

**МАТЕРІАЛИ**  
**IV МІЖНАРОДНОЇ**  
**НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Соціокультурні тенденції розвитку  
сучасного мистецтва та дизайну**



**ХЕРСОН 2018**

Міністерство освіти і науки України  
Херсонський національний технічний університет  
Кафедра дизайну

**СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТЕНДЕНЦІЇ  
РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА  
ТА ДИЗАЙНУ**

Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції

5-9 листопада 2018 р.

Херсон 2018

ББК 85  
УДК 7.01  
ISBN 978-966-97799-5-3

**Соціокультурні тенденції розвитку сучасного мистецтва та дизайну** // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (5-9 листопада 2018 р.), ХНТУ / за ред. Якимчук О.В. – Херсон: ХНТУ, 2018. – 340 с.

**Социокультурные тенденции развития современного искусства и дизайна** // Материалы IV Международной научно-практической конференции (5-9 ноября 2018 г.), ХНТУ / за ред. Якимчук Е.В. – Херсон: ХНТУ, 2018. – 340 с.

**Socio-cultural trends in the development of contemporary art and design** // IV International scientific and practical conference (5-9 november 2018), KNTU / Yakymchuk O.V. – Kherson: KNTU, 2018. – 340 p.

(укр., рос., англ. мови)

Технічна редакція: Семеняк Н.В.

Розробка обкладинки збірника: Сфімова Тетяна, студентка ХНТУ.

У збірнику представлено матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 20-тій річниці кафедри дизайну Херсонського національного технічного університету та 40-ій річниці Херсонського обласного художнього музею імені О.О. Шовкуненка "Соціокультурні тенденції розвитку сучасного мистецтва та дизайну", яка проходила 5-9 листопада 2018 року у Херсонському національному технічному університеті.

Редакційна колегія:

**Чепелюк Олена Валеріївна** – голова редакційної колегії, доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри дизайну Херсонського національного технічного університету.

**Кузнецова Ірина Олексіївна** – доктор мистецтвознавства, професор кафедри графіки Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського".

**Колосніченко Марина Вікторівна** – доктор технічних наук, професор, Лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, відмінник освіти України, декан факультету дизайну Київського національного університету технологій та дизайну.

**Бойчук Олександр Васильович** – кандидат мистецтвознавства, професор кафедри дизайну Харківської державної академії дизайну та мистецтв, заслужений діяч мистецтв України.

**Хасі Якуп Йоздуна** – phd, професор, декан факультету образотворчого мистецтва університету Докуз Ейлул (Ізмір, Туреччина).

**Дяченко Влада Василівна** – мистецтвознавець, заступник директора з наукової роботи Херсонського обласного художнього музею імені О.О. Шовкуненка.

**Якимчук Олена Володимирівна** – кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну Херсонського національного технічного університету.

**Якимчук Дмитро Михайлович** – кандидат технічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Херсонського державного університету.

## ЗМІСТ

### Секція № 1. СОЦІОКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ У МИСТЕЦТВІ ТА ДИЗАЙНІ

<i>Mayra Lucía Carrillo Colmenares</i> SOCIAL PLASTIC AS AN INTERACTION STRATEGY OF THE INDUSTRIAL DESIGNER	13
<i>Chiaki Doshō</i> ART QUILT	15
<i>Ömer Durmaz</i> SPEAK TO THE EYES: VISUALIZING INFORMATION FROM THE OTTOMAN ERA TO THE REPUBLIC	17
<i>Прокончук І.Ю.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ КОНСТАНТИ ТА ДИСКУРСИВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ЕСТЕТИЦІ УКРАЇНСЬКОГО АВАНГАРДУ	18
<i>Насі Якур Öztuna</i> TRADITIONAL APPROACHES TO DESIGNING OBJECTS IN TURKEY	19
<i>Власенко А.Л., Власенко Н.А.</i> ПОКАЗ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИИ В ТУРИНДУСТРИИ	19
<i>Власенко Н.А., Шахман М.</i> МАФ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ	22
<i>Власенко Н.А., Наливайко Н.О.</i> ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ: ВИЗНАЧЕННЯ ОСОБИСТИХ ПРІОРИТЕТІВ У СФЕРІ ДИЗАЙНУ	24
<i>Довгань С.М.</i> МОЛОДЬ В СУЧАСНОМУ МИСТЕЦТВІ	26
<i>Домбровська О.М., Мица В.В.</i> ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ В ДИЗАЙНІ	27
<i>Сергієнко О.М., Чуприна Н.М.</i> ВИНИКНЕННЯ СТИЛІВ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КУЛЬТУРИ	30
<i>Laura M. Yunnessi</i> POST-FIRING TECHNIQUES ON CERAMIC SURFACES IN PREHISPANIC AMERICA (before 1492 AD) AND IN ARTISTIC/DECORATIVE CONTEMPORARY CERAMICS	32
<i>Mariko Kusumoto</i> MODERN ART IN MARIKO KUSUMOTO WORKS	35
<i>Виничук Р.В.</i> ДИЗАЙН У СИСТЕМІ СУЧАСНОГО СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ	36
<i>Lyudmyla Gladkova</i> ADDITIONAL MEANS TO ACHIEVE SOLEMNITY IN CHANTING OF CHURCH CHOIR	38
<i>Костанда М.В.</i> ІНТЕРАКТИВНА ТИПОГРАФІКА: ПРОБЛЕМИ ІНКЛЮЗИВНОЇ ФОРМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	39

<i>Пантус Н.М.</i>	
СУЧАСНІ ПІДХОДИ У ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ ГРАФІЧНОЇ ПРОГРАМИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ МУЗЕЯ УТІНІ	41
<i>Прусак В.Ф., Прусак Ю.В.</i>	
СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ НЕПЕРЕРВНОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ДИЗАЙНЕРА	44
<i>Степанян Ю.Г.</i>	
БАГАТОГОЛОСНЯ ОБРАЗНОЇ НЕДОМОВЛЕНОСТІ (ПРОСТІР ДЛЯ АСОЦІАЦІЇ)	46
<i>Краснюк Л.В., Засорнова І.О., Царьова Є.С.</i>	
ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПРИ ПРОЕКТУВАННІ КОЛЕКЦІЙ ОДЯГУ	48
<i>Білик А.А., Гуменюк О.Ю.</i>	
МЕТОДИКА ПЕРЕДАЧІ ТІЛЕСНОСТІ В СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ	51
<i>Ткачук В.І.</i>	
ПУСТОТА ПУСТОТИ ЯК ОДИН З ВИМІРІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ	53
<i>Gioulis Panagiotis</i>	
HERO'S IMAGES OF ROLE SPEECH THERAPIST GAME AS DESIGN OBJECT	54
<i>Aleksandra Rogólska</i>	
CONCEPTUAL-PHILOSOPHY ASPECT OF MONIQUE LEHMAN WORKS IN BEIJING GALERIA EXHIBITION OF TSHINGUA UNIVERSITY	55
<i>Cemal Meydan, Gözde Yıldız</i>	
SOCIAL ASPECTS OF TEXTILES	57
<i>Halil Yoleri</i>	
THE CONTRIBUTIONS OF THE MEDITERRANEAN TO THE CERAMIC TRADITION	58

## **Секція № 2. РОЛЬ ОСОБИСТОСТІ У МИСТЕЦТВІ**

<i>Гуріч З.В.</i>	
ХУДОЖНИК-ПЕДАГОГ ЛУДЖИ ДОМІНІКОВІЧ ІОРИНІ	60
<i>Дяченко В.В.</i>	
"ХЕРСОНСЬКА КОЛЕКЦІЯ" ЯК ЧАСТИНА ХУДОЖНЬОЇ СПАДЩИНИ МИХАЙЛІА ЖУКА	61
<i>Berna Aydın</i>	
LUCY MCRAE AND HER RESHAPED BODY APPROACHES	65
<i>Monique Lehman</i>	
TAPESTRY ART THROUGH THE PRISM OF MONIQUE LEHMAN	70
<i>Kate Anderson</i>	
CREATIVE WAY OF KATE ANDERSON	71
<i>Зосім О.Л.</i>	
МИТЕЦЬ У САКРАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ НОВОГО ЧАСУ	72
<i>Кольцова Н.А.</i>	
МАЛЕНЬКІЕ ШЕДЕВРЫ БОЛЬШИХ ХУДОЖНИКОВ. ПАМ'ЯТИ ЕМЕЛЬЯНОВА М.А. К 95-ЛІТТЮ СО ДНЯ РОЖДЕННЯ	75

<i>Малород Г.В.</i>	
АДОЛЬФ ЛЮЗА: ХУДОЖНИК І ПЕДАГОГ	78
<i>Коприва Антіла</i>	
МАГІЯ КРАЮ. ЗОЛТАН МИЧКА У РІДНОМУ МУКАЧЕВІ	80
<i>Храмова-Баранова О.Л.</i>	
ЕСТЕТИКА ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ В ТВОРЧОСТІ А.ЖДАХИ	82
<i>Чорнусь С.М.</i>	
ВПЛИВ ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ НА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ЯКОСТЕЙ МАЙБУТНЬОГО ВИКЛАДАЧА ОСНОВ ДИЗАЙНУ	85
<i>Merill Comeau</i>	
CREATIVE WORKS OF MERILL COMEAU	86
<i>Etöke</i>	
IMPORTANT TO TOUCH	88
<i>Ahmet Özcan</i>	
SUPER NATURAL CREATURES' DESIGNS IN MEHMED SIYAH KALEM'S PICTURES IN THE CONTEXT OF RELATION BETWEEN GROTESQUE REALISM AND CARNIVAL	89
<i>Mehmet Koştunoğlu</i>	
LEADING FIGURE OF MODERN ART PHOTOGRAPHY OF TURKEY: ARA GÜLER	92

### **Секція № 3. СУЧАСНІ ПІДХОДИ У ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ**

<i>Фефелов А.А.</i>	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРА	98
<i>Більдер Н.Т.</i>	
ПОТРЕБИ СПОЖИВАЧА? ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ "ДИЗАЙН"	99
<i>Базилук Е.В.</i>	
КЛАСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНОСТІ ІНДИВІДУАЛЬНИХ СПОЖИВАЧІВ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ КОСТЮМА	101
<i>Винничук М.С., Видолоб Д.В., Хитевич Р.В., Олешко І.О.</i>	
ВИКОРИСТАННЯ 3D-ТЕХНОЛОГІЙ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ	104
<i>Чеплюк О.В., Єфімова Т.</i>	
КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ПРОЕКТУВАННЯ ПАКУВАННЯ З ПОЗИЦІЇ КОГНІТИВНОЇ ЕРГОНОМІКИ	106
<i>Ковтун І.І., Ференс О.О.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ НЕОКЛАСИЧНОГО СТИЛЮ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ ІНТЕР'ЄРУ ПРИВАТНОГО ЖИТЛА	107
<i>Луговський О.</i>	
ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГІЧНА СКЛАДОВА В ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ	109

