'язан із національно-визвольним рухом і підготовкою культурно-історичних умов для соціально-просвітницьких реформ. Він ніколи не знаходився тільки у церкві, навіть не дивлячись на свою достатньо високу посаду, а сприймав церкву як спосіб ідеологічної і політичної боротьби. Для того, щоб поліпшити долю народу, Петро не тільки надавав простір для національно-визвольного руху, а ще й користувався своїми зв'язками із Річчю Посполитою. Це була заплутана дипломатична гра, мало кому зрозуміла, навіть в сьогодні.

Спочатку діяч здобував освіту у Львові. У братській школі, яку було засновано саме для захисту та збереження православної релігії. Родина дотримувалася православ'я і мала тісний зв'язок із Львівським братством, вони допомагали коштами та послугами у спорудженні школи. Львів, розташований неподалік від тодішніх молдавсько-валахійських земель, і братство, коли відчувало потребу в фінансах, не раз зверталось до молдавських господарів із проханнями про матеріальну допомогу. Потім Петро навчався в університетах Європи: в польській академії та, через деякий час, у декількох закладах Голландії та Франції.

Пізніше Петро Могила розгорнув системи середньої і вищої освіти в Україні та Росії. Вони не тільки копіювала західноєвропейські школи, але й могли бути конкурентом для них. Він є зачинателем і творцем першого в усій Східній Європі вищого навчального закладу - Києво-Могилянської Колегії, пізніше Академії. Слід зауважити, що освітня та культурна діяльність Могили не обмежувалась лише турботою про навчальний заклад в місті Київ. За участю цього видатного діяча були відкриті колегії у Вінниці, Кременці та Гощі. Для Петра Могили питання знань було дуже важливим, саме через це він докладав стільки зусиль і вважається людиною, яка відіграла чи не найвирішальнішу роль у розвитку освіченості населення 17 ст.

Організація та розвиток книговидавничої справи грали важливу роль у житті Могили. Лаврська друкарня мала такий розмах, якого не бачила й досі

історія книгодрукування України. Він розпочав упроваджувати українську мову у друкування книг, таким чином престиж і авторитет слов'янських видань було піднято. Петро Могила залишив нам у спадщину приблизно 20 творів різного характеру. Найвідоміші: «Євангеліє» (1616), «Анфологіон» (1636), «Тренос» (1640), «Ефхологіон» (1646) та ін.

Петро Могила турбувався про те, щоб домогтися єдності у православному священнодійстві, щоб священники із повагою відносилися до своїх обов'язків. У 1640 р. він назначив собор у Києві і закликав як духовних, так і світських людей, які були записані в братствах. Наслідком чого стало те, що світські люди тепер також мали право голоса справах духовних.

Отже, Петро Могила зробив великий внесок в історію України. Це людина сприяла відновленню православної віри в Україні в умовах колонізації й окатоличення. Петро Могила був меценатом українського мистецтва, письменником та публіцистом. Він залишив близько 20 творів, які повчають людей навіть і зараз. Його внесок є неоцінним, його дії вплинули на подальше життя суспільства України та її розвиток в цілому.

Савві А.С., 3 курс, спеціалізація *Графіка, ХДАДМ*
Керівник: ст. викладач каф. АВМ Шауліс К.К.

ТВОРЧИСТЬ РОМАНА МІНІНА: ПОШУКИ ТОТОЖНОСТІ 3 РОБОТАМИ КАЗИМИРА МАЛЕВИЧА

Ім'я українського художника Романа Мініна добре відоме в Україні та за кордоном. Його роботи продаються на престижних аукціонах, він створює мистецтво для західних музеїв. Роман родом із Донеччини, яку залишив у 2007 році, зараз живе і працює у Харкові.

Головна тема його робіт — праця шахтарів. На яскравих картинах каски гірників і відбійні молотки на вигляд як лати та зброя казкових лицарів, промені шахтарських ламп освітлюють загадкові підземелля вугільних копалень, де літають блакитні птахи, розквітають червоні троянди і грають барвами веселки. Роман Мінін створює картини, панно, фотографії, інсталяції, вітражі та експериментує з технікою, матеріалами та світлом [1].

Із розвитком сучасних технологій більшість митців ХХІ століття надає перевагу цифровому живопису та графіці, та навіть це не заважає їм надихатися творчістю попередників.

Якщо розглянути роботи Романа Мініна, то можна помітити схожість із роботами українського художника-авангардиста, визначним діячем українського авангарду, засновником супрематизму, одним з фундаторів кубофутуризму; педагогом, теоретиком мистецтва - Казимиром Малевичем. Роботи Мініна «Килим обіцянок» та роботу Малевича «Точильники», можна віднести до супрематизму.

Працюючи з гострими соціальними темами, Мінін апелює тут до ключового персонажа усієї своєї творчості — донбаського шахтаря, який втілює в інтерпретації художника образ героя і людини взагалі. Через цей образ і його історію автор оповідає як про долю конкретного регіону і його жителів, так і

про глобальні загальнолюдські проблеми [2]. Друга, додаткова назва картини Малевича «Точильник» – «Принцип мелькання». Воно немов дає підказку про те, чого хотів домогтися художник і що намагався донести до глядача. У численному повторі нескінченно роздрібнюється граней, силуетів і контурів, майже фізично відчуються ритмічне миготіння ножа, руху ноги, натискає на педаль, вгадуються повороти голови людини, яка уважно стежить за своєю роботою [3]. Тобто у обох роботах ми можемо спостерігати тему тяжкої праці.

Без повторів і ламаних ліній показано лише точильний круг і колесо, але й вони майстерністю Малевича передані в русі [3]. Схожу ситуацію ми можемо спостерігати і у картині Мініна. Саме круг є однією з найголовніших частин композиції.

За нагромадженням повторюваного предметного ряду складно спочатку розгледіти простір, що оточує точильника. Але при віддаленому розгляді оку відкривається щось, що нагадує сходи – праворуч і перила з балюсидами – зліва, які при першому розгляді здавалися не пов'язаними один з одним рейками і пляшковими шийками. За фігурою працюючої людини вгадуються обриси столу жовтого кольору і велика біла ваза біля перил [3]. У роботі Романа Мініна, спочатку, також можна спостерігати лише нагромадження форм. Але якщо придивитися, то можна побачити фігури шахтарів, птахів, зірок та ще багато інших знаків. На роботах обох митців ми можемо спостерігати використання майже чистих кольорів, які можна поділити на 3 кольорові блоки (сегменти).

Отже, можна зробити висновок, що робота Романа Мініна «Килим обіцянок» та картина Казимира Малевича «Точильник» мають спільний характер. Обидва твори мистецтва можна віднести до супрематизму. Ключові персонажі – люди які важко трудяться. Тобто, спостерігається тема тяжкої праці. Звертається увага до того, що зображення спрощені до геометричних фігур та спочатку складно розгледіти увесь простір. Ще одна спільна риса – це колорит, митці використовують майже чисті кольори.

Використана література

1. Інтернет-ресурс, Газета Кабінету Міністрів України «Урядовий кур'єр»<https://ukurier.gov.ua/uk/articles/hudozhnik-roman-minin-ya-prosto-stvoryuyu-kazku-pr/>
2. Інтернет-ресурс, New Now Gallery <http://www.newnow.gallery/ukr/articles/view/13>
3. Інтернет-ресурс <https://jyvopys.com/tochilnik-kazimir-malevich/>

SAVVI A.S., 3-rd year student of Design faculty, KSADA
 Scientific revisor: Associate professor, Phd, Hovorun A.V.

ILLUSTRATORS AND THE FEATURES OF THEIR PROFESSION

Everybody should understand that a well-designed book isn't just a combination of images and text. It's a real work of art. Mostly, it's hard work of at least two people. Namely, the author of the book and illustrator himself.

Firstly, I'm going to consider the main types of illustration. Secondly, I'll move to the issue of the collaboration of an artist and a writer. Finally, I'll focus on the issue of how to become demanded and popular in this specialization.

Let's consider two big groups of illustrations. The first one is books for children and the second one is adults books. In children's book illustrations there are always place to show all your creative potential in full force. In this type of graphic, we could always see bright, vivid colors that are interesting for kids. But it should be noted, that not only kids can enjoy the beautiful work of art, the interesting fairy tales, and make you find yourself in an unforgettable magical atmosphere. It's very important for everyone, especially for children, to see their reflection in images. Every day it is becoming easier and easier to find books with different races. Every parent should select such for their kids, regardless of their nationality, skin colors, or what their flaws are. From childhood, people need to teach kids that we are all different, but we are all equal.

Unfortunately, it's really hard to find some illustrations in adult books. And you may think that it's normal, but once you see an adult text with some pictures supporting the plot, you will change your point of view. Mostly, they are not as bright as ones for children, but they would inspire you. Many studies have shown that the number of adults who prefer illustrated books has increased.

Authors and illustrators can both contribute critical elements needed to tell a story in print form. Every author shall always carefully select an illustrator since they are going to have quite a long way together. The illustrator must be responsible in terms of timing and communication. It must be remembered that the author will need to answer the illustrator's questions and discuss everything with him. One of the most difficult decisions is how the illustrations should relate to the text. If there is a strained relationship between an author and an illustrator, it's better not to take up work or even to leave it at some stage. Because all the negativity will be reflected in the book and it is unlikely to win the reader's heart.

If you want to become a popular illustrator you should obtain the necessary education. Of course, this isn't necessary, but it will be a big advantage for your career. Then you should create your professional portfolio and, of course, gain work experience. If you have a high level of your art skills, it will be easier for you to find customers and build your clientele fast. But the creative industry can sometimes be incredibly elitist: those who can afford to do work placements, courses, enter competitions, or are born into a family with a good network are often able to get their work in front of a wider audience. You may be able to offer different options to suit different outcomes or budgets, or you may be able to better explain why the service costs a definite amount of money. The chances are that when they see other options or a valid reason why your work has a higher value, they will end up increasing their budget. You may have your heart set on working for multi-billion pound companies, but do not dismiss local people and businesses. It may surprise you that sometimes 'well known' companies offer less money than some smaller ones, due to 'exposure'. Don't be too rigid with your ambitions, be a little more malleable. There may be jobs that are not quite what you expected but may teach you a lot.

In conclusion, I would like to emphasize one thing: you must love what you do and do what you love. You will not become a good illustrator unless you don't like this profession.

Сахаудінова О.А., 1 курс, спец. КД

Кер. доц. каф. ДТО ХДАДМ, канд. мист. Гурдіна В.В.

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА МОДНУ ІНДУСТРІЮ

Дизайн одягу, окрім утилітарної функції, також яскраво відображає економічну, політичну, соціальну ситуації в світі. У зв'язку з останніми світовими подіями, пов'язаними з пандемією, можемо допустити, що життєвий устрій кардинально зміниться у подальшому, навіть із закінченням карантину.

Коронавірус залишиться в історії людства не лише як унікальний період самоізоляції, а й те, що вплинуло на культуру. Музеї почали збирати саморобні маски для документації пандемії. До архівів також потраплять дитячі малюнки, логотипи компаній, змінені у підтримку самоізоляції, футболки та інший мерч, присвячений важливості припинення передачі вірусу. Також спеціальні відділи, котрі займаються підборкою експонатів, цікавлять оригінальні фотографії, листівки, купони і навіть медичне обладнання. Як повідомляють ArtNews, серед музеїв, котрі ведуть активну роботу зі збору артефактів, Нью-Йоркський музей, Смітовський національний музей американської історії, Музей Вікторії та Альберта та багато інших. «Пандемія коронавірусу являє собою переломний момент для всього світу. Ми беремо на себе відповідальність зберегти пам'ять про ці події» – Марк Лубелл виконавчий директор Міжнародного центра фотографії у Нью-Йорку [2].

Режим самоізоляції і введення надзвичайного стану відобразився на індустрії легкої промисловості і модних консернах. Потреба у нових колекціях і одязі відійшла на другий план в умовах пандемії. Консерни гіганти, такі як LVMH, не тільки надають маски, санітаizers та респіратори для лікарів а й переобладнують свої виробництва та майстерні на пошиття масок та захистного одягу [1].

В Італії індустрія моди – друга за величиною у складі національної економіки, але її досі не включили у перелік галузей, що постраждали значною мірою від пандемії. Експерти модної галузі прогнозують можливість повернення до формату маленьких автентичних виробництв: чимало модельєрів в Італії використовують старовинну ремісничу техніку з унікальними виробничими процесами.

Зараз ніхто із гігантів італійської моди не відпочиває, всі працюють над новими колекціями, ведуть комунікацію із співробітниками по відеозв'язку. З інтерв'ю Джорджіо Армани, П'єро Піччолі, Анжело Міссоні можна зробити висновок, що кожен з них по-своєму згоден із тим, що криза дає можливість позбавитись від зайвого, можливо навіть перейти від моделі fast fashion, нав'язаної маркетингом і ритейлерами. Можливо зміниться не тільки кількість сезонів і колекцій, представлених у кожному з них, а й сам формат демонстрації [4]. Національна палата моди в Італії перенесла чоловічі покази з травня на вересень 2020 року [5], але ситуація із статистикою захворюваності не дозволяє цього. В рамках сьогоднішнього обставини змінюються настільки швидко, що достеменно спрогнозувати розвиток



Рис. 1, 2

подій неможливо. Як підтвердження тому, що швидше за все формат показів зміниться, є звернення Camera della moda Italiana до Італійської влади, в якому зазначалося, що якщо карантин буде подовжено, то осінні покази в рамках Міланського тижня моди доведеться відмінити, адже бренди просто не встигнуть реалізувати колекції. На момент написання, карантинні міри в Італії не відмінено, а отже показів у звичному форматі не буде. Інші країни також відмовляються від традиційних показів у рамках тижнів моди на користь онлайн формату.

У всьому слід шукати позитив, як і в поточній ситуації. Зараз всесвітньо відомі бренди стають близькими, як ніколи до того. Йде процес гуманізації моди через флешмоби, які було б важко уявити в інших умовах, відкриваються доступи до унікальних архівів та безкоштовних онлайн лекцій. Як приклад тому, флешмоб, що проводить бренд Alexander McQueen у соціальній мережі Instagram. Під хештегом #McQueenCreators, кожного тижня учасникам пропонуються нові завдання до виконання. Наводимо, виконані в рамках цього челенжу, ілюстрації автора (Рис. 1, 2). Інша глобальна ініціатива, яка залишиться в історії - це пости користувачів мережі Instagram, що можна переглянути за хештегом #HomeCouture, чи долучитися самому, відтворивши образ із кутюрних показів всесвітньо відомих брендів.