<i>Обуховська Л.В.</i> ОРНАМЕНТ ЯК ЗАСІБ ПРІОРИТЕТНОГО СМИСЛОВОГО НАПОВНЕННЯ ФОРМИ (НА ПРИКЛАДІ МАЛИХ АРХІТЕКТУРНИХ ФОРМ)	111
<i>Луговський О., Пищик О.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ПРОСТОРУ МАЛОТОННАЖНИХ СУДЕН. ЕРГОДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АСПЕКТ	114
<i>Прищенко С.В.</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ В РЕКЛАМНОМУ ДИЗАЙНІ	116
<i>Білик А.А., Федорцова С.</i> АНАЛІЗ ФОРМ ПАРАМЕТРИЗМУ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ	119
<i>Склярєнко Н.В., Недільська І.А.</i> МЕТОД КОМБІНАТОРИКИ У ПРОЕКТУВАННІ ОРГАНАЙЗЕРІВ	120
<i>Євдокименко О.М., Загора О.В., Петіна О.В.</i> ПОНЯТТЯ ФАКТУРИ ТКАНИНИ В ТЕХНОЛОГІЇ ТКАЦТВА	123
<i>Гальчинська О.С., Лю Цзянсінь, Пашкевич К.Л.</i> ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ЕКОДИЗАЙНУ ПРИ РОЗРОБЦІ ОБ'ЄКТІВ ЛЕНД-АРТУ	124

#### **Секція № 4. ДИЗАЙНЕРСЬКА УКРАЇНА У СВІТОВОМУ КОНТЕКСТІ**

<i>Бондаренко В.В., Леценко Т.І.</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ОСВІТИ	127
<i>Дядюх-Богатько Н.І.</i> ДИЗАЙН І БІЗНЕС-ТУРИЗМ	128
<i>Борисов Ю.Б.</i> РЕАЛІЇ УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ	131
<i>Іваненко Т.О.</i> ПРИФТОВИЙ ДИЗАЙН: ДО ПИТАННЯ ПРОБЛЕМИ БРЕНДІНГУ УКРАЇНИ	133

#### **Секція № 5. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ**

<i>Ганоцька О.В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ	135
<i>Кузнєцова І.О., Петренко В.</i> СПЕЦИФІКА ДИЗАЙНУ ЕТИКЕТКИ ПРИ ФЛЕКСОГРАФІЧНОМУ ВИДІ ДРУКУ	137
<i>Вискварка Я.М.</i> РОЗВИТОК ВІЗУАЛЬНОЇ ГРАФІКИ В ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА	138
<i>Галущька О.В., Деркач С.П.</i> ЦИФРОВИЙ ЖИВОПИС В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ	140
<i>Дерев'янка Н.В.</i> КОРИГУВАННЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЖИВОПИС ДЛЯ ДИЗАЙНЕРІВ ГРАФІКІВ	142

<i>Михайлова Р.Д.</i> ЕКСПЛІБРИС: ІСТОРІЯ, ДОСЛІДЖЕННЯ, ТЕРМІН	145
<i>Кириллова І.Л., Терлеєва А.А.</i> КОНЦЕПЦІЯ ФІРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ТОРГОВО- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА "ТриО" Г.ВИТЕБСК	147
<i>Храмова-Баранова О.Л., Столяренко В.Р.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРАКТИВНИХ ВИДАНЬ ДЛЯ ДІТЕЙ В УКРАЇНІ	150
<i>Храмова-Баранова О.Л., Полищук О.І.</i> СТАНОВЛЕННЯ ФОТОМИСТЕЦТВА В УКРАЇНІ	153
<i>Попова А.В., Калинина А.М.</i> АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ ПРЕКТИРОВАНИЯ СЕРИИ ПЛАКАТОВ ДЛЯ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТНОЙ ФИЛАРМОНИИ	155
<i>Зайцева-Дячок В.С., Суцова Н.О.</i> ЛІНОГРАВІЮРА ЯК ЗАСІБ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ В ДИЗАЙНІ	158
<i>Галицька О.В., Дихно Д.Г.</i> УКРАЇНСЬКИЙ СКОРОПИС І ЙОГО ТРАНСФОРМАЦІЯ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ	160
<i>Шукліна В.В., Сизова О.О.</i> РОЛЬ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В РЕКЛАМНОМУ ПРОЦЕСІ	162
<i>Чепелюк О.В., Сидоренко В.В.</i> МЕНТАЛЬНІ КАРТИ ТОНІ БЬЮЗЕНА У ПРОЕКТУВАННІ ГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	165
<i>Миргородська Н.В., Тимошенко О.П.</i> АВТОРСЬКИЙ ПЛАКАТ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ КАЛІГРАФІЇ, ЯК ОБ'ЄКТ ІНСТАЛЯЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА	166
<i>Крижановський В.М.</i> БРЕНДІНГ ТЕРИТОРІЙ І ТЕРИТОРІАЛЬНА АЙДЕНТИКА: ДЕЯКІ АСПЕКТИ ДИСЦИПЛІНИ ТЕРМІНІВ	167
<i>Івченко В.І.</i> ГЕРМЕНЕВТИКА ЯК ФІЛОСОФСЬКА ТЕОРІЯ І ЯК МЕТОД ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ТВОРІВ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА	169

## **Секція № 6. МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ДИЗАЙН ЯК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРИ**

<i>Бондаренко С.Д.</i> ФОТОДИЗАЙН ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ ХУДОЖНЬОЇ КУЛЬТУРИ	172
<i>Билык А.А., Баранова Д.</i> МУЗЫКАЛЬНЫЙ КЛИП КАК ОДИН ИЗ НОСИТЕЛЕЙ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОСТИ	173
<i>Потапенко М.В., Потапенко Г.М.</i> ОСНОВНІ АСПЕКТИ МУЛЬТИМЕДІЙНОЇ РЕКЛАМИ	175
<i>Полтаєва Г.Н.</i> СУЧАСНИЙ ЕТАП ЗАСОБІВ ВИРАЗНОСТІ В АНІМАЦІЇ	178



<i>Алфьорова З.І.</i>	
ПРОЦЕСУАЛЬНА ХУДОЖНЯ ФОРМА ЯК "СТРИЖЕНЬ" МОРФОЛОГІЇ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ДИЗАЙНУ	179
<i>Полетасва Г.Н., Щербачук Д.</i>	
ВЗАЄМОДІЯ ТЕХНІКИ ТА ВЛАДИ В КІБЕРПАНКУ	180
<i>Шукліна В.В., Поздняков В.А.</i>	
ПЕРЕВАГИ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕКЛАМІ	181

## **Секція № 7. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ГАРМОНІЙНОГО ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА**

<i>Яковець І.О., Хаблю І.В.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ВИСТАВКОВИХ КОМПЛЕКСІВ: ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ	184
<i>Абрамюк І.Г.</i>	
ДИЗАЙН СЕРЕДОВИЩА ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ	186
<i>Склярєнко Н.В., Калитюк М.С.</i>	
КОНТЕКСТУАЛЬНІ ВЛАСТИВОСТІ СЕРЕДОВИЩА	190
<i>Склярєнко Н.В., Панасюк О.П.</i>	
ПРИНЦИПИ ПРОЕКТУВАННЯ НОВОГО НАВЧАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ	192
<i>Полякова О.В.</i>	
ФОРМУВАННЯ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ ІНТЕР'ЄРУ СУЧАСНОГО ЖИТЛА НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ СЦЕНАРНОГО ПІДХОДУ	195
<i>Склярєнко Н.В., Романюк І.В.</i>	
ХУДОЖНЬО-ГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТІНІ У КОНТЕКСТІ ПРОЕКТУВАННЯ	197
<i>Склярєнко Н.В.</i>	
ЧАСОВИЙ ФАКТОР У ПРОЕКТУВАННІ ВІЗУАЛЬНО-ГРАФІЧНОЇ СИСТЕМИ НАВЧАЛЬНОГО ПРОСТОРУ	200
<i>Авраменко Д.К.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ГАРМОНІЙНОГО ПРЕДМЕТНО- ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА ОФІСУ У КОНТЕКСТІ ЙОГО ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНОГО ОПРАЦЮВАННЯ	202
<i>Сергієнко О.М., Виногорова В.В.</i>	
СТИМΠΑНК В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ, ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ	205
<i>Каценко О.В.</i>	
МЕТОД БІОДИЗАЙНУ В КОНТЕКСТІ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	207
<i>Саєнко І.Ф.</i>	
МИСТЕЦТВО ПЛЕТІННЯ В УКРАЇНІ: РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ	209
<i>Сергєєва Н.В., Нестеренко С.Ю.</i>	
ПІШХОДНІ ЗОНИ ЯК ЗАСІБ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСТА	211

<i>Прокопович Л.В.</i> АРТ-ОБ'ЄКТ С ОРГАНІЗАЦІЕЙ ПРОСТРАНСТВА КАК ТЕРРИТОРИЯ КУЛЬТУРНЫХ СМЫСЛОВ	213
<i>Романюк О.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО ПРЕДМЕТНО- ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ	216
<i>Шукліна В.В., Чудновцева А.П.</i> ДИЗАЙН ПРОСТОРУ В ЗАБЕЗПЕЧЕНІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИСТАВКОВИХ ЗАХОДІВ	218
<i>Жуков І.О.</i> СУЧАСНІ МАКРО-СТРУКТУРНІ ДЕКОРАТИВНІ КОНСТРУКЦІЇ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У ОФОРМЛЕНІ ІНТЕР'ЄРНОГО ПРОСТОРУ ХОЛУ ГРОМАДСЬКОЇ БУДІВЛІ	220
<i>Привольнева С.О.</i> ФОРМОУТВОРЕННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРОМИСЛОВОГО ДИЗАЙНУ В СПОРУДАХ КРИМСЬКОТАТАРСЬКОГО ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ШЛЯХОМ ТРАНСФОРМАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО ПРОТОДИЗАЙНУ	222
<i>Сандік О.П.</i> МАТЕРІАЛЬНА КУЛЬТУРА ПІВДЕННОГО РЕГОНУ УКРАЇНИ	223
<i>Чеплюк О.В., Шахман М.І.</i> ОСОБЛИВОСТІ СПРІЙНЯТТЯ ЛЮДИНОЮ ЗОВНІШНЬОГО ВИГЛЯДУ ТА ЯКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК МАФ	225
<i>Билык А.А., Форкош О.</i> ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ДНЕВНОГО И ИСКУССТВЕННОГО СВЕТА В СОВРЕМЕННОМ ВЫСТАВОЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ	227
<i>Сергеева Н.В., Харченко О.С.</i> ІНДИВІДУАЛЬНІСТЬ ХУДОЖНЬОЇ КЕРАМІКИ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ГАРМОНІЙНОГО ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА	228
<i>Федорченко О.В., Загора О.В., Зотова О.О.</i> ГОБЕЛЕН ЯК ЗАСІБ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ ІДЕЇ ІНТЕР'ЄРУ	231

### **Секція № 8. ДИЗАЙН ОДЯГУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВА**

<i>Дяченко А.В.</i> ДИЗАЙН ОДЯГУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВА	234
<i>Angela Volk</i> CLOTHING DESIGN IN DEVELOPMENT CONTEXT OF CULTURE AND ART	236
<i>Kartik Chahan</i> APPLIQUE TECHNIQUE IN FINE DESIGN	237
<i>Ryabchykova Kateryna</i> DEVELOPMENT OF CULTURAL INTELLIGENCE IN THE ACTIVITY OF THE MODERN FASHION DESIGNER	239

<i>Артеменко М.П.</i> АТРАКТИВНІСТЬ КОСТЮМУ В ФОРМУВАННІ ЯКІСНОГО РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	241
<i>Бейлах О.Д., Повишк Х.В.</i> НАРОДНІ МОТИВИ ТА МЕТОДИ ЇХ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ТЕАТРАЛЬНОМУ КОСТЮМІ	243
<i>Артеменко М.П., Агаджанян І.С.</i> ГОЛОВНІ УБОРИ ЯК СКЛАДОВІ ОБРАЗІВ "РЕАЛЬНОГО СВІТУ" В СХІДНОМУ КОСПІЛЕЇ	245
<i>Будяк В.В.</i> ІМІДЖ ЯК ЗАСІБ САМОВИРАЖЕННЯ	247
<i>Артеменко М.П., Серебрякова Є.В.</i> МУЗЕЇ МОДИ ТА КОСТЮМУ В СУЧАСНІЙ РЕКРЕАЦІЙНО- ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	249
<i>Рубанка А.І., Луцкер Т.В., Гречанюк О.В., Горбатюк С.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНЬО-КОМПОЗИЦІЙНОГО РІШЕННЯ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ВІКТОРІАНСЬКОГО СТИЛЮ	250
<i>Єжова О.В., Абрамова О.В., Хріненко Т.В., Кисельова О.О.</i> <i>Колтко Ю.С., Перерва А.О.</i> ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННЯ КОЛЕКЦІЇ ДИТЯЧИХ СЦЕНІЧНИХ КОСТЮМІВ НА ЗАСАДАХ БІОНІКИ	253
<i>Засорнова І.О., Костюк В.С.</i> ПРОЕКТУВАННЯ СУЧАСНОГО АНСАМБЛЮ ОДЯГУ З УРАХУВАННЯМ ІСТОРИЧНОГО РОЗВИТКУ РІЗНИХ СУБКУЛЬТУР	255
<i>Колосніченко М.В., Чупріна Н.В.</i> ФОРМУВАННЯ АКТУАЛЬНОГО ПРОЕКТНОГО ОБРАЗУ В УМОВАХ ВЗАЄМОВПЛИВУ ОСНОВНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЧОЛОВІЧОГО ТА ЖІНОЧОГО ВБРАННЯ	258
<i>Корницька Л.А.</i> КОСТЮМ ЯК КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН І МИСТЕЦЬКЕ ЯВИЩЕ	260
<i>Матвійчук С.С., Бокоч М.П.</i> "АЛІСА В КРАЇНІ ЧУДЕС" ЯК ДЖЕРЕЛО ТВОРЧОСТІ СУЧАСНИХ ДИЗАЙНЕРІВ ОДЯГУ	263
<i>Матвійчук С.С., Чорба Л.І.</i> ЯПОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ КОСТЮМ ЯК ДЖЕРЕЛО ТВОРЧОСТІ ПРИ СТВОРЕННІ СУЧАСНОГО ОДЯГУ	265
<i>Миргородская Н.В.</i> КАЛЕЙДОСКОП МОДНИХ ОБРАЗОВ 60-Х ГОДОВ ХХ ВЕКА	268
<i>Наливайко Н.</i> ДЖИНС В РЕТРОСПЕКТИВІ КУЛЬТУРИ: ВІД ПОВСЯКДЕННОСТІ ДО НАРЯДНОСТІ	269
<i>Орлова Н.С.</i> ПРОЕКТУВАННЯ КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ НА ОСНОВІ ПИСАНКОВИХ МОТИВІВ ПОЛТАВЩИНИ	270
<i>Селезньова А.В.</i> ДИЗАЙН БРЕНДОВОГО ЕТНО-ОДЯГУ В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ	272

<i>Сергієнко О.М., Гасанова Л.Р., Артем'єва Д.О.</i> ЕЛЕМЕНТИ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА У ПРИНТАХ СУЧАСНОГО ОДЯГУ	275
<i>Остапенко Н.В., Рубанка А.І., Шведик О.М.</i> ІСТОРИЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ РУКАВІВ У ЖІНОЧИХ СУКНЯХ <i>Лі Хань</i> ХАНЬФУ: ІСНУВАННЯ В СУЧАСНІЙ ХУДОЖНІЙ КУЛЬТУРІ КИТАЮ	277
<i>Краснюк Л.В., Троян О.М.</i> ВИКОРИСТАННЯ СТИЛЮ БОХО ПРИ СТВОРЕННІ АВТОРСЬКОЇ КОЛЕКЦІЇ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ	281
<i>Луцевська О.М., Яворська Д.В.</i> РОЗРОБЛЕННЯ АВТОРСЬКОЇ КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ НА ОСНОВІ РЕТРОСПЕКТИВНОГО АНАЛІЗУ ОДЯГУ З ВІДТВОРЕННЯМ ЕФЕКТУ МЕТАЛУ	284
<i>Якимчук О.В., Родзік О.Ю.</i> ОРНАМЕНТИКА АВАНГАРДНОГО КОСТЮМА ЮНІЛ УАМАМОТО ЯК ІНСПІРАЦІЙНО-ПРОЕКТНИЙ ФЕНОМЕН В ДИЗАЙНІ КОСТЮМА	287

#### **Секція № 9. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДИЗАЙНІ**

<i>Литовченко В.В., Швець С.В.</i> ПРИРОДНІ ФОРМИ, ЖИВІ ОРГАНІЗМИ І СТРУКТУРИ ЯК ОБ'ЄКТ ПІЗНАННЯ І ДОСЛІДЖЕННЯ В БІОМІМКРІЇ	289
<i>Борисова Т.М.</i> НАПРЯМИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ АПСАКЛІНГУ У РІЗНИХ СФЕРАХ ДИЗАЙНУ	292
<i>Kakiko Ishii</i> PAPER IN ART TEXTILE	294
<i>Saunya Sinha, Tanisha Choudhury, Chamanlal Siju</i> TRADITIONS AND INNOVATIONS IN INDIA WEAVING	296
<i>Литовченко Н.М., Тертишник М.В.</i> СЕНСОРНЕ ОБЛАДНАННЯ ЯК РОЗВИВАЮЧА ДИЗАЙН-ФОРМА	298
<i>Малик Т.В., Будник С.А.</i> ОСОБЕННОСТИ УКРАИНСКОГО ДЕКОРАТИВНОГО ИСКУССТВА КОНЦА XX ВЕКА	300
<i>Пястук О.В.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ	302
<i>Яковець І.О., Резанка А.Р.</i> ІННОВАЦІЇ В ДИЗАЙНІ ПРИ РОЗРОБЦІ ІНВАЛІДНИХ ВІЗКІВ	303
<i>Савієсько Р.І.</i> ВІРТУАЛЬНИЙ ПРОСТІР ЯК ЗАСІБ ВІЛЬНОГО СТВОРЕННЯ ДИЗАЙН-ОБ'ЄКТІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЛЮДИНИ	305
<i>Бильк А.А., Савченко Т.</i> ФУНКЦІИ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРЬЕРЕ РЕСТОРАНА	308

<i>Смирнова К.О., Павлова О.С., Загора О.В.</i> ПРОЕКТУВАННЯ ОДЯГУ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ	310
<i>Кулешова С.Г., Захаркевич О.В.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ПРИНТИВ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ	312
<i>Томашевський В.В.</i> ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ В КОНТЕКСТІ НОВОЇ ОСВІТЯНСЬКОЇ ПАРАДИГМИ	315
<i>Хабарова І.М., Лагода Я.Б.</i> ЕКО-ДИЗАЙН ОДЯГУ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ І ТЕХНОЛОГІЙ	316
<i>Хренова В.В.</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ КОЛЬС В УКРАЇНСЬКОМУ ЕТНІЧНОМУ СТИЛІ	318
<i>ґакутсhuk D.M.</i> INNOVATIVE DESIGN OF HOSPITALITY FACILITIES	321
<i>Gjertrud Hals</i> ART OF GJERTRUD HALS FOR THE LAST 30 YEARS ...	322
<i>Сумська О.П., Чепелюк О.В., Федорченко О.В., Фециук І.О.А.</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ФАКТУРИ ТЕКСТИЛЮ	323
<i>Memet Ali Zeren</i> THE USE OF AN INNOVATIVE TECHNIQUE IN THEATER: VIDEO ART	325
<i>Ziyacan Bayar</i> THE NEXT STEP IN VISUAL COMMUNICATION: DESIGN AS AN EXPERIENCE	327
<i>Мигаль С.П., Пилипів І.З.</i> ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА	330
<i>Tugcan Guler</i> MAPS AS AN INFOGRAPHIC MEDIUM	334
<i>Betül Uslu Özkan</i> THE EFFECTS OF DIVERGENT MATERIAL AESTHETICS ON TYPOGRAPHY	337

*Mayra Lucía Carrillo Colmenares*  
*Master's in history and theory of art and architecture*  
*Free International University, Bogotá, Colombia*

**SOCIAL PLASTIC AS AN INTERACTION STRATEGY OF THE  
INDUSTRIAL DESIGNER**

*"The human being has to commit completely to the earth"*  
*Joseph Beuys*

In the field of art no work or research has given rise to so many creations, interpretations, citations in academic texts and curricular changes in all the universities of the world as the extended concept of art by Joseph Beuys. His concepts plastic social, social sculpture and social art, product of fifteen years of research in the field of plastic arts, arise from the concern to analyze in depth the idea of human work from the question: "By virtue of what necessity, that is, of what constellation of really objective forces can it be established that something arises that we might call art?"