Список використаних джерел:

1. Burlet F. LVMH to Distribute Free Hand Sanitizer to French Health Authorities [Електронний ресурс] / Fleur Burlet // WWD. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://wwd.com/fashion-news/fashion-scoops/lvmh-to-distribute-free-hand-sanitizer-to-french-health-authorities-1203539442/>.
2. Cascone S. Museums Are Urgently Collecting Homemade Masks and Other Ephemera From the Coronavirus Pandemic to Document History as It Unfolds [Електронний ресурс] / Cascone // Artnet. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://news.artnet.com/art-world/museums-starting-coronavirus-collections-1827606>.

3. Flaccavento A. What Will Become of Fashion When the Epidemic Is Over? [Електронний ресурс] / Angelo Flaccavento // Business of fashion. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.businessoffashion.com/articles/opinion/what-will-become-of-fashion-when-the-epidemic-is-over>.
4. Leitch L. Letter From London: Asking Questions, Seeking Answers [Електронний ресурс] / Luke LEITCH // Vogue. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.vogue.com/article/letter-from-london-lockdown-coronavirus-fashion>.
5. Zargani L. Marco Bizzari on Possible Post-Coronavirus Scenarios, Supporting Creativity [Електронний ресурс] / Luisa Zargani // WWD. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://wwd.com/fashion-news/designer-luxury/marco-bizzari-on-possible-post-coronavirus-scenarios-supporting-creativity-1203547920>.
6. Zargani L. Milan Men's Fashion Week to Be Held in September With Women's [Електронний ресурс] / Luisa Zargani // WWD. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://wwd.com/fashion-news/fashion-scoops/milan-mens-fashion-week-to-be-held-in-sept-with-womens-1203548784/>.

Сірко. О.С., 4 курс кафедри графічного дизайну ХДАДМ

Наук. керівник: Більдер Н.Т., доцент ХДАДМ

Керівник проекту: Ісмайлова М. С., викладач ХДАДМ

РОЗРОБКА ЕСКІЗНОГО ПРОЕКТУ ДИЗАЙНУ ВЕРСТКИ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ПОСІБНИКА «ШРИФТОВА АНІМАЦІЯ: БУКВА, СЛОВО, ТЕКСТ» М. ОПАЛЄВ, Т. ІВАНЕНКО

На сьогоднішній день на вітчизняному ринку спеціалізованої літератури існує проблема нестачі друкованої продукції з тематики створення анімації шрифту за допомогою можливостей сучасних технологій [1]. Отже, розробка пропозицій щодо структурування інформації та дизайну верстки методичних матеріалів **актуальна**: потреби споживачі в україномовних виданнях щодо шрифтової анімації з сучасним представленням інформації **не задоволені**.

Місія проекту: за допомогою дизайну навчально-методичного посібника залучити студентів навчальних вузів дизайнерського та мистецького спрямування до глибшого вивчення такої теми, як моушн-дизайн, кінетична типографіка, шрифтова анімація на прикладах робіт зі шрифтової анімації дизайнерів і студій всього світу. Допомогти візуально та інформативно ознайомитись з художньо-проектним та технологічним інструментарієм шрифтової анімації, що включає в себе принципи і засоби композиції візуального ряду, засоби анімації тощо.

Навчально-методичний посібник розрахований на студентів вищих навчальних закладів дизайнерського та мистецького спрямування м. Харкова, за видом друкованої продукції — належить до тематичних посібників з курсу анімації шрифтів, середній об'єм тиражу за доступними цінами.

На сьогоднішній день у місті Харків спостерігається нестача компаній, які займаються розробкою дизайну верстки навчально-методичних видань для дизайнерського та мистецького спрямування. Присутні компанії які надають такі послуги, але основна діяльність відведена розробці художньої літератури, подарункових книг та каталогів. Отже, з урахуванням даної

інформації, можна зробити висновки: конкуренція на цьому сегменті ринку недостатня.

Споживачі навчально-методичних посібників є студенти закладів вищої освіти мистецького спрямування м. Харків, від 18 до 44 років [2]. За професією — учні художніх університетів, дизайнери та інші з середнім та вище середнього доходом, мають ідеалізований образ власного «Я», приналежність до групи, новаторство, прагнення до лідерства, положення в суспільстві та прагнуть отримання нової інформації.

Споживачі навчально-методичного видання прагнуть до розвитку особистого ідеалізованого «я». Також до цих потреб належить: бажання прив'язати себе до певного професійної групи, показати свою статусність й гідність іншим, потреба в нових знаннях.

Стратегією охоплення ринку продукту було вирішено обрати стратегію концентрованого маркетингу [2]. Насамперед, це ефективно для невеликих підприємств з обмеженими ресурсами, які виготовляють продукцію в невеликій кількості для конкретного призначення.

У ході аналізу «аналогів», всі отримали оцінки в зоні нижчій від середніх значень. Тільки друковане видання «Модерністські і постмодерністські шрифти» [3], показав кращі результати серед інших, майже по всім критеріям.

Стратегією позиціонування було вирішено обрати з вузько направленим спрямуванням на території Харкова. Таким чином, було вирішено: орієнтуватися на новаторство, конкурентну відмінність і на творчу групу споживачів.

В ескізах дизайну будуть використовуватися такі графічні засоби як:

- пластилін для передачі об'ємності та фактурності [4];
- яскраві кольори;
- динамічність та перетікання форм, одна в одну.

Головна метаю дизайну верстки навчально-методичного посібника —інформативність. Тому одним із головних елементів у дизайні виступає шрифт. За основу було обрано жирний шрифт, який відповідає сучасним тенденціям графічного дизайну.

Отже ескізи дизайну будувалися на об'ємних формах і сучасних фактурах та шрифті. Графічні рішення відповідають сучасним тенденціям, а деякі побудовані на далекому минулому.

Згідно ідей створення дизайну верстки навчально-методичного посібника, було прийнято рішення сформулювати три концепції.

«Будь-яка добре розвинена технологія не відрізняється від магії».

Ритм — це саме життя.

Минуле — невід'ємна частина сучасності.

В результаті проходження проектної практики, було проведено збір інформації до кваліфікаційної роботи та аналіз ринку дизайну навчально-методичних довідників та ринку споживачів даної продукції. Було проаналізовано «аналоги» графічного дизайну друкованої продукції, з урахуванням їх недоліків.

Також на першому етапі проектування було представлено опис ідеї та сформульовано початкову концепцію створення дизайну верстки навчально-

методичного посібника «Шрифтова анімація: буква, слово, текст» Опалєв М. Л., Іваненко Т. О.

Література:

1. Колорит: Департамент оперативної поліграфії. [Електронний ресурс]. – 2016.–Режим доступу до ресурсу: <http://www.colorit.com.ua/production.html>.
2. Котлер Ф. Основи маркетингу. Короткий курс. Видавничий дім «Вільямс». Москва, Санкт-Петербург, Київ, 2007 – 656 с.
3. Лесняк В. І. Модерністские и постмодерністские шрифты / Владимир І. Лесняк. – Харьков: Колорит, 2006. – 148 с.
4. Woolman M. Type In Motion: Innovations in Digital Graphics / M. Woolman, J. Bellantoni. – Rizzoli, 1999. – 176 с.

Сірко. О.С., 4 курс кафедри графічного дизайну ХДАДМ

Наук. керівник: Більдер Н.Т., доцент ХДАДМ

Керівник проекту: Ісмайлова М. С., викладач ХДАДМ

ДИЗАЙН ВЕРСТКИ МЕТОДИЧНОГО ПОСІБНИКА «ШРИФТОВА АНІМАЦІЯ: БУКВА, СЛОВО, ТЕКСТ»

На сьогодні в Україні дизайн великої кількості книг та навчального матеріалу з дизайну різноманітний, але видання з тематики шрифтової анімації у вітчизняній літературі відсутня, отже розробка пропозицій щодо дизайну верстки методичних матеріалів **актуальна, бо** існує потреба у сучасній формі подачі інформації для допомоги кращого розуміння змісту та адаптації методичного матеріалу. Також дана продукція повинна задовольняти потрібність споживача в приналежності до певної групи. Тобто, посібник повинен бути упізнаваним. Тому було прийнято рішення в ескізах дизайну використати такі графічні засоби як: пластилін для передачі об'ємності [3], динамічність та перетікання форм та яскраві кольори.

Під час роботи над дизайн проектом було сформульовано основну ідею візуалізації оптимального рішення. Після огляду ринку аналогових друкованих видань, пошук альтернативних концепцій та їх обґрунтування. Контрольна робота містила низку різних візуальних рішень з описним поетапним теоретичним матеріалом проведення роботи над дизайн проектом.

Мета роботи: визначити та обґрунтувати проектне рішення **для дизайну верстки навчально-методичного посібника «Шрифтова анімація: буква, слово, текст»**. Визначитися з головним оптимальним дизайн рішенням для подальшої роботи над проектом.

Завдання: **описати ідею створення дизайну верстки навчально-методичного посібника, визначити модель проектування дизайну видання, визначити та описати альтернативні концепції дизайну, описати та провести ескізування оптимального дизайн рішення, вибрати та описати компоновче та композиційно-пластичне рішення, провести тестування концепцій та затвердити й обґрунтувати оптимальне проектне рішення.**

На даному етапі роботи було прийнято рішення використовувати спіральну модель проектування, як найбільш доречно. Модель проектування

являє собою метод розробки проекту, заснований на певній уяві його розробників, як необхідно створювати свої роботи [1].

Основна задача в розробці дизайну верстки навчально-методичного посібника — розробити чітку та зрозумілу структуру, при цьому зберегти відповідність тематиці й додати в впізнаваності. Для цього було сформульовано 3 альтернативні концепції:

1. «Ритм — це саме життя» (особливістю проектування даної концепції було — поєднати деформацію гротескного шрифту та багат шаровість, динаміку простору, що б доцільно передати зміст видання. Все це поєднується простою та лаконічною композицією, для збільшення інформативності та впізнаваності посібника).

2. «Будь-яка добре розвинена технологія не відрізняється від магії» (Концепцією передбачає використання статичної та функціональної композиції з елементами частини материнської плати комп'ютера. Було обрано гротескні шрифти, які у ході роботи були деформовані і використані на обкладинці утворюючи чітку та статичну композицію).

3. «Минуле, невід'ємна частина сучасності» (за допомогою пластиліну було створено шрифтову композицію, та за допомогою програмної обробки доповнено. Такі пластилінові елементи будуть використовуватись в подальшому оформленні макету).

Ескізне проектування здійснювалося для основної частини продукту — обкладинка видання. Для знаходження нетривіальних шляхів вирішення дизайн-проектування були використані евристичні методи, що базуються на аналогії, асоціації та декомпозиції і принципи послідовного наближення [2].

Основним графічним елементом виступає — шрифт. Деформування шрифту створює ілюзію його руху, що притаманно анімаційним композиціям. Для контрасту в обкладинці використані хвилясті, динамічні елементи, що передають асоціації з рухом.

У ході тестування концепцій, ідея під номером 1, отримала вищий результат по всім показникам. Тому для подальшої розробки макету використано саме цю концепцію.

Отже, було проведено збір інформації до кваліфікаційної роботи та обрано оптимальне проектне рішення дизайну навчально-методичного посібника. Аналіз «аналогів» графічного дизайну друкованої продукції, допоміг обрати модель проектування.

Також на першому етапі проектування було представлено опис ідеї та сформульовано три альтернативні концепції створення дизайну верстки навчально-методичного посібника «Шрифтова анімація: буква, слово, текст» Опалев М. Л., Іваненко Т. О. У ході їх тестування, було визначено концепцію майбутньої візуалізації дизайн-проекту. Після ескізування було визначено та затверджено оптимальний варіант рішення візуалізації навчального посібника «Шрифтова анімація: буква, слово, текст».

Література:

1. Мержевич В. Моделі проектування. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.i2r.ru/static/512/out_21121.shtml

2. Эскизное проектирование [Электронний ресурс] // Студия Станислава Орехова. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://d-e-s-i-g-n.ru/baza_znaniy/eskiznoe-proektirovanie/
3. Woolman M. Type In Motion: Innovations in Digital Graphics / M. Woolman, J. Bellantoni. – Rizzoli, 1999. – 176 с.

Соболь В.Д., 4 курс, спеціалізація «Дизайн тканин та одягу», ХДАДМ
Науковий керівник: к.т.н., доц. Пасічник В.О.

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ОДЯГУ НА ОСНОВІ ПРИНЦИПІВ ВТОРИННОГО ВИКОРИСТАННЯ

Мода, як важливий аспект соціуму, завжди орієнтується на актуальні проблеми і подає шляхи їх вирішення. Наразі болісною проблемою людства стало екологічне становище планети, жахливі наслідки безконтрольного виробництва та надлишкової кількості відходів. Наприклад, в США 84% виготовленого одягу потрапляють на смітник. При цьому лише 15% акумулюється для повторної переробки та менше 1% для повторного виготовлення одягу.

Проблема відходів в Україні також дуже актуальна. За інформацією Міністерства Екології та Природних Ресурсів, в нас діє понад 800 офіційних звалищ, загальна кількість сміття на яких перевищує 35 мільярдів тонн. Причому щорічно ця цифра збільшується на 700-800 тисяч тонн.

Таким чином, можливими шляхами вирішення екологічної проблеми зі сторони модної індустрії є:

- скорочення виробництва та перехід на «повільну моду», що передбачає сталі модні тренди та відсутність шосезонних серйозних змін у них;
- перехід на екологічні матеріали, що стосується як натуральних тканин так і якісних високотехнологічних синтетичних матеріалів, що можуть бути утилізовані без шкоди навколишньому середовищу;
- апсайклінг та ресайклінг, тобто повторна переробка речей, що вже були у вжитку.

Суттєва різниця апсайклінгу та ресайклінгу полягає в тому, що перший напрям включає в себе часткову переробку або декорування вже існуючого виробу, а другий – глибинну переробку та створення нового матеріалу з існуючої сировини. Тобто, переробка старих джинсів на «бомбер» вважається апсайклінгом, а створення тканини з прокислого молока – ресайклінгом.

Окрім модної індустрії, апсайклінг використовують і в дизайні інтер'єру, і в ландшафтному дизайні; зі старих речей створюється все, починаючи зі світильників та предметів декору, закінчуючи великими скульптурами, що демонструються на виставках по всьому світу.

Багато, як світових, так і українських, дизайнерів використовують для створення нових колекцій саме метод апсайклінгу. До вторинної переробки вдаються як великі бренди (Alexander McQueen, Marine Serre та H&M), так і зовсім невеликі (Zero Waste Daniel). Українські бренди теж не відстають, колекції в техніці апсайклінг можна побачити у К. Марченко, Л. Літківської, С. Каневського, Ксенії Шнайдер та багатьох інших дизайнерів. В останні два роки всеукраїнські конкурси молодих дизайнерів також виділили апсайклінг в окрему номінацію.



*Рис.1 Marine Serre
весна-літо 2020*



*Рис.2 Zero Waste Daniel
весна-літо 2019*

Бренди дуже по різному підходять до ідеї переробки. Наприклад, Marine Serre використав у колекції старі бабусині скатертини, сплетені в техніці макраме, а H&M запустили масштабну компанію по прийому речей, куплених у бренда, для подальшої їх переробки.

З точки зору соціального аспекту можна виділити три таких важливих ознаки апсайклінгу в підтвердження його необхідності:

ексклюзивність та почуття власної унікальності від використання речі;
малозатратність виробництва та повторне використання ресурсів;
збереження навколишнього середовища.

Особливе місце як в Україні, так і в світі займає переробка джинсових виробів. Це спричинено тим, що джинсова тканина виготовляється з бавовняної або напівбавовняної нитки, внаслідок чого використовується значна кількість ресурсів. Для виготовлення однієї пари джинсів використовується більше восьми тисяч літрів води. Іншою причиною використання джинсу для переробки є його зносостійкість – часто джинсові речі зношуються лише в місцях, де тканина приймає на себе найбільше навантаження, в той час, як основна частина тканини виробу залишається неушкодженою і може бути використана для пошиття нових виробів.

Не зважаючи на те, що багато брендів намагаються перейти на свідоме виробництво, для великих підприємств використовувати принципи апсайклінгу в виготовленні продукції доволі складно, що наразі створює попит на речі з переробленого матеріалу більший за існуючу пропозицію.

Таким чином, апсайклінг є одним з методів екологічного виробництва, що невпинно розвивається та набуває тільки більшої актуальності порівняно з минулими роками.

Література:

1. Зоя Звinyaцьківська. Перша історія української моди. К.: ArtHuss, 2019. 336 с.
2. Чупріна Н.В. Енергозберігаючі технології екодизайну у створенні сучасного одягу як продукту індустрії моди. Вісник КНУТД. Київ. 2013. Вип.6.
3. Чупріна Н.В., Сусук М.Б. Апсайклінг та його визначення як напрямку екодизайну в сучасній індустрії моди. Вісник КНУТД. Київ. 2013. Вип.6.

Штешина Єлизавета, 3 курс, спец. «Дизайн інтер'єру і меблів», ХДАДМ
Наук. керівник: к. філол. н., доц. кафедри українознавства Борбунюк В. О.

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ У ПРОЗІ І. ФРАНКА

Серед прийомів і засобів художнього відтворення людини і оточуючого середовища у прозі І. Франка увагу привертає зображення інтер'єру. Автор майстерно описує деталі побуту, розташування предметів, вказує на їх функціональність або навпаки. Опис інтер'єру є не тільки джерелом відомостей про спосіб життя його мешканців. У прозі XIX ст. суттєво новою локальністю здійснення подій стала вітальня-салон. Дослідники вказують, що у творах Стендаля і О. де Бальзака ця локація є місцем «перетину просторових і часових рядів роману» [1, с. 396]. У творах І. Франка вітальня-салон, як і у європейських письменників, є значущим елементом поетики. При цьому український письменник дуже добре, про що свідчить вербальне, тобто словесне, зображення інтер'єру, орієнтувався у модних на той час тенденціях щодо облаштування фешенебельних салонів: «В простім, а проте дорогім і елегантнім домовім убранні вона дуже живо занята тим, що „робить порядок” у салонику: знімає полотняні футерали з м'яких коштовних меблів і з золочених рам дзеркал та образів, уставлює симетрично статуетки та оздобну посуду на комоді, придивлюється і примірює, де би найкраще стояти букетам з живих цвітів, що, настромлені в делікатні вазоники з золоченого скла, розливають сильні пахощі на весь салонику. Упоравшись з сим, підбігла до невеличкого, перламутром викладеного столика і накрутила старосвітський металевий годинник, що довгий час без діла дрімав під хрусталим клошем. Одним словом, молода пані „виганяє пустку” з сього салонику, котрий, очевидно, чимало часу стояв пустий, запертий» («Для домашнього огнища», 1892) [3, т. 19, с. 7].

Інтер'єрні описи І. Франка свідчать про такий талант письменника, як живописання словом. Звернімось до іншого тексту: «Світлиця була обширна і ярко освічена. Великі дзеркала, порозвішувані по стінах, ще побільшували яркість освітлення. Воскована підлога, хороші меблі – все те купалося в тій заліві штучного світла, і чулося тут немов у себе дома. Важкі фотелі стояли твердо і гордо на своїх грубих коротеньких лабах; софи під дзеркалами немов зітхали глибоко час від часу, запрошуючи до супочивку в своїх м'яких обняттях. Перед ними маленькі столики та плетені крісла попримощувались знехотя, мов веселі построєні діти, слухаючи ніжного балакання товстих

добродушних бабусь» («На вершку», 1880) [3, т. 15, с. 164]. Звернімо увагу, що, майстерно відтворені за допомогою слова деталі меблів, візуалізують в уяві читача точний вигляд описуваного інтер'єру. При цьому І. Франко використовує такі характерні для української мови Буковини ХІХ ст. слова, як футераль, фотель, лаби, клош. На сьогодні всі ці слова є діалектними. Мовою сучасного українського дизайну футераль – футляр або тканина, якою накривають меблі, фотель – крісло, лаби – меблеві ніжки, клош – скляний ковпак, призначений для сервірування столу.

Франкові герої завжди зображені в інтер'єрі. Як справедливо вказують дослідники, «описуючи інтер'єри різних помешкань, Іван Франко виявляє спостережливість і майстерність не тільки як літератор, а й як художник, архітектор, добре обізнаний з особливостями різного типу сільських будівель, етнограф, а іноді навіть як дизайнер з витонченим естетичним смаком» [2, с. 25]. На нашу думку, опис інтер'єру у творах І. Франка без перебільшень можна вважати своєрідною літературною 3D-вербалізацією простору.

Література

1. Бахтин М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. – М.: Художественная литература, 1975.
2. Голод Р. Интер'єр у прозі І. Франка (мікропоетика опису) // Вісник Львівського університету. 2003. № 32. С. 22–25.
3. Франко І. Зібрання творів: У 50 т. – К.: Наукова думка, 1976–1986.

Стороженко В. В. 4 курс каф. «Мультимедійний дизайн» ХДАДМ
 Керівник: кандидат мистецтвознавства, доц. Опалев М.Л.

АНІМАЦІЙНА ТИПОГРАФІКА В ТИТРАХ

Титри на кіноекрані — це елемент кінотексту, виникнення і розвиток якого починається від появи окремих написів, що випереджають фрагмент кінострічки, і закінчуючи їх становленням в якості повноцінного елемента у змісті і оформленні фільму. Також анімовані титри широко застосовуються в оформленні веб-сторінок і рекламних роликів. Прийоми анімації тексту дозволяють гнучко подати інформацію, тому вони отримали широке поширення в музичних кліпах, наукових передачах і в контенті відеоблогерів. Анімаційна типографіка — анімація букви, слова або тексту певними технологічними і композиційними засобами, які посилюють емоційний вплив шрифтових композицій [1]. Тексти в сучасних послідовностях титрів розтягуються, скручуються, пікселізуються, формуються в тривимірні структури. Анімована типографіка може приймати абсолютно несподівані форми, в залежності від майстерності дизайнера. Окрім цих маніпуляцій зі шрифтом, на наш погляд, слід звернути увагу на середовище, в якому розкриваються титри.

Запропонована нами систематизація базується на масиві матеріалу по анімованим титрам, що зберігається і періодично поповнюється на порталі “Art of the Title” [2]. Анімовані титри можна розділити на запропоновані нами групи.

Фотоколаж в основі фону. У фільмі «Закляття» (“The Conjuring”)¹ режисера Джеймса Вана (James Wan), дія якого відбувається в 70-х роках 20-го століття, фотоколажі використовуються для підтримки містичного сюжету послідовністю титрів, що точно і контрастно відображає творчу ідею автора. В контексті цієї роботи нас цікавить засіб передачі смислової інформації засобами колажу. Анімаційна дія була складена з декількох шарів зображень, кожний з яких було якби надруковано на окремому аркуші ацетатної плівки. Дизайнери перегортали кожну сторінку так, щоб шари відображалися по одному, а лист завжди розташовувався у відповідному місці. Навмисно повільний темп цієї дії був необхідний, щоб глядачі могли сприйняти простоту композицій і змісту. Одним із тонких дизайнерських рішень було те, що вони вирішили розширити букву “J”, щоб коли лист прокручувався вгору, він здавався нескінченним. Шрифт в даній анімації виглядає не як смисловий носій, а як графічний знак з особливими властивостями, що значно збагачує використані нарівні з ним малюнки і фотографії. Так само приклади фотоколажу можна побачити у послідовностях титрів до фільмів «Червоні вогні» (“Red Lights”)², «Мрійники» (“The Dreamers”)³, «Подорож» (“Paraiso Travel”)⁴ та інших.

Векторна анімація у взаємодії з текстом. Яскравим прикладом взаємодії векторної анімації з текстом є титри до мультсеріалу «Коняка Боджек» (“BoJack Horseman”)⁵. Це шоу є результатом гумору письменника Рафаеля Боба-Ваксберга (Raphael Bob-Waksberg) і мультиплікатора Лізи Ханавальт (Lisa Hanawalt). Дія в титрах починається сонячно і безтурботно, далі стає темніше по ходу розвитку шоу. Дизайнери хотіли, щоб послідовність натякала на наступні похмурі моменти. До анімації було додано ефект зернистості і зроблена корекція кольору. Був проведений складний процес сканування реальних акварельних малюнків і ця текстура була використана в подальшому процесі. Таким чином, був зроблений «акварельний» образ векторної анімації. Цей прийом надає ролику відчуття ручної роботи, робить його трохи тепліше. Так само титри, де використовується векторна анімація, можна побачити у фільмах “CoMotion”⁶, “Money on the Menu”⁷ та інших.

3D-анімація у взаємодії з текстом. Прикладом для цієї групи є титри до фільму «Великі надії» (“Great Expectations”)⁸. Ми бачимо успішне поєднання текстури шрифту і фону із мерехтливих 3D об’єктів. У відео присутня збалансованість шрифтів і тривимірних об’єктів, а також контраст між ними. Концепція історії була простою. Дизайнери знімали сцени народження і смерті метелика та відтворювали це у 3D. Так само приклади взаємодії 3D-анімації з текстом можна побачити у титрах до фільмів «Чорні вітрила»

¹ <https://vimeo.com/154383937>

² <https://vimeo.com/42261014>

³ <https://www.artofthetitle.com/title/the-dreamers/>

⁴ <https://www.artofthetitle.com/title/paraiso-travel>

⁵ <https://www.artofthetitle.com/title/bojack-horseman/>

⁶ <https://vimeo.com/90464913>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=-XTyTgFZA7I>

⁸ <https://www.artofthetitle.com/title/great-expectations/>

(“Black Sails”)⁹, «Мисливці на драконів» (“Chasseurs De Dragons”)¹⁰, «Тихоокеанський рубіж» (“Pacific Rim”)¹¹, «Мисливці» (“The Hunters”)¹² та інших.

Каліграфія в анімованих титрах. За допомогою рукописних шрифтів можна імітувати тексти, нібито написані рукою. У серіалі «Шерлок Холмс» (“Sherlock Holmes”)¹³ каліграфічні шрифти підкреслюють елегантність колажів, їх застосування є ідеальним рішенням в дизайні титрів до відомої теми, що розкривається в цьому фільмі. Дизайнери застосували достатньо широкий арсенал методів для створення цієї роботи: макрозйомка, каліграфія, проєкція, графічні зображення рук, ксерокс, чорнила і серію фільтрів у графічних комп’ютерних програмах. Так само приклади каліграфії можна побачити у титрах до фільмів «Сім» (“Seven”)¹⁴, «Скрудж» (“Scrooge”)¹⁵, «Епоха невинності» (“The Age of Innocence”)¹⁶ та інших.

Стилізація в анімації титрів. Набуваючи нові форми, текст наділяється новими можливостями не тільки в демонстрації, але і в комунікації з глядачем через послідовності титрів. Все це дозволяє говорити про титри як про візуальний образ мистецького проєкту. У фільмі «Капітан Америка. Перший месник» (“Captain America. The First Avenger”)¹⁷ ми бачимо як текст передбачає навмисне наслідування стилізації, яке дозволяє розпізнати імітацію сюжетно-образних компонентів. В титрах зображені розфарбовані зображення усміхнених дівчат в стилі пін-ап, парашутів і винищувачів що деформуються і зміщуються в кадрі. Ці рішення були взяті з реальних знакових плакатів 30–40-х років 20-го століття, динамічних за композицією. Це сформувало оригінальну концепцію титрів. Дизайнери працювали з командою 3D-розробників, щоб розбити плакати на елементи, які можна було б повністю змоделювати в програмі тривимірної анімації. Переходи і анімація камери були ретельно сконструйовані для правильного відтворення глибини простору. З точки зору художньої організації цю повністю занурило глядача атмосферу тих часів. Так само приклади стилізації в анімації титрів можна побачити у фільмах «Детективи» (“Detectives”)¹⁸, «Ми тут, щоб допомогти» (“We’re Here To Help”)¹⁹, «Рубікон» (“Rubicon”)²⁰ та інших.

Паралакс в анімованих титрах. Паралакс — це особлива техніка в дизайні, яка використовується в першу чергу в комп’ютерній графіці, коли фонові зображення в перспективі рухаються повільніше, ніж елементи, розташовані на передньому плані. В заставці до телесеріалу «Демони Да Вінчі»

⁹ <https://www.artofthetitle.com/title/black-sails/>

¹⁰ <https://www.artofthetitle.com/title/chasseurs-de-dragons/>

¹¹ <https://www.artofthetitle.com/title/pacific-rim-uprising/>

¹² <https://www.artofthetitle.com/title/hunters/>

¹³ <https://www.artofthetitle.com/title/sherlock-holmes/>

¹⁴ <https://www.artofthetitle.com/title/se7en/>

¹⁵ <https://www.artofthetitle.com/title/scrooge/>

¹⁶ <https://www.artofthetitle.com/title/the-age-of-innocence/>

¹⁷ <https://www.artofthetitle.com/title/captain-america-the-first-avenger/>

¹⁸ <https://www.artofthetitle.com/title/detectives/>

¹⁹ <https://www.artofthetitle.com/title/were-here-to-help/>

²⁰ <https://www.artofthetitle.com/title/rubicon/>

(“Da Vinci’s Demons”)²¹ дизайнери зробили так, щоб послідовність титрів виглядала як ніби перегортаються блокноти Да Вінчі. Для створення послідовності були зібрані сотні ілюстрацій, ескізів і схем художника для використання в якості шарів текстури, які потім були проанімовані. Була реалізована також ідея руйнування логотипу, сегменти якого були присутні на протязі всієї анімації. Роботи Да Вінчі є дещо символічними, з прихованими значеннями і посиланнями, і тому цікавим було відобразити це в анімації. Можна сказати, що ці титри можна сприймати, як самостійний фільм. Так само приклади паралаксу можна бачити в анімованих титрах до фільмів «Бунраку» (“Bunraku”)²², «Карнавал» (“Carnivale”)²³, «Гордість і упередження і зомбі» (“Pride and Prejudice and Zombies”)²⁴, «Дзеркальна маска» (“Mirror Mask”)²⁵ та інших.