In his investigation Beuys, as he declares in an interview offered in August 1979, had two central objectives. The first was to discover an adequate level for the revolution and evolution of the human process. The second was to establish the first outlines of a broader theory of art that included the social body in its entirety and away from the traditional cultural landscape (the artist as an isolated person, the problems of teaching art, museums and existing institutions in the society).

In his method of inquiry Beuys worked with the artistic groups of his time, trying to understand the purposes pursued by each of them, reflected on the possible psychological origins of the works considered works of art. It was observed in everything he did and confronted permanently his intuitions with authors such as Hegel, Fichte, Shelling, Bakunin and Steiner. After some years he comes to discover that the dominant concept in the field of art is that developed by the French academy of the XVIII, which states that art is that activity developed by painters, sculptors, architects, writers, actors and musicians. And that the artist is a being to whom certain abilities are attributed with which he creates works that arise from the pleasure of creating.

Beuys discovers that the French concept of art (also called traditional concept), makes the human being have a fragmented image of himself. Because while art professionals are considered free, creators and producers

of works for the human spirit, the rest of humanity is considered and / or sees itself as oppressed, not creative and incapable of producing works that nourish the human spirit. He comes to realize the common of artists: they do not question the psychological origin of what they call works of art, but they do not elaborate concepts about the meaning of art.

Due to these results, he proposes that he contribute to the evolution of human beings, expanding the traditional concept of art as follows:

1. Making the concept of art serve to name that activity that develops the human being, that seeks to contribute to mental and spiritual evolution of humanity.

2. Seeking that the word artist serves to point out to that human being that with responsible freedom develops his faculties and uses all his creative potential to perform tasks that guarantee the quality of life and human dignity.

3. Cultivating a concept of anthropological art that allows humanity to see itself as creative, free and producing works that strengthen the human spirit from their workplace.

4. Developing efforts, that have as purpose the work of construction and individual self-construction thanks to a conscious articulation between feelings-thoughts-actions and the effective use of creative force and self-determination.

5. Recognizing freedom as a fundamental problem of human creation, to the human being as a creative being that contributes in the construction of his society (Social Sculptor), to society as a way to model through actions capable of transforming it (Social Plastic ).

6. Practice a new discipline capable of helping man to participate to a greater degree in the evolutionary process of humanity and see progress as a highly mental and spiritual purpose (Social Art).

The research of Beuys poses enormous challenges and questions to all the professionals of the XXI century and to all the fields of knowledge because it points out that only thanks to a conscious elaboration and revision of the concepts. That each one of them possesses, it will be possible that each generation contribution what can contribute in the construction of desirable evolutionary futures.

Taking into account the multiple uses we can give to the concepts created by Beuys, all the contributions that industrial design has to make a material culture of generations to come and the intellectual capital that i have been cultivating on the subject since 1994. I would like to contribute to the development of new knowledge based on the questions: "How can an industrial design professional, as a social sculptor and in permanent interaction with their culture and the society to which they belong, produce or contribute creatively in the production of objects that have the possibility of favoring the mental and spiritual development of people and institutions?"

I would expect that, due to its nature, this research would be able to contribute elements to contribute effectively in the training of professionals who see themselves as issuers, receivers and processors of all kinds of information that addresses responsibilities that are held with present and future of the material culture.

---

*Chiaki Dosho*  
*Artist, Japan*

## ART QUILT

For an artist who works on textile objects, it is interesting to use fashion materials and original techniques combined. The quilt gives a big stimulus. It gradually turned into an original art quilt.

Japanese culture is very profound. There is a culture of wonderful kimono in Japan. However, since kimono requires many artisan's techniques, it is very expensive. Young people are not wearing kimonos much. The old kimono is sold at the antique market or they are thrown away. Author reclaims used unraveled kimono. It made of silk, cotton, hemp, chemical fiber. Silk has gentleness, suppleness and strength beautiful colors.

In works there reflecting that used kimono have story about wonderful people, the designer, the dyed person, the tailor, the life and personality of the people who bought it, the background of the times. Kimono is not only a cloth but also history. It is also history.

One of used technics is method called Direct Applique. It is that place quilted cotton on the backing cloth, and directly sew a small cut cloth on it. Author technique includes a lot of sawing machines and adding hand stitch embroidery with large stitches on it. Some works are dyed and painted with Japanese ink.

Main theme of works is life and death. It comes from deaths of precious people. It makes thinking of life and death. There are several series.

First is a series called "Cherry blossoms". For Japanese people, cherry blossoms are special trees. It is said that cherry trees have spirits from long ago in Japan. The work of the series "Cherry Blossom" imaged the cherry blossom petals and cut the cloth small and piled up. Now the work gradually changes from the image of cherry blossoms. It is expressed in a falling waterfall from the sea of time. The color starts with pink, now it is expressed in white and black with ink.



The second one is "Light & Dark" series. The idea that all life is made up of light and darkness. Author sews cloths cut into small squares directly on back cloth and cotton for quilt. This technique is not sewing cloths repeatedly. Author sews one by one closely next to each other. In that way cloths next to each other stand up. The thread that hangs to the surface is the long thread at the sewing machine start and end. In this technique, the thread has the meaning of the work. It has the same meaning as painter's paint.

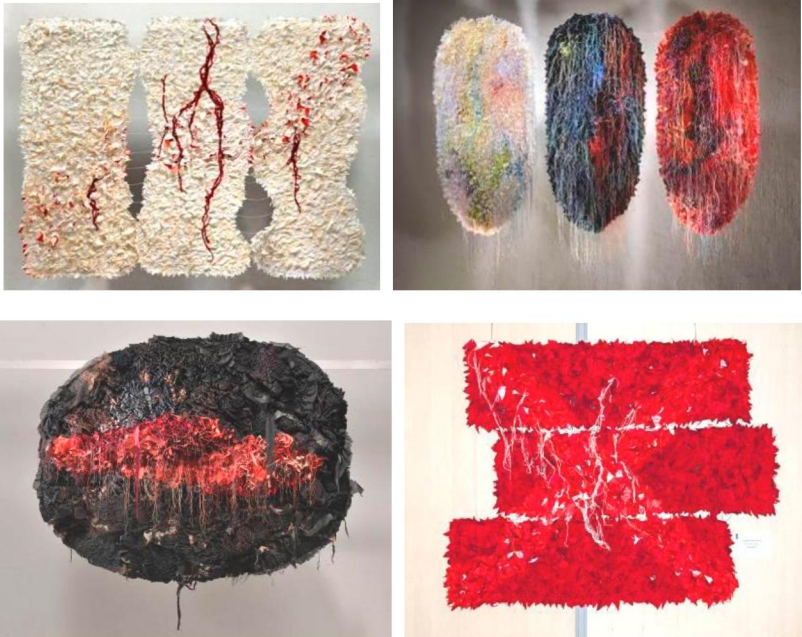


Fig. 1. Art works from series "Cherry blossoms", "Light & Dark", "Garret", "The Crossing Times", Chiaki Dosho

The third one is "Garret" series. Many things left behind in the old attic. It is a sepia colored picture, a dress that has gone away from the owner, a stick, a mirror and so on. History and time are confined there. This work uses shrinking sheets. Other techniques include washing, de-charging and painting.

The fourth is the series of "The Crossing Times" which is making many works now.

Now Author elaborates a lot of new experiments. The new challenge gives a fresh pleasure and great fulfillment.

---

**Ömer Durmaz**  
*MFA, Instructor of Faculty of Fine Arts  
Faculty of Fine Arts, Dokuz Eylül University  
Izmir, Turkey*

## **SPEAK TO THE EYES: VISUALIZING INFORMATION FROM THE OTTOMAN ERA TO THE REPUBLIC**

The research "Speak to the Eyes" studies information visualization with a specific focus on the Late Ottoman and the Early Turkish Republic periods while also taking into account the history of informational design in the West. The research documents that as a method "graphics" were used deliberately and long before than commonly assumed for circulating and relaying quantitative information. The research also evaluates the consequences of these findings for the history of design.

The research was summarized and turned into an article under seven headings: "Visualizing Information" approaches the subject from a universal perspective and sets the research framework by introducing basic definitions. "Data Visualization or Adedi Grafik Süret-i Mütalâası (Methods of Reading Numerical Graphics)" mainly focuses on the period 1910-1950 and evaluates the development of local vocational terminology and related vocational skills. In order to provide insight into historical research, this section also addresses previous periods.

"Bureaucratic Reform" and "Economics Wars" sections analyze the principal demands by which the subject emerged as well as the dynamics that shaped this process. "Political Aesthetics" section discusses the transformation of this issue into a propaganda tool for the political regime.

"Measure of Justice" studies the journal, Ceride-i Adliyye (The Judiciary Journal), which used outstanding examples of data visualization on its cover during the 1920s and aims to understand the journal's editor's efforts. In the last section of the article titled "Roaming of Information", data visualization and infographics representations in daily life and in the communication sphere are displayed through various examples.

---

*Прокопчук Інна Юхимівна*

*Кандидат мистецтвознавства, старший викладач кафедри дизайну  
Національного лісотехнічного університету України, м. Львів*

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ КОНСТАНТИ ТА ДИСКУРСИВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ЕСТЕТИЦІ УКРАЇНСЬКОГО АВАНГАРДУ**

– Доба авангарду стала періодом народження нових суперечливих змістів, що відлунюють стан нелінійних посткласичних уявлень про світ. Естетичний бунт і демонстративна відмова від класичних художніх канонів пояснюється глобальною зміною історичних парадигм, трансформацією культурного коду інтерпретованого у руслі завдань по фундаментальній перебудові світу з революційним пафосом замість руїн традиційної культури.