Композиційні рішення титрів заснованих на відео-зйомці. У знаменитих титрах Кайла Купера (Kyle Cooper) до фільму Девіда Фінчера (David Fincher) «Сім» (“Se7en”)²⁶ об’єднана відеозйомка шматочків артефактів з зображеннями і шрифтом. Сторінки зошитів, що показані у роботі, заповнені великими блоками тексту, розбитими випадковими фотографіями, що прикріплені на плівці. Використано також рукописний текст разом зі шрифтом “Helvetica”. Цифрове редагування та композітінг вже були звичайним явищем в Голлівуді, особливо в пост-продакшні. Але тут дизайнери зібрали більшу частину послідовності титрів вручну, надавши їй аналогову теплоту і випадковість, щоб передати моторошний настрій фільму. В іншому випадку це могли б бути дешеві цифрові ефекти. “Se7en” вважають початком ренесансу в дизайні титрів, який в значній мірі визначається цифровими ефектами і монтажем. Так само приклади композиційних рішень титрів, заснованих на відео-зйомці можна побачити у фільмах «Підпільна імперія» (“Boardwalk Empire”)²⁷, «Падіння» (“The Fall”)²⁸, «Збройний барон» (“Lord of war”)²⁹ та інших.

Органічне середовище в анімованих титрах. Таке сполучення органіки і шрифту можна побачити в титрах до фільму «Химера» (“Splice”)³⁰. Написи, виконані гротескним шрифтом, буквально в’їдаються в органічні основи, що передають текстуру шкіри ссавців, рептилій, а також поверхні рослинного походження. Темне оточення, густе поле частинок навколо переміщують глядача ніби то в печеру невизначеного органічного походження. Шрифт ефективно задає тон для фільму, знайомлячи аудиторію з певним брендом генетичного клонування. Так само приклади органічного середовища мож-

²¹ <https://www.artofthetitle.com/title/da-vincis-demons/>

²² <https://www.artofthetitle.com/title/bunraku/>

²³ <https://www.artofthetitle.com/title/carnivale/>

²⁴ <https://www.artofthetitle.com/title/pride-and-prejudice-and-zombies/>

²⁵ <https://www.artofthetitle.com/title/mirormask/>

²⁶ <https://www.artofthetitle.com/title/se7en/>

²⁷ <https://www.artofthetitle.com/title/boardwalk-empire/>

²⁸ <https://www.artofthetitle.com/title/the-fall/>

²⁹ <https://www.artofthetitle.com/title/lord-of-war/>

³⁰ <https://www.artofthetitle.com/title/splice/>

на побачити в анімованих титрах до фільмів «Єва» (“Eva”)³¹, «Бойцівський клуб» (“Fight Club”)³² та інших.

Предметна анімація в титрах. У титрах до серіалу «Елементарно» (“Elementary”)³³ всі об’єкти як елементарні, так і несподівані. Це відрізняє стилістику даної роботи від титрів до інших детективів. Показ набору об’єктів тут призначений для того, щоб запропонувати зібрати їх у логічну послідовність і вирішити загадку. Так само приклади предметної анімації в титрах можна побачити у фільмах “Herbst”³⁴, «Кораліна» (“Coraline”)³⁵, “Crave”³⁶ та інших.

Мальована анімація у взаємодії з текстом. Титри до мультиплікаційного фільму «Монстри» (“Monsters”)³⁷ нагадують класичні 2D-анімаційні дебюти для комедій у прямому ефірі 1950–х і 1960–х років. Дизайнери беруть цей графічний підхід, що часто використовувався в середині століття, для титрів до сучасних мультфільмів. Дизайнер Джіфві Боедо (Geefwee Voedoe) створив також оригінальний шрифт до цього мультфільму. В самому кінці послідовності шрифт значно збільшується і останній кадр виглядає як плакат. Так само приклади мальованої анімації у взаємодії з текстом можна побачити в титрах до фільмів «Впіймай мене, якщо зможеш» (“Catch me if you can”)³⁸, «Люба, я збільшив дитину» (“Honey, I Blew Up the Kid”)³⁹, «Моє літо пінг-понгу» (“Ping Pong Summer”)⁴⁰ та інших.

Стилістика комікса в титрах. Заставка до фільму «Вище неба» (“Up in the Air”)⁴¹ цікавить нас акуратними композиціями і послідовністю титрів, виконаних в «коміксовій» стилістиці. Дизайнери зібрали галерею видовищних аерофотознімків, які мали деякий абстрактний сенс. Було використано також декілька простих стильних рамок, щоб зробити загальний вигляд кадрів, який передбачається в коміксах. Кожний кадр знятого матеріалу був надрукований на струменевому принтері, а потім передрукований на ксероксі, щоб надати їм вінтажну якість. Була зроблена колірна обробка, додана типографіка і просте розділення екранів білими рамками по всій послідовності титрів. Команда дизайнерів так само створила оригінальний шрифт “WiggleType”, намальований від руки. Так само приклади стилістики коміксів в титрах можна побачити у фільмах «Арчер» (“Archer”)⁴², «Точка обстрілу» (“Vantage Point”)⁴³, «Людина-павук» (“Spider-man”)⁴⁴ та в інших.

³¹ <https://www.artofthetitle.com/title/eva/>

³² <https://www.artofthetitle.com/title/fight-club/>

³³ <https://www.artofthetitle.com/title/elementary/>

³⁴ <https://www.artofthetitle.com/title/herbst/>

³⁵ <https://www.artofthetitle.com/title/coraline/>

³⁶ <https://www.artofthetitle.com/title/crave/>

³⁷ <https://www.artofthetitle.com/title/monsters-inc/>

³⁸ <https://www.artofthetitle.com/title/catch-me-if-you-can/>

³⁹ <https://www.artofthetitle.com/title/honey-i-blew-up-the-kid/>

⁴⁰ <https://www.artofthetitle.com/title/ping-pong-summer/>

⁴¹ <https://www.artofthetitle.com/title/up-in-the-air/>

⁴² <https://www.artofthetitle.com/title/archer/>

⁴³ <https://www.artofthetitle.com/title/vantage-point/>

⁴⁴ <https://www.artofthetitle.com/title/spider-man-homecoming/>

Принцип симетрії в титрах. Симетрія є однією з фундаментальних і загальних закономірностей природи і суспільства. Засоби симетрії широко використовують всі напрямки сучасного дизайну. У титрах до відео “Semi Permanent Portland”⁴⁵ гіпнотичний ритм привертає увагу глядача, тоді як дзеркальні зображення грають роль фону. Зображення лісу і неба змінюються великими панорамами міст, віддзеркалених симетрично і поєднаних емоційною музикою. У створенні роботи була використана звичайна відеозйомка і мінімальний набір комп’ютерних ефектів. Так само симетрія використана в титрах до фільмів “Moises Arancibia El Don”⁴⁶, «Темрява» (“Dark”)⁴⁷, «Вавилон Берлін» “Babylon Berlin”⁴⁸, та інших.

Шрифтові ефекти. У фільмі «Історія Шотландії» (“A History of Scotland”)⁴⁹ послідовність титрів розроблена студією “ISO Design”. Завданням для роботи було «проілюструвати більше 1000 років шотландської історії в сучасному стилі». Дизайнери зібрали спеціально зняті кадри з гелікоптера і додали в них дрібні площини, які допомогли створити відчуття масштабу. Далі була використаний трекінг тексту до рухомих об’єктів на відео. Крім того застосоване розмиття деяких областей композиції, за рахунок чого кадри титрів отримали оригінальний вигляд. Деякі блоки текстів були розділені на слова і букви трохи більшого розміру, які рухались самостійно. Це надало більш природне органічне відчуття єдності текстів і фону. Так само приклади шрифтових ефектів можна побачити у титрах до фільмів «Правдива брехня» (“True Lies”)⁵⁰, «Похований живцем» (“Buried”)⁵¹ та в інших.

Фізичне середовище в анімованих титрах. У серіалі «Борджиа» (“The Borgias”)⁵², режисер хотів в титрах чогось драматичного і потужного. Він позитивно відреагував на пропозиції дизайнерів, що запропонували використання картин знаменитих художників епохи Відродження за їх емоційність і символічність посилення у межах теми фільму. Використання фарби і чорнил було відмінним візуальним рішенням для додання руху і текстур. Це також було засобом, який згуртував усю послідовність в єдине ціле. Текстура поверхні і кракелори відбили ідею розпаду, яка при цьому поєднується з красою картин. Дизайнери зняли багато текстур і зібрали досить велику їх бібліотеку. Ретельно фрагментуючи картини і показуючи тільки певні деталі, вони змогли створити ефектну розповідь. Так само приклади фізичного середовища в анімованих титрах можна побачити у фільмах «Невидимка» (“Hollow Man”)⁵³, «Ловець снів» (“Dreamcatcher”)⁵⁴ та інших.

⁴⁵ <https://www.artofthetitle.com/title/semi-permanent-portland-2013/>

⁴⁶ <https://www.artofthetitle.com/title/el-don/>

⁴⁷ <https://www.artofthetitle.com/title/dark/>

⁴⁸ <https://www.artofthetitle.com/title/babylon-berlin/>

⁴⁹ <https://www.artofthetitle.com/title/a-history-of-scotland/>

⁵⁰ <https://www.artofthetitle.com/title/true-lies/>

⁵¹ <https://www.artofthetitle.com/title/buried/>

⁵² <https://www.artofthetitle.com/title/the-borgias/>

⁵³ <https://www.artofthetitle.com/title/hollow-man/>

⁵⁴ <https://www.artofthetitle.com/title/dreamcatcher/>

Висновки. Художньо опрацьовані титри здатні створити певний тон і настрої перед переглядом фільму. Деякі з них є, майже, самостійними витворами дизайну, «фільмом у фільмі». З розвитком технологій відбулися зміни не тільки в художній, а більшою мірою в технологічній і технічній частині створення титрів. Запропонована нами систематизація послідовностей титрів допоможе зорієнтуватись розробникам цього продукту у великому масиві даних для аналізу досягнень в дизайні саме з технологічного боку. На даному етапі осмислення проблеми є сенс продовжити дослідження в цьому напрямку.

Література:

1. Опалев М. Л., Іваненко Т. О. Шрифтова анімація: буква, слово, текст : Навчально-методичний посібник. Х. : ХДАДМ, 2020. 96 с. : іл. (подано до друку).
2. Art of the Title : веб-сайт. URL: <https://www.artofthetitle.com/>

Тарадіна А.А., 4 курс, спец. *Візуальні практики, ХДАДМ*
Наук. кер. Зоркін К.С.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖАНРУ АВТОПОРТРЕТ У МИСТЕЦТВІ КІНЦЯ 20 - 21 СТОЛІТЬ НА ПРИКЛАДІ ТВОРЧОСТІ МАУРІЦІО КАТТЕЛАНА

Автопортрет - це зображення митцем самого себе. У класичному розумінні цього терміну мова йде про зображення обличчя митця, але він має й інші інтерпретації. За останнє сторіччя у мистецтві відбулися дуже великі зміни які буквально переосмислюють усе що ми знали про мистецтво до цього: роль художника та глядача, розуміння мистецтва взагалі та його межі. І в цьому потоці змін трансформувалися і засоби вираження художниками самих себе. Зараз митці можуть створювати автопортрети не зображаючи свою зовнішність і навпаки використовувати своє зображення у роботах які не є при цьому автопортретами.

Художник завжди каже через особисте, як і будь-яка людина він висловлює свої думки виходячи зі свого особистого життєвого досвіду і все виражає через нього. Саме через це виникають непорозуміння у тому які роботи митців можна вважати автопортретами у контексті мистецтва 20-21 століть, а які ні.

Більшість автопортретів створених у цей період можна умовно розділити на такі категорії:

- спостереження себе через зовнішнє;
- спостереження себе у системі спостереження світу;
- спостереження себе через внутрішнє.

Найчастіше роботи які можуть сприйматись як автопортрети, але ними насправді не бути, відносяться до останніх двох категорій. Наприклад категорія «спостереження себе у системі спостереження світу» добре розкривається у творчості Кікі Сміт, її роботи про сприйняття внутрішнього, яке є частиною колективного досвіду [1], і ці роботи не можна вважати автопортретами, оскільки це те, що відбувається з кожною людиною, і з нею у тому числі. Роботу Кікі Сміт «Мое блакитне озеро» (рис. 1) можна вважати автопортретом і віднести до категорії «спостереження себе через



Рис. 1 Кікі Сміт «Моє блакитне озеро», 1994 рік



Рис. 2 Ева Гессе «Повторення дев'ятнадцять III», 1968 рік

внутрішнє» - це фотопортрет у якому Кікі розгортає зображення свого обличчя, наче перетворює його на мапу, і виходить так, що потилиця, вуха та лице перетворюється на цільне полотно і розкриваються на листі за принципом циліндричної картографічної проєкції. У роботі передається відчуття себе, усвідомлення себе як свою оболонку зсередини, саме тому вона є автопортретом.

Також категорія «спостереження себе через внутрішнє» добре прослідковується у творчості Еви Гессе. У своїх роботах мисткиня часто передає відчуття та процеси які відбуваються у її тілі, використовуючи не фігуративну візуальну мову. Деякі з її робіт можна вважати автопортретами бо Гессе говорить про життя в самій собі та про особисту тілесність (рис. 2).

Але не всі митці зображують себе зі сторони внутрішнього погляду, італійський митець Мауріціо Каттелан створює свої автопортрети, міфологізуючи особистий образ під впливом зовнішніх чинників.



*Рис. 3 Мауріціо Каттелан «Супер Я»,
1992 рік*



*Рис. 4 Мауріціо Каттелан
«Револуція це ми», 2000 рік*

Мауріціо Каттелан вважається художником-провокатором, митець який постійно наступає або переступає межу того, що вважається мистецтвом. Натомість сам він стверджує, що просто тримає дзеркало до суспільства, і насправді вважає себе більше «працівником мистецтва», ніж митцем.