– У парадигмі доби авангарду картина світу переважно є міфологічною. Такий тотальний міфологізм вбирає в себе і архаїзм неопримітивізму і техніцистські амбіції футуризму, і теургічний пафос творців, по перебудові світу, що моделюють не вічність, а "нову реальність" – нову мову, нову психіку, нову культуру, нове світовідчуття і т.д.

– Міфологічний ландшафт доби авангарду спрямований на утопічне створення суспільства нового зразка супроводжувався величезним теоретичним апаратом, викликаним саморефлексією художнього досвіду, формалізацією світоглядних констант і їх програмною маніфестацією.

– Мистецтву авангарду характерні такі антагоністичні протиріччя як інтуїтивізм і раціоналізм, спіритуалізм і матеріалізм, ірраціоналізм і сцієнтизм, урбанізм і фольклор, синтетизм і аналітизм.

– Творам авангарду завжди характерно перетинання границь, що відокремлюють художній світ від позаестетичного, настійне вторгнення в позасвідоме, орієнтованість на незавершеність і здатність до нескінченного самовідновлення.

– Український авангард – кардинальне явище світового мистецтва, феномен культуротворчості всесвітнього значення, є одночасно наслідком, підсумком і початком нових процесів, які демонструють оригінальну філософську й світоглядну глибину. Естетична, філософська, художня модель запропонована авангардом, залишається однією з найцікавіших для теоретичних досліджень та художніх практик, незважаючи на кардинальний парадигматичний зсув у сучасній культурі.

---

**Hacı Yakup Öztuna**  
*Ph.D., Professor, Acting Dean of Faculty of Fine Arts  
Dokuz Eylül University  
İzmir, Turkey*

## **TRADITIONAL APPROACHES TO DESIGNING OBJECTS IN TURKEY**

For many years, Turkish culture has reflected the signs of the Mesopotamian civilization and the Seljuk and Ottoman cultures. Mesopotamia was the center of civilization. After the Mesopotamian civilization, Turkey was faced with Islamic and Christian culture. In this situation, the Seljuk and Ottoman Empires played a major role. They viewed artistic activity as vehicles of communication and as tools.

Art was also the reflection of national and ethnic experiences. From these experiences, Turkish designers, weavers, and artists created the best synthesis for the use of folk arts and of viable elements in the national heritage, including the ancient cultures and earlier civilizations of Anatolia, such as Hittite, Phrygian, Lydian and others.

Consequently, analyzing cultural significance and characteristics of Turkish traditional arts can contribute to understanding current design education in Turkey. It can also be useful in discovering the rich possibilities of ceramics, rugs, and architecture, but this study was not generalized to all characteristics of Turkish traditional arts.

The main focus of the report will be on the usage of geometry in art.

---

**Власенко А.Л.**  
*Аспирант кафедры менеджмента и маркетинга*  
**Власенко Н.А.**  
*К.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга  
Херсонского национального технического университета*

## **ПОКАЗ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИИ В ТУРИНДУСТРИИ**

В современном мире маркетинг всё глубже проникает во все сферы жизни общества. Проявления рыночных отношений можно встретить и в культуре, которая, с традиционной точки зрения, должна находиться во внеэкономическом пространстве.

Современный рынок моды весьма специфичен и требует специальных инструментов управления. Для того, чтобы удержать имеющихся и привлечь наибольшее количество новых потребителей, производители прибегают к использованию различных коммуникаций. Специальных инструментов коммуникации требует и рынок туроператоров, связанный с фэшн-индустрией. Актуальность данной темы обусловлена тем, что внимание модных домов и туроператоров, предоставляющих спецтуры, к инструментам маркетинговых коммуникаций в продвижении продукции значительно возросло.

Цель работы – рассмотреть организацию показа мод как маркетинговый инструмент коммуникации в туриндустрии.

Коммуникационная политика в некоторых областях деятельности человека выходит на первый план. К таким областям можно отнести индустрию моды, которая привлекает к себе определенные группы туристов. Это связано с некоторыми фактами:

- Наличие определенного кода одежды для различных социальных слоев и групп в первую очередь служит позиционированию индивидуума в системе координат "свой – чужой". Успешный фэшн-маркетинг всегда настроен на восприятие потребителем социальной значимости и ситуации, в которой используется та или иная одежда.

- Жесткие временные рамки, в которых существует мода. Скоротечность, постоянное изменение моды является основным условием для фэшн-бизнеса. Единственной константой в мире моды является ее постоянное изменение.

- Неразрывная связь моды и искусства (модели одежды, принадлежащие категории от кутюр, выполняются из материалов высочайшего качества, высокотехнологичных или традиционных, с использованием не менее 70% ручной обработки ткани, по индивидуальным меркам клиента).

- Главное условие успешного функционирования фэшн-бизнеса – внимание к потребителю. Сегодня мировая фэшн-индустрия больше не диктует что носить, как выглядеть. Время, когда в модном сезоне доминировал определенный цвет или заданная длина юбки осталось в прошлом. Дизайнеры черпают новые идеи не только в различных направлениях искусств и образах прошлого, но и в уличной моде, активно заимствуя стили и тенденции. Комбинаторика, вариативность и быстрота реагирования – вот ключевые слагаемые успеха современного фэшн-маркетинга, основанного на постоянном анализе желаний потребителя.

Индустрия моды – это одна из немногих отраслей, где потребности создаются на пустом месте. Если традиционный маркетинг призван доказать, что данный товар лучше остальных

удовлетворяет ту или иную потребность, то в моде все сложнее. Обязательным условием успешного функционирования дизайнерских брендов на фэшн-рынке является наличие комплекса маркетинговых коммуникаций, в который входят как стандартные коммуникационные инструменты (рис. 1), так и специфичные, свойственные только для фэшн-бизнеса.



Рис. 1. Виды маркетинговых коммуникаций

Говоря о моде, помимо данных о целевой аудитории нужно учитывать специфику отрасли. Так как в процессе выбора одежды люди, прежде всего, опираются на визуальные данные, поэтому среди основных маркетинговых коммуникационных инструментов дизайнерских брендов главное место занимает показ. С показа традиционно начинается "жизнь" созданного дизайнерами фэшн-продукта. Причём в рамках коммуникационных целей может стоять задача не только донесения информации о новом фэшн-продукте до целевой аудитории, но и информирование "мира" моды о новом дизайнере (дизайнерском бренде).

Никакая другая отрасль не нуждается в маркетинге так, как сфера моды. Произведенное на фабрике платье – это всего лишь одежда, но, попав в руки маркетологов, оно становится образцом моды. Показы коллекций – это, в первую очередь, элемент маркетинговых коммуникационных мероприятий. Вкладывая деньги в организацию показа, модный дом получает множество бесплатной рекламы, в том числе телерепортажи, фотографии в газетах и журналах, и так далее. Можно говорить об уникальной особенности показа как маркетингового инструмента, обеспечивающего синергетический эффект фэшн-шоу, усиливающего дизайнерскую концепцию бренда.

---

*Власенко Н.А.*  
*К.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу*  
*Шахман М.*  
*Магістрант кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **МАФ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ**

Кожна людина є споживачем, оскільки купуючи щодня товари та послуги отримує відповідні задоволення певних потреб. Вона віддає перевагу саме тому товару чи послугі, що на її погляд краще відповідає необхідним вимогам. Сучасний споживач вимагає більшого, ніж просто використання товару, що задовольняє його фізичні потреби як клієнта. Тому для задоволення всіх його потреб необхідно насамперед надати такий товар (послугу), що матиме гармонію між естетичним виглядом, фізичними проявами і міститиме у собі певну новизну, яка стимулює людську зацікавленість.

Мета – дослідження малих архітектурних форм (МАФ) як комунікаційного інструмент маркетингу.

Як свідчить практика, в умовах насиченого ринку розраховувати на успіх можна лише в тому випадку, якщо буде налагоджений стійкий взаємозв'язок, взаєморозуміння між підприємствами та споживачами в атмосфері відкритості та взаємовигідного співробітництва.

Комунікативні процеси мають величезне значення в людському спілкуванні та розвитку. Вони також належать до найбільш актуальних проблем людства. Важливу роль комунікації відіграють і в маркетингу.

В звичному розумінні, комунікація – усвідомлений обмін повідомленнями між індивідами. Під маркетинговими комунікаціями слід розуміти процес передачі інформації про підприємство та його товар з метою впливу на цільову та інші аудиторії і отримання зворотної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснений підприємством вплив.

Одним з таких маркетингових комунікаційних інструментів, направлених на задоволення насамперед естетичних потреб, є МАФ. Але, щоб отримати дієвий маркетинговий інструмент при проектуванні об'єкту, необхідно визначити ряд функцій, які забезпечать досягнення поставлених цілей.

Малі архітектурні форми – це споруди, призначені для організації об'єктів ландшафтної архітектури і створенні для комфортного відпочинку відвідувачів. Унікальні МАФ як елементи міського простору, повинні виконувати ряд функцій (рис. 1):

- Естетична функція полягає у тому, щоб об'єкт мав гармонію між його візуальними елементами.
- Ергономічна функція – створення малої архітектурної форми, яка буде максимально корисна та функціональна майже у всіх сферах людського буття.
- Соціальна функція полягає у тому, щоб МАФ став місцем для спілкування людей, став місцем зустрічей.
- Рекреаційна – бути зоною відпочинку та розваг для великої кількості людей.
- Туристична – для створення своєрідної візитної картки, яка забезпечить залучення туристів і збільшення туристичного потоку міста.

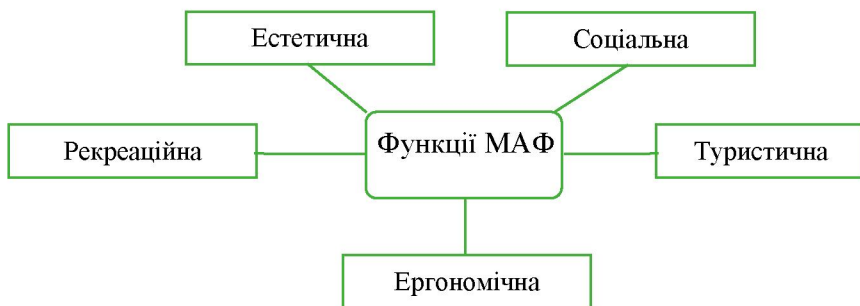


Рис. 1. Функції МАФ

Слід відзначити, що різні унікальні арт-об'єкти надають індивідуальні риси міському простору, тим самим привертаючи увагу як місцевих жителів, так і туристів. Вони стають тією родзинкою, яку бажають побачити, тим самим виступаючи комунікаційним інструментом маркетингу.

В умовах постіндустріальної економіки зростає роль і значення туризму в житті суспільства, а туристична галузь загалом стає однією з провідних галузей народного господарства будь-якої країни. Особливо тих, що володіють багатими туристичними ресурсами. Через виконання наведених вище функцій МАФ буде сприяти зростанню туристичних потоків, що забезпечить збільшення фінансових потоків, які в свою чергу будуть сприяти розвитку даного регіону.



---

*Власенко Н.А.*  
*К.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу*  
*Наливайко Н.О.*  
*Магістрант кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ: ВИЗНАЧЕННЯ ОСОБИСТИХ ПРІОРИТЕТІВ У СФЕРІ ДИЗАЙНУ**

Зважаючи на динаміку життя, кожна людина прагне охопити більшу кількість інформації, справ тощо. Тому саме тайм-менеджмент як спосіб раціонального використання часу стає найбільш актуальним. Тематика визначення особистих пріоритетів звучить не тільки на тренінгах, семінарах але і у звичайних підприємствах та навчальних закладах.

На сьогоднішній день існує безліч методів управління часом, які висвітлені у працях відомих авторів, таких, як: Брайан Трейсі, Девід Аллен, Лі Кокерелл, Стівен Кові та багато інших. Однак, названа проблема невирішена до кінця і в наш час та потребує подальших досліджень.

Мета роботи – дослідження використання тайм-менеджменту для визначення особистих пріоритетів у сфері дизайну.

Існують основні базові принципи управління своїм часом, усвідомлення і застосування яких дозволить зробити життя більш приємним, організованим та ефективним [1-3]. Це принцип планування, принцип боротьби з викрадачами часу, принцип правильної розстановки пріоритетів, принцип Вільфреда Парето. Принцип Парето (принцип 80/20) – емпіричне правило, у найбільш загальному виді формулюється як "20 % зусиль дають 80 % результату, а інші 80 % зусиль — лише 20 % результату". Може використовуватися як базова установка в аналізі факторів ефективності якої-небудь діяльності й оптимізації її результатів [3].

Плануючи будь-які справи, в першу чергу потрібно думати про основну ціль, або результат, до якого треба прямувати та досягти. В психології говориться про майнд-мепи, або карти бажань, де записуються цілі та вклеюються візуалізації. Найкраще це не планування на один, два дні, або півроку рік. Багато вчених та психологів мотивують писати цілі на все життя. Кожна людина приходить у цей світ заради свого щастя, але в потоці життя ми забуваємо про те, що приносить нам радість та задоволення, а це –

головна ціль, яку потрібно тримати в фокусі завжди.

Ель Луна характеризує питання: "Як мені знайти своє справжнє покликання?" як перехрестя між "треба" і "хочу". "Треба" – це те, що ми повинні робити, як нам здається, чи що від нас очікують інші. "Хочу" – те, про що ми мріємо в глибині душі [4]. Мало хто розуміє, що все в нашому житті повинно плануватись. Психологи кажуть, що те, що ми маємо зараз – це результат наших думок, слів та дій у минулому, все, що ми можемо мати у майбутньому, це результат наших думок, слів та дій зараз, у цей самий момент. Планування стосується кожної сфери нашого життя або нашої діяльності. На прикладі дизайну одягу, було досліджено, як це працює в фешн-індустрії. Коли дизайнер планує нову колекцію, не важливо чи на конкурс, чи на покази мод, то головна його думка – продаж колекції. Тому, що фешн-дизайн – це бізнес, а задача кожного бізнесу – це збут та отримання прибутку.

Тож, плануючи нову колекцію, дизайнер спочатку мусить поставити ціль, причому ціль повинна бути реальна, конкретна, та мати часові рамки. Після того, як ціль сформована, складається план дій, котрий мусить включати в себе аналіз ринку, та соціальні опитування, як перший крок. Другий крок – підготовка та схема робіт, тобто, що саме треба для того, щоб зробити колекцію такою як вона повинна бути. Саме на цьому етапі спочатку малюються ескізи з використанням інформації від потенційного споживача, а потім закупаються всі необхідні матеріали та аксесуари, вибирається тип тканин та її цінова категорія. Третій крок – це перехід до активних дій, а саме до пошиву. До цього моменту мусять бути заготовлені контактні номери телефонів фабрик або самостійних закрійників, що будуть відшивати колекцію. Четвертий крок – це презентація готового продукту, фотосесія, відеоматеріали тощо. Кожен крок постійно повинен супроводжуватися ресурсами, котрі необхідні для реалізації цього кроку, а саме: час, люди, місця та інше.

Для більшої продуктивності і розуміння порядку виконання важливо розподілити справи на три групи: група А, група В, група С. Група А відповідає за важливі та термінові справи, група В за важливі та не термінові справи, а група С – неважливі та не термінові котрі можна делегувати комусь іншому. Деякі автори рекомендують замість принципу АВС використовувати принцип Паретто. В кінці плану необхідно розробити заохочення тому, що на шляху до цілей виникає багато перешкод. Це складний процес, але результати скажуть за себе – життя буде більш наповненим змістом, це буде мотивувати діяти ще більше.

Підсумовуючи вищезазначене, можна підкреслити, що планування важливе для будь-якої сфери життя. А в управлінні своїм

часом є одне найважливіше правило – сплановано діяти, бо жоден перерахований принцип, технологія, інструмент або правило не дадуть результату без цього.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Брайан Трэйси. Тайм-менеджмент. Как заставить время работать на вас / Time Power: A Proven System for Getting More Done in Less Time Than You Ever Thought Possible. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 302 с.
2. Дэвид Аллен. Как привести дела в порядок. Искусство продуктивности без стресса / Getting Things Done: The Art of Stress-Free Productivity. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 368 с.
3. Ричард Кох Принцип 80/20 / The 80 Principle: The Secret of Achieving More with Less – М.: Эксмо, 2012. – 448 с.
4. Луна Ель. Между надо и хочу / The crossroads of Should and Must: Find and Follow Your Passion – Е.: Workman Publishing Company, 2015. – 161 с.

---

*Довгань С.М.*

*Старший викладач кафедри дизайну  
Херсонського національного технічного університету*

## МОЛОДЬ В СУЧАСНОМУ МИСТЕЦТВІ

Що таке сучасне мистецтво? Конкретне уточнення відсутнє. Здавалося, це робота виконана в теперішній час. За останній час в місті Херсон проводилось декілька виставок сучасного мистецтва. Вони викликають неоднозначне почуття. Молодь вважає, що їм не потрібно знання з рисунку, живопису, композиції, щоб бути несхожими на професійних художників, та й часу потрібно багато. Молоді майстри бажаючи здивувати глядача використовують нетрадиційні матеріали, епатаж, а у підсумку бачимо безліч досить плоских образів, що відображають сьогоднішній день. А вивчаючи рисунок та живопис набуваються не тільки уміння та навички, а й виховується художній смак, який не купиш в художній лавці.

Наприклад, сучасний український художник Андрій Чеботару вчився в дитячій художній школі. Закінчив Кримське художнє училище імені Самокиша. Поступив в Київську академію мистецтва, яку з успіхом закінчив. На даний час відкрив виставку з пленарних робіт "Амстердам", яка має великий резонанс в Києві. Роботи виконані

на великому ентузіазмі та знанні законів кольорознавства. Інший молодий український художник Денис Саражин розпочинав освіту в Херсонському таврійському ліцеї мистецтв, проявив себе на кафедрі дизайну Херсонського національного технічного університету два роки, завершив освіту в Харківській академії, з успіхом працює в Іспанії, дає майстер-класи з академічного живопису, визнаний кращим молодим художником України та входить в сотню кращих художників Сполучених Штатів Америки. Є попит на його роботи за кордоном. Херсонська художниця Катерина Білетіна починала навчання в Херсонській дитячій художній школі, продовжила в Одеському художньому училищі імені Грекова, закінчила Київську академію мистецтв, на даний момент є провідним художником України. Приймає участь в пленерах, як в Україні так і за кордоном.

На останок хотів би нагадати побажання Сальватора Далі молодим художникам: "Спочатку треба опанувати майстерність старих майстрів, а потім братись за висловлення своїх думок". На моє глибоке переконання, успіху можна досягти оволодівши знаннями та невпинною роботою над своїми помилками.

---

*Домбровська О.М.*

*К.т.н., доцент кафедри технології  
та конструювання швейних виробів  
Хмельницького національного університету*

*Мица В.В.*

*К.т.н., доцент кафедри технології  
та конструювання швейних виробів  
Хмельницького національного університету*

## **ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ В ДИЗАЙНІ**

Феномен культури нерозривно пов'язаний зі ставленням людини до природи і фіксує спосіб взаємодії з нею. Людина брала у природи її матеріальні багатства, навчалася у неї раціональності, доцільності і гармонії. У відповідь же обожнювала, анімувала, персоніфікувала, фетишизувала або створювала антропоморфні образи, намагаючись пізнати і пояснити природні явища, оспівувала та збагачувала природу продуктами своєї праці і творчості.

Пізніше в зміст поняття "культура" були включені виховання, освіта, розвиток. І так поняття "культура" стало протиставлятися поняттю "натура", тобто, природа, і поширилося на все створене людиною. Культура і природа є діалектичними протилежностями:

культура протистоїть природі, оскільки це штучне, а не природне середовище проживання. Але з іншого боку, культура знаходиться в єдності з природою, де в основі всіх її артефактів – природні матеріали.

Природа (особливо географічний і кліматичний чинники) виступає як передумовою, так і умовою буття культури, оскільки обумовлює характер занять і побуту людей, суспільний поділ праці, темпи розвитку матеріальної культури, політичну географію, етнічну своєрідність і особливості мистецтва різних регіонів і країн.

Культура являє собою системоутворюючу основу суспільства, має ментальну природу. Логічно і історично культура проявляється в перетворенні природного середовища, яке, щоб вижити, необхідно було пристосовувати під свої потреби. Культура – це спосіб і результат адаптації та організації життєдіяльності людей. Культура заснована на свідомій діяльності людини, яка характеризує ступінь свободи суб'єкта по відношенню до природи і соціуму.