Каттелан часто працює в суперечності чи подвійному значенні, роблячи роботу, яка вказує на одну точку зору, але водночас веде нас до роздумів про її протилежність.[2]

Каттелан ніколи не впускає можливості показати себе на публіці. Художник використовує схожі на нього маски, ляльки, манекени[3]. У його доробку мається велика кількість автопортретів, через які він постійно намагається підкреслити свій образ чужинця у мистецтві. Один з ранніх автопортретів «Супер Я» 1992 року (рис. 3) - це робота на якій створено декілька зображень Каттелана які були намальовані за описами його зовнішності робітником поліції, який професійно створює «фотороботи» злочинців. Ця робота особливо цікава тим, що автопортрет зроблений не митцем, в даному випадку художник себе ніяк не зображує його зовнішність сприймають, описують і зображають інші люди. Це робота розуміння митцем своєї ідентичності через досвід інших людей. Таким чином Каттелан створює свого персонажа з яким себе ідентифікує, і каже «ось це я», він ідентифікує себе злочинцем і крадієм у мистецтві містифікуючи особистий образ не-митця який не-створює не-мистецтво.

Ще один автопортрет Каттелана «Револуція це ми» 2000 року (рис. 4) виглядає як невелика воскова фігура автора у повстяному костюмі підвішена на вішалку. У цій роботі художник вже використовує свій містифікований образ «працівника мистецтва» одягаючи його у повстяний костюм який є відсилкою до роботи Йозефа Бойса «Повстяний костюм» 1970 року (рис. 5).

Цією роботою Каттелан ілюструє своє положення у мистецькому середовищі, і говорить, що знаходиться у підвишеному стані і не може вибратися із тієї ролі митця яку нав'язали попередні покоління художників. Тут позиція Каттелана як «працівника мистецтва» вступає у протиставлення з висловом Бойса про те, що кожен з нас може бути митцем. Автор наче знаходиться у полоні не своєї ідеї, від якої не може відкаратись.

Підводячи підсумки, можна сказати що у контексті мистецтва кінця 20 - 21 століть зображення зовнішності художника не є основним для визначення автопортрету, але будь-який витвір мистецтва у якому митець отожднює себе, свою особистість або тілесність із зображеним можна вважати автопортретом. Творчість таких митців як Мауріціо Каттелан, що працюють в різних медіа є продуктивним полем для вивчення цієї проблеми.

Література:

1. When fantasy meets popular folklore: Artist Kiki Smith's work on display in Paris. Інтерв'ю з Кікі Сміт [Електр. ресурс]. / France 24 English// YouTube. — Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=bVKdSuNdk8g> . — Назва з екрана. — Дата публікації: 14.11.2015.
2. The Art Story [Електр. ресурс]. — Режим доступу: <https://www.theartstory.org>
3. Ладо Почхуа. Естетика неупеха Мауріціо Каттелана [Електр. ресурс]./Bird in Flight — 2018 — Режим доступу: https://birdinflight.com/ru/pochemu_eto_shedevr/20180830-kattelan.html



*Рис. 5 Йозеф Бойс
«Повстанний костюм», 1970 р/*

Фесенко В. В., 2 курс спеціалізації «Дизайн середовища»

Науковий керівник: канд. мистецтвознавства Тесленко І.О.

КОСТЮМ СТАРОДАВНЬОГО ЄГИПТУ ЯК ДЖЕРЕЛО ІДЕЙ ДЛЯ СУЧАСНОЇ ВИСОКОЇ МОДИ

Канони краси, сформовані в культурі Стародавнього Єгипту, лишаються невичерпним джерелом натхнення для сучасних митців, в тому числі й дизайнерів одягу. Прикладом цьому слугують колекції Джона Гальяно для дома Christian Dior (Pre-Fall 1997; весна/літо 2004), Оскара де ла Рента (2008), Рікардо Тиши для Givenchy (осінь/зима 2016), Філіпа та Девіда Блонд (2016), Карла Лагерфельда для Chanel (Pre-Fall 2018/19), Томми Хилфигера (2019) та багатьох інших кутюр'є. Проаналізувати, які саме риси єгипетського костюму частіше опиняються в фокусі уваги сучасних митців, аби побачити весь спектр можливостей, які розкриває робота зі стилями минулого є **метою** нашого дослідження.



Рис.1 – Схенті. Гробниця
Ра-моса XIVст. до н.е.



Рис. 2.-Філін та
Девід Блонд
(Париж, 2016)

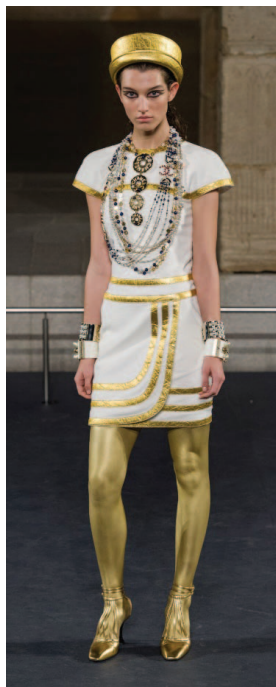


Рис.3. – Chanel
(Pre-Fall 2019/2020)

Єгипетський одяг на протязі тисячоліть лишався майже незмінним. Рельєфні зображення, фрески та скульптури стародавньої цивілізації дають уявлення про естетичний ідеал людської краси, основні типи та форми одягу цього часу. Ідеальний образ древнього єгиптянина - високий зріст, широкі плечі, вузькі стегна і талія, великі риси обличчя. Для жіночого вигляду характерні стрункі пропорції тіла, тонкі риси обличчя.

Фактично, склалося тільки два види одягу: чоловічий та жіночий. Це напоясний (чоловічий одяг) або обгортковий (жіночий одяг) тип одягу [3, 4]. Уже в ранній період існування Єгипту аж до Нового Царства чоловіки користувалися лише примітивним драпуванням, прикріпленим спереду посередині до поясу [3]. Спочатку це були вузькі смужки шкіри або сплетені очеретяні стебла. Надалі пояс зі смужкою був витіснений фартухом (схенті), що являв собою шматок тканини, середня частина якого була зібрана в складки та розміщувалась спереду, інша – оберталася навколо тіла, а вільний кінець тканини пропускався під середньою частиною. Фартух носили як фараони, так і прості робітники. Але для різних класів, розмір схенті міг бути різним. Також могла варіюватись і його форма – прямокутна або трикутна.

Базові типи єгипетського одягу неодноразово привертали увагу кутюр'є. Варіації за мотивами *схенті* (Рис.1.) зустрічаються в моделях жіночої



Рис. 4. Статуетки жінок, що несуть дари. Прибл. 2000 р. до н.е.



Рис. 5. Сукня із ниток та бусин. Прибл. 2400 р. до н.е.



Рис. 6. Карл Лагерфельд для Chanel (Pre-Fall 2018/19)

спідниці (Рис.2; Рис.3). В колекції передпоказу Шанель (2019/2020) (Рис.3) ремінісценції давньоєгипетського костюму виразні і позиціонуються як елементи цілісного образу, який доповнюють масивні прикраси, поєднання білого і золотого, на якому побудована гармонія костюму, виразний макіяж з домінуванням очей, що нагадує єгипетську традицію декорування обличчя. В моделі ж з колекції Блонд (Рис. 2) навпаки – єгипетський мотив прихований. Подібний до трикутника фартух та довжина спідниці – єдиний елемент костюму, що нагадує про лаконічне єгипетське вбрання.

Жіночий одяг (калазіріс) – пряма сорочка на лямках, яка складалася з прямокутного шматка тканини обгорнутого навколо фігури і закривала тіло від грудей до щиколоток, причому груди лишались відкриті. Класові відмінності в одязі виявлялися в якості тканин та наявності прикрас [3, 4]. В жіночому костюмі періоду Давнього Царства сукня створювалася за міркою, з дуже тонкого полотна, і являла собою так би мовити щільно облягаючий «футляр», який точно окреслював фігуру жінки. Груди були оголені, але ці натуралістичні подробиці не виставляються явно на показ, завдяки чому зберігається природність і гармонійність костюму. Для прикрасення вбрання давні єгиптяни використовували, зокрема, золоті блискі, бахрому та фаянсовий або скляний бісер, що робить зразки їх одягу актуальними і привабливими в наш час. Прикладом такої розкішної сукні є вбрання із ниток та бусин, що було створено за часів V династії (2400 до н.е.). (Рис.5).



Рис. 7. Фараон Тутанхамон і цариця Анхесенамон. Фрагмент позолоченого дерев'яного трону



Рис.8. Джон Гальяно для Christian Dior. Весна/літо 2004

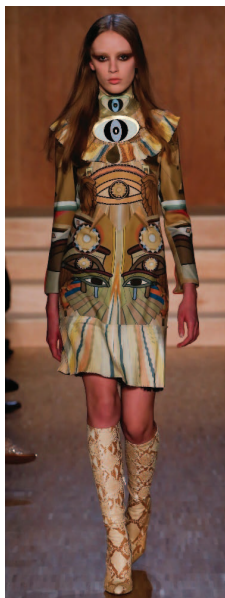
За мотивами *калазирісу* у поєднанні з бісерною сукнею створено чимало моделей, які увійшли до колекцій таких відомих кутюр'є як Джон Гальяно (1997), Карл Лагерфельд (Рис.6), та ін. В той час, як у Гальяно сукня-футляра і сукня-прикраса із бісеру створюють феєричний святковий ансамбль у поєднанні із стилізованими париками та розсипами золотих прикрас, Лагерфельд поєднує мотив пов'язки на стегна з майже аутентичною сукнею, плетеною із бісера та скляних бусин-трубочок, доповнюючи стримане рішення вишуканими браслетами на зап'ястях.

У період Нового Царства (близько 1580-1090 рр. до н.е.) досягнення у виготовленні найтонших тканин привели до поширення плісированого одягу [3]. В результаті чого, класові відмінності в одязі стали більш помітні. Аристократичний костюм того часу характеризувався тонкими тканинами, великою кількістю золотих та емалевих прикрас. Як жінки, так і чоловіки носили комір-намисто (*ускх*), з різнокольорових бус, а також браслети вище ліктя, на зап'яччя і на щиколотках. В той же час знаком божественної ознаки фараона були золота борода, корона і посох [5]. Подвійна корона являла собою символ об'єднання Верхнього і Нижнього Нілу. Посох - символізував владу народів, які займалися скотарством. Символом влади так само був головний убір *клафт*, що складається з великого шматка смугастої тканини, стрічки і обруча з уреем.

Своєрідним втіленням духу розкоші та багатства, яким овіяно мистецтво Нового Царства, є моделі з колекції Джона Гальяно для дома Christian



*Рис. 9. Філіпа та
Девіда Блонд. 2016*



*Рис. 10. Рікардо Тіши для
Givenchy. Осінь/зима 2016*

Dior (весна/літо 2004). Плісирована тонка тканина, золото у поєднанні з бірюзовими та лазурними відтінками, розмаїття аксесуарів, деякі з яких прямо цитують давньоєгипетські церемоніальні речі, якими, зокрема, виступають накладні золоті борідки – один із символів фараона. Цей прийом дозволяє згадати поодиноких представниць жіночої статі, що були свого часу при владі, таких як цариця Хатшепсут або ж Клеопатра. Між тим, Гальяно в цій колекції гіперболізує окремі елементи автентичного єгипетського одягу тим самим змінюючи їх суть. Схенті стає непропорційно короткою, в той час як фартух, створений її кінцями набуває значення пишної юбки (Рис.8). У поєднанні з високими барочними зачісками майстер створює атмосферу свята для обраних, в якому панує дух розкоші та свободи.

Крім того, привабливим і цінним для дизайнерських рішень є виразна графічність єгипетської ієрогліфіки (Рис.9), усталені символи (Рис.10), світ давньоєгипетського пантеону (Рис. 11,12,13).

Колекцію Гальяно (2004) доповнюють великі прикраси: золоте листя, змії лазурового кольору, бісероплетіння із коралів, браслети на зап'ястя та передпліччя, яскравий макіяж, який вже не є прямим наслідуванням єгипетської традиції, а змушує відчувати дух величного дійства – показу моди від кутюр, який по суті, є одним із ритуалів сучасної цивілізації. Замість головних уборів – маски у вигляді голів єгипетських божеств (Рис.12), парадні корони у вигляді сонячного диску, доповнені рогами корови, що символізують богиню Хатор, прикрашені п'р'ям - уособлення безмежної



Рис. 11,12. Джон Гальяно для Christian Dior.
Весна/літо 2004

Рис. 13. Джон Гальяно
для Christian Dior.
Pre-Fall 1997.

богоподібної царської влади. Змія (*урей*)– священний символ сонячного покровительства в Єгипті, прикрашала головний убір Осіріса та деяких інших божеств. Образ жінки-цариці, володарки долі, богоподібної, величної, впевненої, з'являється в інтерпретації Гальяно ще у 1997 році (Рис.13).

Таким чином, традиційний єгипетський костюм є невичерпним джерелом художніх рішень для сучасних творців високої моди завдяки своїм естетичним властивостям: вишуканому геометризму форм, силуетів, особливостям тканини, яка застосовувалася для його створення (зокрема, плісирована тканина), розмаїттю прикрас, багатству аксесуарів. Особливий магнетизм давньоєгипетському вбранню додає його символіка, що позначилася на рішенні головних уборів і прикрас, в символічних зображеннях яких проявилися вірування єгиптян у божественну природу царської влади та впевненість у існуванні загробного життя. Сучасні митці охоче сприймають виразні, лаконічні, своєрідні єгипетські форми, наповнюючи їх сучасним змістом, зокрема, декларують подальше посилення ролі жінки в суспільстві, що відповідає сучасним тенденціям.

Список використаної літератури:

1. Котрелл Л. Во времена фараонов. - М.,1982.
2. Матъе М. Э. Искусство Древнего Египта. – М., 1970.
3. Мерцалова М. Н. Костюм разных времен и народов. В 4 томах. – М.: Т.1, 1993, 545с.
4. Монте П. Повседневная жизнь египтян во времена великих фараонов. – М., 2000, 465 с.
5. Перепелкин Ю. Я. История Древнего Египта. – СПб., 2000, 560 с.

Chevalkova Nataliia, a second-year student of Fine Arts Faculty
 Scientific adviser: Kuznetsova V.M.

JAPANESE UKIYO-E ART

Ukiyo-e (浮世絵) are Japanese woodblock prints which flourished during the Edo Period (1603-1867). They originated as popular culture in Edo (present day Tokyo) and depicted sumo wrestlers and kabuki actors from the world of entertainment. Engravings were issued in the form of black and white books, and colors were introduced into them gradually. Ukiyo-e, literally “paintings of the floating world”, were so named because their subjects were associated with impermanence and detachment from ordinary life.

Japanese woodblock prints were tinted by hand with cinnabar, a mixture of sulfur and mercury, which gave an orange-reddish color (also known as “Chinese red”). Wild saffron gave a deeper shade of red. Some masters painted woodcuts with black varnish.