Розвиток культури є єдиним процесом асиміляції природи і людства, розвитку засобів і способів діяльності, в якому суспільство переробляє матеріали природи, реагує на зміни природного середовища, створює традиції і порядок. В культурології культура також трактується і як історично визначений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини, виражений в типах та формах організації життя і діяльності людини, а також в матеріальних і духовних цінностях, які нею створюються.

Людський розум зміг створити матеріальний світ, "другу природу", подолати свою слабкість і залежність від природної стихії. При цьому процеси і предмети матеріального виробництва перетворюючись на культурні явища, все так же матеріально речові і схильні до дії законів природи, і сама людина залишається біологічним, фізичним і хімічним тілом, яке живе за законами матерії, на які б висоти духу вона не підносилась.

Розуміння людством необоротних наслідків антропогенної діяльності і для нього самого, і для навколишнього середовища привело до екологізації культури, переоцінки цінностей у відносинах людини і природи, розуміння основ цінностей природи. Спочатку під екологічною культурою розуміли культуру природокористування, визначаючи такі її головні ознаки як ресурсозберігання, належність або безвідходність виробництва, використання нетоксичних матеріалів і відновлюваних джерел енергії (води, вітру, сонця), боротьба з забрудненням природного середовища.

Однак, екологічна криза призвела до розуміння того, що необхідна перебудова світогляду, відмова від споживацького ставлення до природи, формування іншої моделі поведінки і взаємодії

з природою, створення іншої системи цінностей, формування у людини вміння узгоджувати свої потреби з можливостями природи. Цього не було до антропоцентричної моделі суспільства, де людина розглядалась як центр світобудови.

В даний час поняття екологічна культура значно ширше. Це частина загальнолюдської культури, система соціальних відносин, морально-етичних норм, поглядів, установок і цінностей, що стосуються взаємин людини і природи. Як міра свободи людини по відношенню до природи, вона регулює внутрішню мотивацію людини, її системне розуміння свого місця і ролі в еко-, біо- і ноосфері, культуру поведінки в природному середовищі.

Екологічна культура суспільства в будь-який період його розвитку є певним рівнем взаємин людини і природи, вбирає в себе досягнення різних наук, змінюється в зв'язку з удосконаленням екологічних і моральних норм і правил, природоохоронного законодавства, системи екологічної освіти.

Поняття екологічна культура проявляється на глобальному, регіональному і локальному рівнях, вбирає в себе екогуманітарні цінності в системі "людина-суспільство-природа", цілісний світогляд і екоцентричну свідомість. Вона орієнтована на перспективу, пов'язана з подальшим існуванням людства на планеті, з прогресом соціального розвитку і його можливими наслідками для навколишнього середовища.

Найважливішою гідністю екологічної культури є її попереджувальна місія, в той час як організаційно-адміністративні і економічні механізми природо користувачької діяльності регулюють лише наслідок процесів. Екологічна культура сприяє сталому соціально-економічному розвитку, екологічній безпеці суспільства і кожної людини.

Отже, екологічна культура представляє собою сукупність складових, серед яких виділяють наступні:

- система екологічних знань;
- екологічна етика;
- володіння технологіями взаємодії з природою для запобігання можливих негативних наслідків своєї діяльності і впливу на природу;
- природосвідома поведінка;
- пропаганда ідей екологічної культури і охорони природи.

На всіх стадіях проектування і виробництва об'єкта дизайну, на всіх етапах життєвого циклу готового виробу дизайнери мають можливість і повинні попередити ймовірний шкідливий вплив на природне середовище, основою їх професійної діяльності повинна стати екологічна культура.

---

*Сергієнко О.М.*

*Старший викладач кафедри дизайну  
Національного університету кораблебудування  
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв*

*Чуприна Н.М.*

*Студентка Національного університету кораблебудування  
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв*

## **ВИНИКНЕННЯ СТИЛІВ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КУЛЬТУРИ**

Мистецтво і дизайн завжди віддзеркалювали соціальні процеси, які відбуваються в суспільстві. Саме тому при аналізі витворів мистецтва або дизайнерського продукту можна простежувати комунікацію соціального і культурного, певну характеристику тієї епохи.

Наприклад, візьмемо архітектуру Давнього Риму. Суспільство цього часу розглядало мистецтво як предмет розкоші і витонченого комфорту; цьому розумінню мистецтва цілком відповідає зосередження виняткової уваги в архітектурі на декоруванні будинків, прагнення зробити їх максимально прикрашеними, використання декоративної, нерідко гедоністичної за змістом (статуї сатирів, Вакха, Венери і т. д.) скульптури в будинках, віллах, парках і т. д. В останній період історії римської архітектури (з 138 по 300 рр.) кожен імператор намагався залишити по собі пам'ять будь-яким значним спорудами. Антонін Благочестивий будує в Римі храм Антоніна і Фаустини; Марк Аврелій – колону свого імені за зразком Траянової; Септимій Север – важкі, обтяжені архітектурними і скульптурними прикрасами тріумфальні ворота в наслідування арці Тита, а також невеликий, але гармонічний по пропорціях храм Вести в Тіволі. Каракалла наділяє Рим надзвичайно великими і розкішними громадськими лазнями. Авреліан – колосальним храмом Сонця. Якщо в Давній Греції головним був храм, то в римській архітектурі основне місце займали споруди, втілюючи ідеї могутності римської держави, а згодом і імператора: форуми, тріумфальні арки, амфітеатри.

В епоху Відродження в області мистецтв і архітектури на перший план висувається особистість майстра, що володів певною творчою індивідуальністю. Митець тієї епохи змінює собою цехового майстра епохи готики. Тобто можна простежити появу антропоцентризму і гуманізму. Людина Відродження відрізняється від середньовічної людини. Для неї характерна віра в силу розуму,

преклоніння перед даром творчості. Відображення цього можна побачити в живопису, архітектурі, скульптурі.

Класицизм виник і розвивався під впливом просвітницьких прогресивних тенденцій суспільної думки. Головними ідеями стали ідеї патріотизму і цінності людської особистості. В античності прихильники класицизму знайшли приклад ідеального державного устрою і гармонійних відносин людини з природою. Античність сприймається як вільна епоха, коли особистість розвивалася духовно і фізично. З точки зору діячів класицизму, це була ідеальна пора історії без суспільних протиріч і соціальних конфліктів. В мистецтві це виражається в тому, що культурні пам'ятки саме Давньої Греції та Риму стали зразком для наслідування.

Модернізм намагався заперечити весь попередній культурний досвід, його представники активно шукали нові засоби виразності і тому в цей період існувало багато різних художніх течій. Також стрімкий розвиток технологій призвів до виокремлення дизайну з мистецтва. Являючи собою певну форму відображення кризових явищ життя, модернізм призвів до переформатування мистецтва як виду естетичної діяльності [1].

Постмодернізм намагається переосмислити культурну перенасиченість в європейському суспільстві, яка з'явилась внаслідок великої кількості інформації, а також необхідності якось співвіднести традиційні і нові цінності. У 2-й пол. XX ст. не припинялася ідеологічна боротьба капіталістичної і соціалістичної формацій, тому ідеологія, як сукупність певних норм, правил і гасел, проявляється не лише в контексті системи політичного керування суспільством, а й у культурологічних концепціях та стильових напрямках, регулюванні виробництва і формуванні необхідної поведінки споживчих груп.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Дерман Л.М. "Соціокультурні комунікації у дизайні XX–XXI ст."/ Вісник НАКККіМ № 3'2014.

2. Прищенко С.В. "Художня образність у рекламі в умовах соціокультурних трансформацій XX – XXI ст." ПАРАДИГМА ПІЗНАННЯ: ГУМАНІТАРНІ ПИТАННЯ № 9 (20), 2016

3. Прищенко С.В, Т. В. Сенчук "Специфіка художньо-проектної культури та становлення дизайн-освіти".

4. Прищенко С.В. "Прояви постмодернізму у рекламі" / С.В.Прищенко//Науковий огляд: міжнародний наук. журнал / РІНЦ SCIENCE INDEX. – К.: Інститут наук. прогнозування, ТОВ "Меганом", 2014. – Вип. 1. – С. 179–184.

5. [Електронний ресурс]//Режим доступу:



[http://artishock.org/style\\_a/arhitektura-drevnego-rima](http://artishock.org/style_a/arhitektura-drevnego-rima)

6. [Электронный ресурс]//Режим доступу:

<http://interesnyefakty.org/epoha-vozrozhdeniya/>

7. [Электронный ресурс]//Режим доступу:

[http://artishock.org/style\\_a/klassicism](http://artishock.org/style_a/klassicism).

---

**Laura M. Yunnissi**

*Technician with degree on Native Cultures in America  
Instituto de Culturas Aborígenes. Córdoba Argentine  
Potter and Teacher, National University of Córdoba*

## **POST-FIRING TECHNIQUES ON CERAMIC SURFACES IN PREHISPANIC AMERICA (before 1492 AD) AND IN ARTISTIC/DECORATIVE CONTEMPORARY CERAMICS**

The post- firing techniques applied on ceramic surfaces are so defined by the moment they are applied; it means after the kiln (bisque state), and without a next firing. They include a set of techniques which were used in America - and in other regions in the world, in the past, as well as nowadays. They involve the use of pigments for colouring the surface or being rubbed into incised or scrapped out areas of ceramic objects (previously fired) without firing afterwards.

They are also called "ephemeral" or "fugitive", or "cold" finishes. Ephemeral, due to the eventual peeling or exfoliation they may suffer afterwards . Cold , though it refers to temperature got in a kiln, is a confusing term since, these paintings are applied at environment temperature not necessarily "cold"; or warmer when dealing with certain resin paintings. As regards brief or long lasting, it depends on what you are seeking for. "For ever" is not a technological term. Durability and practicality may be, or not, the main purpose of the author.

Author just pointing that cold finishes may be considered out of the ceramic process, or minimized or disregarded, or thrown to the "mixed media" box but the fact is they have been used, in the past, as ritual and ceremonial objects, with an extra charge of meaning (prestige or power) and, nowadays, as art or decorative works all over the world.

In Prehispanic, or Precolumbian America these techniques appear among a great repertoire of techniques and procedures used in different periods and by different cultures. Author will mention and, briefly, describe three of them: Paracas- Cavernas cultura, Teotihuacan cultura and Jama-Coaque cultura. Out of these specific topic, I want to mention that cold finishes were also applied, in the past, in the world, like Iberic Peninsula in

Europe and Subsaharian Afrika, as examples.