Woodblock prints were very cheap because the technique was quite simple and allowed to produce large “circulations”. They were intended for wide sections, mainly of the urban population. Only when the Europeans began to massively buy paintings, the Japanese understood the full value of these works, and they had to buy paintings of their own country from foreigners. Because more than one hundred identical paintings could be created with a print, the same works can be seen in several points of the globe, and all of them will be authentic [1, 2].

To create a Japanese woodblock prints, three people were required: an artist, a carver, and a printer. The quality and beauty of the work depended on all three masters. The first sample prototype was on transparent paper, an elastic band, gluing it to a wooden plank of cherry, pear or boxwood and the cut-out area that remained white. This was the first printing plate. After that several drawings were made with different colors (for each color or shape), and a printed document was prepared in advance using the color scheme and printing forms on paper for drawing [3].

Ukiyo-e was one of the first forms of Japanese art that found its way across the seas to Europe and America with the opening of trade between the countries. The influence that this exposure had upon the West became known as Japonism, defined by interest in the aesthetics of the style that would go on to profoundly influence many Western artists and movements such as Impressionism, Art Nouveau and Modernism [4]. Japanese engravings were a source of inspiration for European artists working in the style of cubism, impressionism, as well as post-impressionist artists such as Vincent Van Gogh, Claude Monet and others.

References:

1. Traditional Arts and Crafts: Ukiyo-e. Retrieved from: <https://www.japan-guide.com>.
2. “Укиё-э - японская ксилография”. Retrieved from: <https://www.artchive.ru>.
3. “Искусство японской гравюры укиё-э”. Retrieved from: <http://www.nihon-go.ru>.
4. Ukiyo-e Japanese Prints. Retrieved from: <https://www.theartstory.org>.

Shevchenko Eva, a second-year student of Fine Art Faculty
Scientific adviser: Kuznetsova V.M.

SUPREMATIST PAINTING BY KAZIMIR MALEVICH

Kazimir Severinovich Malevich was an avant-garde artist and art theorist, whose pioneering work and writing had a profound influence on the development of non-objective, or abstract art, in the 20th century. Born in Kiev to an ethnic Polish family, his concept of Suprematism sought to develop a form of expression that moved as far as possible from the world of natural forms (objectivity) and subject matter in order to access “the supremacy of pure feeling” and spirituality.

In 1919 Malevich began to explore the three-dimensional applications of Suprematism in architectural models. He was given a solo show at the Sixteenth State Exhibition in Moscow, which focused on Suprematism and other nonobjective styles. Malevich and his students formed the Suprematist group Unovis.

Malevich published his book *The Non-Objective World* in 1927. It is one of the most important theoretical documents of abstract art. He wrote: ‘In the year 1913, trying desperately to free art from the dead weight of the real world, I took refuge in the form of the square.’ Out of the ‘suprematist square’ as he called it, Malevich developed a whole range of forms including rectangles, triangles and circles often in intense and beautiful colours. These forms are floated against a usually white ground, and the feeling of colour in space in suprematist painting is a crucial aspect of it.

Malevich travelled with an exhibition of his paintings to Warsaw and also went to Berlin, where his work was shown at the Grosse Berliner Kunstausstellung. In Germany he met Jean Arp, Naum Gabo, Le Corbusier, and Kurt Schwitters and visited the Bauhaus, where he met Walter Gropius. The Tretyakov Gallery in Moscow gave Malevich a solo exhibition in 1929. Because of his connections with German artists, he was arrested in 1930 and many of his manuscripts were destroyed. In his final period, he painted in a representational style. But the main merit of Kazimir Malevich is Suprematism, one of the most influential areas of abstract art of the twentieth century.

The structure of the universe in Suprematism is expressed in simple geometric forms: a straight line, a rectangle, a circle, a square against a light background, signifying the infinity of space. The ideas of Suprematism, the countdown of which was put by the famous “Black Square”, were embodied in architecture, scenography, printing, industrial design. Often theorists of art came up with the names for directions in the visual arts, Suprematism owes its birth, as well as being, development, theoretical justification, “promotion to the masses” to Kazimir Malevich.

Шембелян К.О., 3 курс, спец. ГД, ХДАДМ

Керівник: доц. каф. ГД, канд. мист. Литвинюк Л.К.

БАРОКОВІ ПРИНЦИПИ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ ФЛАКОНІВ ДЛЯ ПАРФУМІВ

Бароко це період, що у багатьох людей асоціюється з розкішшю. Твори епохи захоплюють філігранністю ліплення та динамікою в кожній лінії, а позолота створює королівську атмосферу. Тому не дивно, що велика кількість парфумерних брендів звертається за натхненням саме до цього періоду. Серед них Dior, Gucci, Chanel, Dolce & Gabbana та інші. Цікавим, з точки зору формотворення, на нашу думку є флакон парфумів, адже цей продукт, сам по собі, часто є предметом розкоші, тому вимагає особливої роботи над дизайном.

В межі нашого дослідження ми взяли наступні бренди: Chanel, Ange Ou Demon Le Secret, PACO RABANNE, Hugo Boss, Naomi Campbell, Aqua Allegoria, Trussardi, Loewe, Salvatore Ferragamo, Tiziana Terenzi, Paco Rabanne, Versace, Calvin Klein, Emper. Дослідивши близько 50 флаконів відомих брендів, ми прийшли до висновку, що незважаючи на подібність їх формотворення, усі флакони мають свій унікальний дизайн, тому що по-різному розставлені візуальні акценти, та й перед дизайнерами стояли різні завдання.

Кожен бренд намагається, в першу чергу, зробити унікальний флакон для свого парфуму, що б сам флакон був візитною карткою бренду. Після цього флакон може бути основою цілої серії парфуму. Гарним прикладом такого підходу для створення дизайну буде флакон Dior з його серії «Miss Dior». Цей бренд використав один і той же флакон для всієї лінійки, змінюючи тільки колір самого парфуму. Для створення унікальності свого флакона дизайнери використовували принцип акценту на деталі, а саме бантик на кришці. У своєму дослідженні нам вдалося виділити такі принципи, як: створення форми на основі предметів що існують, дорогоцінних каменів, прикрас (Carolina Herrera «Good Girl»), створення більш динамічної форми для ефекту витонченості (Armand Basi «In Me»), ілюзія позолоти (Guerlain «Aqua», Allegoria «Mandarine Basilic» тощо) та комбінування штучних матеріалів з натуральними (Chloe «Nomade»). Але абсолютно у всіх парфумів видно, що флакон та пакування стояли явно не на останньому місці при створенні продукту. І це не дивно, адже, коли ми купуємо дорогий продукт преміумкласу, ми звертаємо увагу абсолютно на все. Оскільки, у сфері парфумерії дуже велика конкуренція, потрібно вміти зацікавити покупця не тільки ароматом, але і картинкою, кольором, формою, шрифтом, прикрасами.

Дорожнеча і розкіш, як основа епохи бароко – це поєднання унікальних фактур, форм, кольору, матеріалу, деталей і нюансів. Це симфонія ліній і контрастів, поєдинок пишноти з витонченістю. Серед основних барокових принципів, що зустрічаються у сучасних флаконах парфумів ми виділили: пишність форм, надмірне прикрашення, відсутність прямих ліній, контрастність, динаміка композиції.

Шльомич І. С., 4 курс Харківської державної академії дизайну і мистецтв

ТИПОЛОГІЯ ЖІНОЧИХ ОБРАЗІВ В ОФОРМЛЕННІ ХАРКІВСЬКОЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ ОБГОРТКИ ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Початок ХХ століття в історії харківського мистецького життя виявився доволі строкатим у проявах різних стилів і стильових напрямів. І одним з них був популярний на той час «модерн». При цьому, якщо у галузі архітектури і частково образотворчого мистецтва, харківський модерн має своїх дослідників і відповідні публікації, художній аспект у харківській рекламній продукції на початку минулого століття залишається на периферії дослідницької уваги.

Стосовно уваги саме до жіночих образів, відмітимо, що ні «куртуазне кохання», ні ренесансні алюзії античної жінки-богині не змінили масову свідомість, а отже і відношення до жінки. Тільки наприкінці ХІХ століття ці давні образи жінки починають зазнавати суттєвих змін. З'являється образ нової «вільної» жінки, на першій план нерідко виходять її діловитість, або принадливість, як самостійна естетична домінанта.

Ось чому на моду кінця ХІХ століття мали великий вплив як дами з вищого світу, так і дами півсвіту, актриси і балерини. Важливо відмітити, що у 1890-х роках мода перестала бути привілеєм вищих класів. Завдяки модним журналам широка публіка мала можливість познайомитися з найостаннішими її тенденціями, народжується в світі богеми і в модельних будинках Парижа. У відповідності зі смаками тієї епохи силует жінки придбав змієподібні контури і став нагадувати латинську букву S. Найбільш активно стиль модерн втручався в оформлення вечірніх нарядів, надзвичайно ефектних через асиметрію і манірно вигнуті лінії.

Підвищена увага до естетизму, в свою чергу призводила до досить високої мистецької якості реклами, в створенні якої приймали участь талановиті митці тієї епохи. Упаковка та етикетка в означений час не обмежувалася тим, що вказували на найменування товарів, вони були покликані розвивати у масової публіки художні смаки.

Дослідники мистецької складової рекламної продукції окрему увагу приділяють жіночим образам, розкриваючи сутність цього соціального і мистецького явища. Промисловість завжди орієнтувалася на жіночу половину суспільства, як на покупця цілих груп товарів різноманітної спрямованості, які вважалися виключно або переважно жіночими. Дійсно, коли мова у ХІХ столітті йшла про парфумерію, модні лінії жіночого одягу, кондитерські вироби, їх покупцями в першу чергу небезпідставно вважали представниць жіночої статі. Відповідно, у рекламі розпочинають пошук зображень, які б могли стати для жінок упізнаваними, еталонними. Самі такі зображення стало прийнято вважати ідеалами краси і витонченості. Старі і нові жіночі образи переплітаються у мистецтві модерну.

Матеріалом для мистецтвознавчого аналізу у нашій роботі слугувало художнє оформлення кондитерської обгортки двох найвідоміших виробників – фабрик Д. Кромського і Ж. Бормана. Відомі не тільки за межами Харкова але й Російської імперії, ці виробництва значну увагу приділяли естетичному вигляду

ду власної продукції і, таким чином, відобразили масові смаки епохи модерну.

Оскільки ласощі завжди вважалися гарним, а отже й «джентльменським» галантним дарунком, тип жінки-леді ставав чи не основним у рекламі цієї продукції. Це ставні пані з гордовитою осанкою і одягнені по моді. Модному вбранню у цьому типі приділялася значна увага, фактично одяг і був найбільш характерною рисою у створенні образотворчого живописного портрету жінки-леді. Купуючи подібну продукцію для жінки, її ніби ще й у такий засіб «вводили» у належний світ витонченості і гарного смаку, так саме як і журнали мод того часу.

Реклама також неодноразово звертається до «експлуатації» теми материнства і дитинства. Присутні тут і високоякісні, і ординарні мистецькі роботи, скоріше за все, через орієнтацію на покупців із різним матеріальним статком. Також прикметою епохи є мода на салонне фото, і ми зустрічаємо подібне постановочне фото, яке стає темою кондитерської обгортки.

Тип ділової жінки представлений у рекламі харківської кондитерської продукції опосередковано. Ідеї європейського суфражізму у консервативному суспільстві Російської імперії не були поширені настільки широко, щоби вважати їх придатними у рекламі масової продукції. Ми не побачимо тут жінок-велосипедисток а тим більше автомобілісток, образи яких вже зустрічаються у європейській рекламі. Проте як модна тема, натяки на самостійність жінок зустрічаються у харківській кондитерській етикетці.

Близьким до типу ділової жінки але насправді його антиподом є тип «фатальної» жінки, яка панує у чоловічому світі саме завдяки своїй жіночій чарівності і принадам. У рекламі солодоців такі зображення також були завуальованими як і попередній тип бо кондитерські вироби завжди мали надто широкий спектр споживачів. Цукерки й шоколад, звісно не можна віднести до таких інтимних речей, як білизна, або жіночі туалетні принадлежності і парфуми, де образи фатальної жінки були більш доречними і відвертими. Тим не менш, натяки на особливу жіночу чарівність є й в кондитерській рекламі.

Широко представлений у кондитерській етикетці етнографічний тип, жінка «з народу», який включає в себе й зображення дітей-дівчат. Причому слід зауважити, що така популярність охоплювала не тільки простонароддя, що здавалося б цілком логічно, але фактично всі шари населення, оскільки ці образи в своїй основі спиралися на фольклор, а також в них особливо проявлялася зміна природних сезонів. Тому в етикетці ми бачимо народних персонажів, зокрема маленьких дівчат, підлітків і жінок, які займаються справами, що підкреслюють пори року. Ілюстративний характер малюнків-оповідей, яскраві кольори нагадують і лубок, і дешеві книжки «для народу», у кращих зразках вгадується вплив митців, яких відносять до кола митців, які об'єднувалися навколо журналу «Мир искусства».

Таким чином, дослідження художньої складової харківської кондитерської обгортки початку ХХ століття дозволило нам виділити наступні типи жіночих образів, які використовувалися у рекламі:

- Жінка-леді.
- Жінка-матір.
- Ділова жінка.

- «Фатальна» жінка.
- «Етнографічний» тип жіночості.

Наостанок констатуємо широкі можливості, які розкриваються перед дослідниками художнього компоненту харківської рекламної продукції не тільки означеного періоду, але й ХХ століття у цілому.

Щелканова В.С., 4 курс, спец. *Мистецтвознавство, ХДАДМ*
Наук. керів. проф. Т.В. Павлова

ТЕМА ТІЛА У ФОТОГРАФІЇ ІГОРЯ ЧЕКАЧКОВА

Ключові слова: Ігор Чекачков, сучасне мистецтво, фотографія, дискурс тілесності

Ігор Чекачков – фотохудожник, творчість якого можна віднести до харківської школи фотографії. Це явище почало зароджуватись наприкінці 60-х років ХХ століття. Його засновниками стали Б. Михайлов, О. Супрун, О. Мальований, Ю. Рупін, С. Павлов. Пізніше у 1980-ті приєдналися Р. Пятковка, С. Солонський, С. Братков та інші. Вони сформували свій власний стиль, притаманний лише харківській фотографії.

Харківська фотошкола народилася як відповідь на політичну і пропагандистську фотографію, в якій здебільшого трансливався образ щасливого радянського громадянина. Харківська фотошкола - це традиція і особливі відносини зі світом. Її характерні риси - іронічність і кітч, як метод.

Дослідження феномена повсякденності, виявлення його стійкої структури - одна з важливих проблем сучасної філософії. Повсякденність та тілесність – дуже пов’язані між собою поняття. У реальному житті вони співіснують. Тілесність - термін традиційного естетичного та соціально-гуманітарного знання, що приймає іманентний категоріальний статус в понятійному комплексі філософії постмодернізму. Лексичне вираження предметної категорії тілесності близько до базових характеристик людини, його модусів і атрибутів. Тілесність вміщує все, що можна сказати про тіло взагалі, в будь-яких його аспектах. Це поняття неklasичної філософії, що було конструйоване в контексті традиції, яка вводить у поле філософської проблематики такі феномени, як сексуальність, смерть і т.д. В контексті установки постмодерну на подолання традиціоналістських підстав європейського «метафізичного» мислення (протиставлення суб’єкта і об’єкта, пафос гносеологізму, гіпотеза про якісну неоднорідність і ешелонування даних людського досвіду) тілесність виступає як пакетне поняття, що центрує на собі ряд значущих цінностей постнекласичного філософствування. Постмодернізм здійснює радикальне переосмислення поняття тілесності в плані граничності його семіотизації.

Фотографії Ігоря Чекачкова цікаві з точки зору візуальності та символізму, що він передає найчастіше за допомогою оголеного людського тіла. «Оголене тіло більш чесне» – говорить сам автор. У своїх проектах він досліджує людські відносини, формуючи свою естетику. Також він розкриває тему повсякденності в сучасному світі. Така тематика та висвітлення цих аспектів життя присутня не лише в його серії «Daily lives», але й у серії «Sleep». Також у даному дослідженні категорія тілесності отримує нове висвітлення че-

рез дихотомію особистого та соціального в останній серії Ігоря Чекачкова «NA4JOPM8».

Інша серія – «NA4JOPM8» виконана у стилістиці глітч-арту, що дає змогу говорити про деструктивне як естетичну категорію. Висвітлено, що глітч-арт ще сильніше пов'язує серію «NA4JOPM8» з прийомами харківської школи фотографії, оскільки втручання у зображення (розфарбовування, колаж, накладання одного зображення на інше) – саме ті підходи, що використовували харківські митці. Підкреслюється, що прийоми глітч-арту в даному проекті є не стільки свідомим жестом художника, скільки його реагуванням на «втрату».

У ході аналізу серій Ігоря Чекачкова «Daily lives» та «NA4JOPM8» були виявлені константи, що присутні в обох серіях – тілесність, повсякденність, щирість висловлювання. Але у серії «NA4JOPM8», на відміну від «Daily lives», з'являється паралель інтимного та повсякденного із соціально-політичним. Ця паралель стала можливою завдяки помилці техніки, що створила єдину стилістику зображень та поєднала візуально різні фотографії, деконструювавши зображення.

В результаті ретельного дослідження творчої біографії Ігоря Чекачкова, виявлені причини створення не лише досліджуваних серій, але й інших проектів, завдяки можливості особистого спілкування з художником, що дало змогу побачити та дослідити не лише першу та останню серії, пов'язані з оголеним тілом, а й прослідкувати еволюцію творчості художника на сьогодні. Вона відображає впливи на художника естетики модернізму (Густав Клімт), Картьє Брессона та агентства Magnum photo, японської філософії та естетики, а також, певною мірою, – харківської школи фотографії.

Отже, Ігор Чекачков – досить багатогранний фотохудожник, чия творчість вписується у контекст харківської школи фотографії. Сам художник, аналізуючи свою творчість, говорить: «Те, чим я зараз займаюся – це суміш естетики Magnum Photo, яку я у себе ввібрав, та харківської традиції, яка сама собою до мене прийшла». Він не боїться експериментувати та дуже чесно та відверто говорить про особисті речі, що відчуває. Його проекти дуже сміливі та емоційно наповнені. Кожен його проект – це щире здивування цьому світові.

Юрченко В.Б., 4 курс каф. «Мультимедійний дизайн» ХДАДМ
Керівник - канд. мистецтвознавства, доцент Опалев М.Л.

АНІМАЦІЯ У СУЧАСНОМУ ВЕБ-ДИЗАЙНІ

За останні кілька років анімація набуває все більшої популярності, як складова веб-сайту. Вона дозволяє поліпшити загальну привабливість сайту та привернути більшу увагу користувачів до контенту. Анімація допомагає розкрити потенціал інформації, яку розміщена на веб-сайті, спрости використання сайту та зробити його більш зручним. На сьогоднішній час є кілька способів створення анімації. Одним із них є CSS кодування, яке додає рухи до статичної ілюстрації та допомагає створити на сторінках сайту якісну анімацію [1]. Метою нашої роботи є створити загальну характеристику різних типів анімації у веб-дизайні.

Ефект анімації бекграунду. Одним із рішень в дизайні веб-сайту є фонові анімації. Вони служать доповненням основній інформації сайту та не перевантажують його. Якісним прикладом цього може бути фонові анімація сайтів “Website social films 3d lab”¹ та “Les animals.digital”² Обидва ресурси присвячені анімаційним роботам. Для першого розроблений акварельний фон, який перебиває анімовані зображення. Незважаючи на це анімація не заважає основній інформації та тільки доповнює її. На сайті Les animals. digital можна побачити, що фонові анімація тільки підкреслює основну інформацію. Тому ефект анімації бекграунду не слугує основним елементом, а відіграє допоміжну роль. Фонові анімація повинна бути проста та відбуватися невеликими ділянками зображення одночасно або всього зображення невеликими рухами [2]. Це робиться для того щоб користувачам було зрозуміло загальне повідомлення, яке не відвертає уваги від контенту.

Анімація завантаження. Вона створюється для того щоб відвідувач сайту не втрачав інтерес до сайту, коли йде завантаження сторінок. Прикладом є сайт “Viens-la”³. Спочатку на цьому сайті можна побачити невелику анімацію, яка переходить у цілий сюжет. За допомогою цього відвідувач поглиблюється в інформацію, яка йому надана та залишається на сайті. Подібними прикладами завантаження є сайти “My Share”⁴ і “Dan Paris”⁵ Анімація на цих сайтах показує відсотки завантаження та невеликий рух ілюстрацій.

Низькополігональна анімація. Зображення демонструється за допомогою геометричних форм та анімується складанням цих форм в ілюстрацію. Прикладом з таким типом анімації є яскравий сайт “Species in Pieces”⁶. На ньому використовуються лише трикутні полігони для демонстрації тридцяти зникаючих видів тварин. Відвідувач сайту може побачити, що всі трикутні фігури змінюють колір та при кожній анімації є переходом у інший вид тварин. Ця анімація надає смислового навантаження та впливає на сприйняття інформації користувачем.

Використання анімації, як основного елементу веб-сайту. Цей тип анімації взаємодіє з відвідувачем і займає основну частину сайту. Як правило, активна анімація застосовується в лонгрідах (одностраничних сайтах) при прокручуванні сторінки. Масштабні анімації можуть бути цікавими візуально, але не повинні бути багато змішаних ефектів. В такому випадку вийде хаос, що заплутає користувача [3]. Такий спосіб взаємодії максимально впливає на емоції користувача сайту. Прикладом таких робіт є “Info quest”⁷, “Make Your Money Matter”⁸ та “Minergie”⁹. Таким чином анімація допомагає донести інформацію інтерактивно під час взаємодії користувача з сайтом.

¹ <https://www.aquest.it/>

² <https://lesanimals.digital/#/intro>

³ <https://viens-la.com/>

⁴ <https://myshare.brambles.com/languages/en/index-en.html>

⁵ <https://dan.paris/>

⁶ <http://www.species-in-pieces.com/>

⁷ <https://www.atlassian.com/information-management-infographic>

⁸ <http://makeyourmoneymatter.org/>

⁹ <https://minergie20.ch/>

Анімація, як доповнення до інформації. Анімований елемент на сторінці додає зміст загальній інформації. Завдяки таким елементам відвідувачу легше прийняти ту інформацію, яка йому подається. Також таким чином збільшується позитивний вплив веб-сайту [4]. Яскравим прикладом такої ситуації є сайт “Nuredigital”¹⁰, де анімація виконана дуже якісно. Перед відвідувачем програвасться цілий спектакль із анімованих сторінок. В першу чергу треба звернути увагу на те що у логотипі компанії представлені анімації робот, які тільки доповнюють та пояснюють інформацію. Тому користувачу можна швидше прийняти її та зробити перші кроки. Також на сайті “Nuredigital” взаємодія з логотипом надає повну інформацію про компанію. Це все робиться для того щоб відвідувач познайомився з першою інформацією, а потім захотів поглинути далі у матеріал.

Висновок. Анімація – один з важливих прийомів сучасного веб-сайту. Анімація буває різних видів та відіграє різні ролі. Вона може виступати як самостійно так і додатково. Цей елемент відзначає значний вплив на користувача сайту. Анімація допомагає утримати увагу на матеріалі веб-сайту.

Література:

1. Web Animations and Animation Tools That You Can Use for Your Web App : веб-сайт. URL: <https://yalantis.com/blog/web-animation-technologies-and-tools/?fbclid=IwAR30I3NB5CGbyaX8cEF2aKHLiPm8x1nQ9PFJy9r4rjT5d4ZQYN2Nmp8jD7M> (дата звернення: 25.02.2020).
2. Irina Sidorenko. Web Design Trends: Effective Types of Animations for Your Web App: веб-сайт. URL: <https://uxplanet.org/web-design-trends-effective-types-of-animations-for-your-web-app-340cd4fe5f68> (дата звернення: 25.02.2020).
3. An Introduction to Animation in Web Design : веб-сайт. URL: <https://designshack.net/articles/graphics/an-introduction-to-animation-in-web-design/> (дата звернення: 25.02.2020).
4. Bansal G., Zahedi F. M. Exploring Cultural Contents of Website Images : веб-сайт. URL: <https://aisel.aisnet.org/amcis2006/170/> (дата звернення: 25.02.2020).

Якубінський М. 4 курс, спец. «Графічний дизайн», ХДАДМ

Керівник: доц. ХДАДМ Більдер Н.Т.

ДИЗАЙН ТА ВЕРСТКА ПОСІБНИКІВ З КАРАТЕ 40-50-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ

З кожним роком зростає інтерес громадян західних країн до східної культури, зокрема – східних технік особистісного зростання і бойових мистецтв.

Видання навчальної літератури за цією тематикою, зокрема – посібників з карате, актуальне, бо існує проблема руйнування традиційної цілісної системи роботи з особистістю через трансформування карате в спорт та знищення цілого культурного пласту з боку японців, які вважають карате шкідливим наслідком китайського походження.

Вже багато років у свідомості шанувальників існує поширений забобон щодо існування в середовищі східних бойових мистецтв деяких сувоїв з секретними техніками. У випадку з карате це твердження не має ніякого відношення до дійсності. Довгий час знання передавалися від вчителя до

¹⁰ <https://www.nuredigital.com/>



Рис. 1 Обкладинка «Anata No Mi O Mamoru Zukai Setsumei Karate Go» - I. Komake [6]

учня в усній формі, керуючись буддійським принципом від «серця до серця» - традиція чань/дзен [1].

Після подій реформації Мейдзі на території Японію та у підвладній їй Окінаві настає епоха

модернізації. Відкриваються кордону, будуються заводи, Японія починає активно оновлюватись за західним зразком. Одним з таких оновлень стало поява друкарського обладнання і стандартних друкарських принципів згодом адаптовані під японського читача [2, 5]. Дотримуючись нових віянь і з огляду те, що арсенал карате постійно доповнювалося, багато майстрів, здебільшого японські та проживаючи у великих містах, почали видавати перші друквані підручники з карате.

Перше, що відрізняє японську верстку будь кого видання від західних аналогів крім ієрогліфічного написання, це формат, – обкладинка задом наперед а орієнтація тексту зверху вниз.

Обкладинки посібників за карате 40-50-х років умовно ділилися на два типи: перші текстові з великими написами в різних частинах обкладинки і додатковими квадратними елементами. варто відзначити що саме квадратні і прямокутні форми найчастіше зустрічаються на обкладинках видань 40-50их років (рис.1). Другий тип – ілюстративна обкладинка, як правило із зображенням сцени поєдинку і рідкісними декоративними елементами(рис.2). В основному обкладинки були виконані в теплих кольорах, червоному, жовтому помаранчевому з використанням допоміжних чорного і білого і синього. Нумерація починалася з третьої сторінки, причому колонцифра складалася з арабських цифр які також використовувалися за для нумерації рухів [3] (рис.3).

Всі сторінки і розвороти побудовані з використанням простих модульних сіток. Зазвичай з переважанням тексту. Для ілюстрацій з людським зображенням використовували більш жорсткі модульні сітки в той час як сторінки з описом предметів або окремих частин тіла були більш хаотичні.

Фотографія ще не набула поширення в типографічній продукції, тому всі підручники використовували мальовані ілюстрації. Ілюстрації були дуже простими і майже повністю позбавленні зайвих деталей, виконувалися як більш графічні складаючись з одних тільки ліній та більш мальовані з штрихами та тінями і навіть промальовуванням землі. Анатомія зображуваних людей характеризувалося спільною рисою короткі руки, ноги і довга шия

Рис. 2 Обкладинка ■
«Zukai Setsumei
Karatedo Nyumon» [7]

Рис.3 Схема ■
рухів [8]

та корпус. Компонування ілюстрації показувала чергування і правильний порядок виконання техніки, спеціально підібрана для створення динаміки руху на сторінках. Надалі їх практично повністю замінили фотографії. Ранні книги мали досить багато вільного простору на розворотах, з спеціальними сторінками відведеними для великих маси ієрогліфів. У виданнях активно застосовувалися прості графічні елементи, схеми, таблиці.

З огляду на все вище зазначене можна зробити висновок, що мова верстки та композиції є універсальною, незалежно від країни створення і теми книги. Незважаючи на вік, країну походження і специфічну тему, дизайн залишається зрозумілим навіть для західної людини, завдяки зрозумілим і простим komponуванням ілюстрацій і блоків тексту. Обкладинки посібників з карате 40-50-х років та інших японських видань відповідали дизайн тенденціям свого часу, і відрізнялися від західних аналогів тільки наявністю ієрогліфів.

Література:

1. Дзэн-буддизм — 2018 — URL [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://osnovakarate.ru/karate/dzen-buddizm.html>
2. Егорова, Н. Н. Путь японской книги: История печатной книги от древности до наших дней [Текст] / Н. Н. Егорова // История и археология. – 2015. – С. 244 – 245. — URL [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/put-yaponskoy-knigi-istoriya-pechatnoy-knigi-ot-drevnosti-do-nashih-dney>
3. Старые японские книги по каратэ — на японском языке — 28.10.2018 — URL [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://srb.ru/%D0%B7%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BA%D0%B8/literatura/starye-yaponskie-knigi-po-karate.html>
4. Виноградова Н. А., Николаева Н. С. Малая история искусств. Искусство стран Дальнего Востока. - М.: Искусство, 1979. - 370 с.
5. Жадова Л. О японском дизайне и его создателях // Техническая эстетика - 1968. №4, №6

Якубінський М. 4 курс, спец. «Графічний дизайн», ХДАДМ

Керівник: доц. ХДАДМ Більдер Н. Т.

ДИЗАЙН ТА ВЕРСТКА ПОСІБНИКІВ З КАРАТЕ В ЯПОНІЇ ТА АМЕРИЦІ 70-80 Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ

Початок 70-х років можна назвати початком розповсюдження східних бойових мистецтв на заході зокрема в Сполучених Штатах Америки. Здебільшого через кінематограф та популяризації бойових видів спорту. Виник величезний попит на тренерів, екіпіровку, атрибутику і книги, про історію техніки і філософії бойових мистецтв, в даному випадку карате.

На той момент Японія вже давно оговталася від минулих військових потрясінь і функціонувала на рівні з найбільш розвинутими країнами Заходу. У тому числі в плані технологій і дизайну від чого дотримувалася всі дизайнерські тренди того часу що безпосередньо вплинуло на вигляд

Рис 1. Обкладинка «Best Karate» - М. Накаяма.[4]

підручників з карате на той момент широко тиражованих в Японії. Головною відмінністю підручників з карате 70-80х років від їх аналогів з 40-х років це вищий рівень друкарні і поліграфії як в технічному так і в дизайнерському плані [1, 3].

Видання навчальної літератури за цією тематикою, зокрема – посібників з карате, актуальне, бо існує проблема руйнування традиційної цілісної системи роботи з особистістю через трансформування карате в спорт та знищення цілого культурного пласту з боку японців, які вважають карате шкідливим наслідком китайського походження.

Головною тенденцією в дизайні обкладинок була фотографія майстра, або в звичайні позі або під час виконання техніки. На той час вже сформувалася група всесвітньою відомих майстрів обличчя яких ставали рекламою та сигналом до купівлі видання. Посібники переводили з японського на англійську зазичай із використанням гротеску або шрифту із великим брусковими засічками [2] (рис. 1-2).

Кольорова гама була дуже обмежена, та майже не використовувалася на сторінках видання а лише на обкладинці у кількості двох-трьох чистих кольорів. Найчастіше використовувалися чорний, червоний та жовтий кольори. Дизайн не мав декоративних елементів, фон за фотографією виконувався звичайною заливкою.

У верстці в якості ілюстративного ряду використовувалися чорно-білі фотографії. Саме фотографії зайняли домінуюче становище не тільки ка

Рис 2. Обкладинка «The Fundamentals of Goju-Ryu Karate» - Я. Госей [5]

Рис. 3 Nakasone «Genwa Kobo Kenpo Karatedo Nyumon» - К.Мабуні [6]

ілюстрація але і як основний елемент обкладинок. Особливо це помітно на прикладах вже американського дизайну коли ціла книга могла складатися тільки з фотографій з короткими описами більше нагадуючи альбом. Модульна сітка стала більш рівною із чіткою побудованою композицією. Головним шрифтом написання став гротеск (Рис 3-4).

Отже у період 70-80-х років починається масова адаптація посібників з карате, за дизайном та тенденціями того часу, багато і досі вважаються одними із кращих та зрозумілих завдяки простому але дуже функціональному дизайну який і досі залишається орієнтиром для сьогоденних авторів.

Література:

1. Егорова, Н. Н. Путь японской книги: История печатной книги от древности до наших дней [Текст] / Н. Н. Егорова // История и археология. – 2015. – С. 244 – 245. — URL [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/put-yaponskoj-knigi-istoriya-pechatnoj-knigi-ot-drevnosti-do-nashih-dney>
2. Старые японские книги по каратэ — на японском языке — 28.10.2018 — URL [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://srrb.ru/%D0%B7%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BA%D0%B8/literatura/starje-yaponskie-knigi-po-karate.html>
3. Дизайн 80-х годов постиндустриального общества — URL [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://helpiks.org/6-20869.html>

Рис. 4 «Me De Miru Karate Nyumon» - М. Хіроніши [7]

З М І С Т

ВСЕУКРАЇНЬСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ ХДАДМ ЗА ПІДСУМКАМИ РОБОТИ 2018/2019 НАВЧАЛЬНОГО РОКУ

Акерман О.В. Основні напрямки курсу «Основи фото- та відеозйомки» для спеціалізації «Реклама та відео-арт»	3
Бедрина Н. С. Підготовка курсу «Веб-дизайн» для спеціалізації «Реклама та відео-арт»	5
Богачук О. В. Поворот до інтеграції цифрового компонента в матерію традиційних художніх засобів	6
Горбачова В. В. Індійський ненаративний живопис крізь призму творчості Васудео Гайтонде	8
Жерихова Г. А. Розкадровка – як конструктивно-пластичне рішення ролику у аудіовізуальному мистецтві	9
Касьяненко Т. В. Єгор Шрейдер: нові відомості з біографії митця	11
Лисенко Г.О. Художньо - стилістичні особливості творів Анатолія Якимця	13
Литвинюк Л. К., Шауліс К. К. Сучасні екологічні тенденції в японській графіці	15
Логачова Б. Діяльність галереї-лабораторії “SOSka” в художньому середовищі Харкова 2000-х років	18
Лю Фань. Сильові особливості пейзажів Ванг Кеджу	20
Мамедов К. С. Художня інсталяція як засіб формування міждисциплінарних зв'язків у навчальному процесі для студентів напрямку аудіовізуального мистецтва	21
Мосендз О.О. Символіка червоного кольору в українському авангарді початку ХХ століття	23
Мудаліге О. І. Епіграфічна і рукописна традиція римської античності	25
Найденко В. О. Особливості творчих пошуків Олександра Шеховцова	28
Осадча О.А. Артефакти сакрального: християнська тематика в гравюрах Альбіни Ялози	31
Павлова Т. Експресіонізм і неопримітивізм у творчості Марії Синякової	33
Пандирева Є. Аспекти архітектоніки написів у візуальному середовищі міста	35
Полетаєва Г.Н. Класифікація ігрових персонажів	37
Сбітнева Н.Ф. Сучасні тренди графічного дизайну: мінімалізм чи максималізм?	39
Супрун О.Д. Акцентуація в фотографії	41
Сухорукова Л. А. Тривимірна графіка у виробництві рекламних роликів	42
Тан Цяньжуй. Виникнення мистецького напрямку «шинуазрі» у європейському порцеляновому виробництві	44
Тесленко І.О. Образ Середньої Азії в живописі Сергія Світославського.	46
Тесленко І.О. Східна тема в українському кубофутуризмі та конструктивізмі.	47
Фоміна К. О. Потенціал використання віртуальної та доповненої реальності у роботі дизайнерів	48
Федюн Є. О. Педагогічна діяльність Бориса Косарева	51
Худякова А.Г. Сучасний муралістський рух у світі (до питання про походження і зміст терміну)	52
Цю Чжуанюй. Тема тибету в китайському олійному живописі (на прикладі творчості Ханя Юйчена)	54
Чадаєва К. Ю. Харків – центр Слобідської України і національного відродження.	56
Чжан Чже. Натюрморт у китайській художній традиції: проблеми дослідження	59
Чирва А.Ю. Нері Оксман: художньо-науковий підхід в дизайні	60
Янкевич С. О. Маловідомі книжкові ілюстрації С. Якутовича.	62

**ВСЕУКРАЇНЬСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ СТУДЕНТІВ ХДАДМ
ЗА ПІДСУМКАМИ РОБОТИ 2019/2020 НАВЧАЛЬНОГО РОКУ**

Ажимова А. Вплив субкультури серферів на сучасну моду	65
Бабич К.Е. Історія та сучасність корейського національного костюму	67
Бежан А. Вплив Реформації на образотворче мистецтво в Україні	70
Бежан А.С. Дизайн організатора як візуалізація розвитку соціального та професійного життя суспільства	74
Бежан А.С. Вплив вікторіанської епохи на формування комерційного стилю у графічному дизайні країн Європи ХІХ ст.	76
Билим С. Іронія в епоху метамодерну	79
Боева А.Д. Графічні засоби організації візуального ряду в моушн-дизайні	83
Войко О. Helvetica font and Swiss style of typography	87
Гармаш Д.Ю. Застосування симуляцій фізичних процесів в анімації	88
Герасимова Д. Художник і глядач в перформативному мистецтві Марини Абрамович (на прикладі роботи «Губи Томаса»).	93
Голубова О. В. Світовий досвід соціальних VR-проектів	94
Грива А. М. Стилістичні напрямки анімації для фешн-індустрії	98
Грицева К. Р. Критична роль похмурого мистецтва за Т.Адорно	101
Грицева К. Р. Естетика трагічного в мистецтві епохи романтизму	105
Дрозд К. А. Тестування концепції шрифту як елементу територіального брендингу	108
Дрозд К.А. AR технології у графічному дизайні	110
Дудіна Ю.О. Еволюція споживчої упаковки	111
Ємець О.М. Швидкісні відношення як засіб анімації в моушн-дизайні	113
Isaeva D. Problems of cleaning paintings in restoration	117
Кагал І. Особливості жіночого портрету А. Модільяні в контексті паризької школи	118
Козловський М. Дикуни, декаденти та хулігани українського авангарду.	119
Косиченко Д. Проект «paradise day» з точки зору вивчення принципів виставкової справи	120
Кошутіна К. Опис і обґрунтування проектного рішення дизайн пакування фермерської продукції «Культ фермерства».	123
Кошутіна К., Ржелишевська Д. Стратегія позиціонування дизайну графічного супроводу для проекту «Культ фермерства»	126
Kravchenko T. Antiques and contemporary methods of antiques investigation	130
Курасова М.А. Верстка та дизайн навчально-наочного посібнику «Графічні техніки. Інструменти та матеріали»	131
Куцина О. П. До 180- річчя з дня народження Марії Дмитрівни Раєвської-Іванової	132
Левченко Є. Ю. Естетика ілюстрації за умови кліпового мислення	134
Левченко Є. Ідея «чистого пейзажу» в творчості художників дунайської школи живопису (на прикладі творів А. Альтдорфера та В. Губера)	136
Левченко Є. Ю. Естетика мультикультурності сучасного світу на основі естетичної спадщини імперії минулого	137
Лобко М.Ю. Біоніка у дизайні одягу	139
Ляшенко Д.С. Візуальний дизайн персонажів: протагоніст і антагоніст	142
Мазніченко Я. Філологічні аспекти функціонування слогану.	145
Мамедов Е. К. Сучасна скульптура Харкова	146

Mamedov E.K. «Ready-made» as a mediator between art and viewer	150
Мамедов Е.К. Тотальна інсталяція у сучасному українському мистецтві	151
Маслова А. П. Ознаки якісного ігрового трейлеру комп'ютерної гри	153
Мотренко В. Взаємодія дизайнера та клієнта: тонкощі спілкування	157
Набокова Ю.А. Образно-стилістичний аналіз ікони М. Врубеля «Богородиця з дітям». . .	158
Нестеренко А.О. Модернізація педагогічної освіти в Україні	161
Несмеянова Т.С. Інсталяція в контексті екологічного активізму	162
Нотченко Х.О. Жіночий одяг для курортного відпочинку. Історія, аналіз, тенденції. . . .	164
Окунев Д.В. Інфографіка як сучасна мова графічного дизайну	167
Опанасенко С. Феміністське мистецтвознавство Г. Поллок та Л. Нохлін	168
Поклад В. Трансплітерація, транскрипція, калькування: основні принципи перекладу брендів.	170
Порохняк О.В. Інфографіка: сучасні проблеми	172
Пугачова Д.Р. Жанрова спрямованість розвитку vR-ігор	174
Різниченко О.В. Саунд-дизайн як основа інтуїтивного сприйняття моушн-дизайну	178
Rasporova A. The relevance of real art	180
Ржепишевська Д.О. Як дизайнеру «не перегоріти» — за Стефаном Загмайстром	182
Ржепишевська Д. О. Обґрунтування графічної концепції для фірмового стилю «культ фермерства»	185
Савві А.С. Петро Могила та його внесок в розвиток української культури.	189
Савві А.С. Творчість Романа Мініна: пошуки тотожності з роботами Казимира Малевича	190
SAVVI A.S. Illustrators and the features of their profession	191
Сахаудінова О.А. Вплив пандемії коронавірусу на модну індустрію	193
Сірко. О.С. Розробка ескізного проекту дизайну верстки навчально-методичного посібника «Шрифтова анімація: буква, слово, текст» М. Опалев, Т. Іваненко . . .	195
Сірко. О.С. Дизайн верстки методичного посібника «Шрифтова анімація: буква, слово, текст»	197
Соболь В.Д. Особливості дизайну одягу на основі принципів вторинного використання	199
Стешина Є. Вербалізація дизайну інтер'єру у прозі І. Франка	201
Стороженко В. В. Анімаційна типографіка в титрах.	202
Тарадіна А.А. Трансформація жанру автопортрет у мистецтві кінця 20 - 21 століть на прикладі творчості Мауріціо Каттелана	208
Фесенко В. В. Костюм Стародавнього Єгипту як джерело ідей для сучасної високої моди	211
Chevalkova N. Japanese Ukiyo-e Art	217
Shevchenko E. Suprematist Painting by Kazimir Malevich	218
Шембелян К.О. Барокові принципи у сучасному дизайні флаконів для парфумів	219
Шльомич І. С. Типологія жіночих образів в оформленні Харківської кондитерської обгортки початку ХХ століття	220
Щелканова В.С. Тема тіла у фотографії Ігоря Чекачкова.	222
Юрченко В.Б. Анімація у сучасному веб-дизайні	223
Якубінський М. Дизайн та верстка посібників з карате 40-50-х років ХХ століття . .	225
Якубінський М. Дизайн та верстка посібників з карате в Японії та Америці 70-80 х років ХХ століття	228

Наукове видання

Всеукраїнська наукова конференція професорсько-
викладацького складу і студентів ХДАДМ
за підсумками роботи 2019/2020 навчального року

18 травня 2020 р.

Свідоцтво про внесення до держ. реєстру суб'єкта видав. справи
ДК №860 від 20.03.2002р.
Оригінал-макет підготовлено в редакційно-видавничому відділі ХДАДМ
Комп'ютерна верстка Мастєрова Ю.Р.

Підп. до друку 21.05.2020. Формат 60x80 1/16. Папір: друк. Друк: ризограф.
Ум. друк. арк. 14.625. Тираж 100 прим.
ХДАДМ, Харківська державна академія дизайну і мистецтв,
Україна, 61002, Харків-2, вул. Мистецтв, 8.
Надруковано у типографії ХДАДМ
61002, м. Харків, вул. Мистецтв, 8.