- Paracas-Cavernas culture (700 BC-200 AD. Perú. South America). Ceramic pieces for ritual and ceremonial purposes received post firing painting. Mineral pigments were mixed with a resin. This resin was taken from a type of tree called acacia. Their pottery is recognized, nowadays, by its outstanding and rich polychromy.

- Teotihuacan culture (250 - 600 AD. Mesoamerica). Stuccoed ceramic surfaces and post-fire pigments were used. When applying post firing painting the artisans added cinnabar, a bright red mineral consisting of mercury sulphide, as toxic as beautiful. They applied pigments into incised or scrapped out areas or, first, stuccoed the surface and then added color.

- Jama-Coaque culture (350 BC - 1532 AD. Ecuador. South America) They managed a wide variety of techniques which include post firing painting, mainly red, green and white. They can still be observed on their ceramic figurines, particularly yellows and greens, after centuries. It seems the limits of "ephemeral" label can be stretched.

Nowadays, post- firing techniques on ceramic sculpture and decorative objets include the use of acrylic and oil paints, watercolors, resins and others. They are mediums of expression, they will not define whether you are a great artist or a second rate craftsman. Does it matter if these cold paintings are considered, within certain artistic/intellectual lanes, as not appropriate for ceramic finishes? Yes, it matters. Only for those who believe so. For the others, who want to "play their own drums", the labeling of any piece of art is a problem for judges, not for makers.

Finally, author have mainly got from these ancient cultures: re-learned to perceive materials, surfaces and colours from different looks and with different meanings. Dare think that terms like cold or hot, brief or long- lasting, pre or post are not pairs of opposites, but just part of a whole. Consider cold and hot as a unity and take the half you want, or both! They are not opposite, they are the ends of the same string! Consider ephemeral or lasting as part of time and choose the one you need. Pre or post are just instants in time but creation is not a point, it is a process, the pre and the post are there, do not worry about them! Give you the chance to open your eyes and see different worlds!



Fig. 1. Ceramic of Prehispanic America

---

*Mariko Kusumoto*  
Full time artist  
Massachusetts, USA

## MODERN ART IN MARIKO KUSUMOTO WORKS

Modern art is diverse and full of wonderful impressions and images. Each creator tries to create a work of art. For this, he needs inspiration and positive thoughts. Positive thoughts filling the images inspire the artists to create paintings, canvases, beautiful creations, compositions and other works.

In 1989 an author finished BFA in the direction of Painting/Printmaking in Musashino Art College (Tokyo). In 1995 an author finished MFA in the direction of Printmaking in Academy of Art University (San Francisco).

In author works reflected various observable phenomena that stimulate mind and senses; they can be natural or man-made. Author "reorganize" them into a new presentation that can be described as surreal, amusing, graceful, or unexpected. A playful, happy atmosphere penetrating in this works.

The works always like to leave some space for viewer's imagination with hope the viewer experiences discovery, surprise, and wonder through the work.



Fig. 1. Work of Mariko Kusumoto: a – metal: b – fiber

Metal works of author incorporates found, representational imagery and is very involved and technically challenging. Recent fabric pieces have developed with much experimentation and demonstrate an evolution from the properties of metal to something completely opposite. During the

experimental process there is sometimes a breathtaking moment. Author "catches" those moments and develops ideas from that point.

Designer took part in group exhibitions from 1996 till now and in solo exhibitions from 1999 in such countries as USA, Norway, Germany and Japan. Author work has been presented at museums and galleries across the United States, and has been included in the permanent collections of the Swiss National Museum, Switzerland; the Racine Art Museum, Wisconsin; the Morikami Museum and Japanese Gardens, Delray Beach, Florida.

Author like the softness, gentle texture and atmospheric (e.g., translucent) quality of the fabrics, that used. In all of work there is always the insistence on skill and craftsmanship.

---

***Винничук Рената Володимирівна***

*Кандидат педагогічних наук, доцент кафедри культурології та методики викладання культурологічних дисциплін Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка*

## **ДИЗАЙН У СИСТЕМІ СУЧАСНОГО СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ**

Дослідження феномена дизайну в системі сучасного соціокультурного простору викликane необхідністю осмислення його інтенсивного розвитку в постмодерністську епоху фундаментальної зміни смислів, значень, цінностей і світогляду. Дизайн інтенсивно впроваджується в усі сфери життя суспільства, перетворюючи культуру, економіку, політику, змінюючи спосіб життя людини, його ставлення до світу, предметного оточення, до себе і інших людей. Залежність дизайну від загальних тенденцій розвитку культури обгрунтовано вважається беззаперечною.

У сучасній культурі дизайн набуває загального характеру. Будучи частиною повсякденності, він постійно перетворює простір, не в сенсі його художнього оформлення, але його конструювання і визначення основних напрямків функціонування та життєдіяльності людини. Через створений простір дизайнери транслюють нові норми і цінності, стандарти поведінки і споживання і в цілому життєві моделі, що завжди впливають на те що знаходиться в системі спроектованого простору людини, але не завжди усвідомлюються. Такий стрімкий і всеохоплюючий розвиток дизайну знайшов своє відображення у здійсненні великої кількості спроб осмислення дизайну як виду діяльності, процесу і результату та відповідно в розмаїтті його визначень.

Існує популярна думка, що першим дизайнером був Леонардо да Вінчі, який крім досліджень в області оптики, анатомії і мистецтва винайшов низку практично орієнтованих об'єктів, машин і апаратів. Звичайно, з точки зору наукового дослідження називати Леонардо да Вінчі дизайнером є великим перебільшенням, але досить впевнено можна сказати, що його діяльність вплинула на формування важливої для дизайну ідеї, що дизайнер – це в першу чергу винахідник.

Інший діяч епохи Ренесансу, живописець, архітектор і теоретик мистецтва Джорджо Вазарі вперше у своїх працях визначає автономний характер мистецтва. Він позначає загальний принцип, згідно з яким мистецтво знаходить свою сутність в слові *designo*, яке має прямий переклад як "рисунок" або "ескіз", а також позначає художню ідею. У той же час він визначає різницю між *disegno interno*, концепцією, що формує твір мистецтва (ескіз, проект або план), і *disegno esterno*, завершений твір мистецтва (графіка, живопис або скульптура). Крім того, Вазарі називає *designo* основою трьох мистецтв: живопису, скульптури та архітектури.

Згідно з Оксфордським словником слово "design" вперше використовується в 1588 р і в ньому наводяться наступні значення: по-перше план або схема; по-друге ескіз творів мистецтва; по-третє об'єкт прикладного мистецтва.

Однак явище дизайну значно ширше і становить важливу частину соціального, економічного та культурного життя, що піднімає проблеми задоволення потреб суспільства і окремої людини. Тому одним із завдань роботи є осмислення дизайну в контексті зміни наукових, культурних і проектних парадигм, що прояснюють його генезис і сутність. Також в рамках даного дослідження розглянемо дизайн як явище культури у взаємозв'язку, по-перше, з різними філософськими концепціями як основами і витокami дизайну і, по-друге, з мінливими вимогами до культурного простору.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Даниленко В.Я. Дизайн. – Х.: Видавництво ХДАДМ, 2003. – 320 с.
2. Кантор К.М. Правда о дизайне. – М.: Изд-во АНИР, 1996. – 286 с.
3. Хмельовський О.М. Вступ у дизайн: Основи проектування систем життя. – Луцьк: Волинська мистецька агенція "Терен", 2004. – 208 с.

---

*Lyudmyla Gladkova*  
*Church choir conductor*  
*Slavic baptist church*  
*Elkhart, Indiana, USA*

## **ADDITIONAL MEANS TO ACHIEVE SOLEMNITY IN CHANTING OF CHURCH CHOIR**

Singing songs are an integral part of worship in the church, because they help to achieve a certain emotional state, more deeply feel and experience the meaning of the text. To achieve the solemnity of the service and the special exalted state of the parishioners, along with the melody rhythm and meaning of the work, primary role is played by coordination of the work of church choir and artistry in building vocal parts. In addition, the solemnity of the chants can be increased by using additional external means of influence on the human senses. As an example, consider the techniques used by the church choir Slavic baptist church (Elkhart, Indiana, USA).

One of such means to increase solemnity is the clothes of choristers. Since the choir is an association of people singing in the same vocal manner, same festive uniform underlines both external beauty and the integrity of choir, so and unity, harmony with choral work. Since the parishioners of the church in question are mostly from different regions of Ukraine, then, in addition to festive form, choir actively uses elements of traditional Ukrainian costume (embroidery). To additional methods of enhancing solemnity of church, chants can also include some interior and architectural elements, affecting on acoustic parameters of the room. For example, in Slavic churches, as a rule, there is a domed ceiling, which gives the sound flight, saturation. It also plays the role of a wooden partition separating the choir from the parishioners. If there is one, then the sound is full, rich. If it is missing, the sound is dissipated and in this case it is possible to correct the situation only by using microphones.

Thus, the solemnity of church chants is determined by the interrelation of various factors, which in a complex allow to form a special elevated emotional perception of prayer, contents and achieve inner harmony with the congregation.

---

*Костанда М.В.*

*Аспірант*

*Харківської державної академії дизайну і мистецтв*

## **ІНТЕРАКТИВНА ТИПОГРАФІКА: ПРОБЛЕМИ ІНКЛЮЗИВНОЇ ФОРМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Восени 2017 р. відбулась значна подія в галузі дизайну візуальних комунікацій в межах України, а саме перша шрифтова конференція TYPE KYIV, за підтримки Polish design week і Школи візуальних комунікацій (SVC). Насичена програма конференції передбачала виступи і вебінари видатних українських і закордонних дизайнерів, митців, дослідників в галузі шрифтового дизайну, каліграфії, леттерингу і типографіки.

Відмітимо доклад Вікторії Грабовської, присвячений презентації проекту щодо розробки альтернативної тактильної системи письма для людей з вадами зору, який на нашу думку є найбільш змістовним з огляду соціальної спрямованості. Мета проекту — привнесення зрозумілої форми письма, знайомої зрячим людям, в навчальну програму для дітей з послабленим зором. За твердженням дизайнерки, знання "зримих" букв сприятиме додатковій площині комунікації між сліпим і зрячим. Авторка наголошує про створення оновленої форми взаємної комунікації, що має бути зрозумілою водночас для людей з вадами зору і зрячих, тобто тип спілкування інклюзивного характеру.

Останнім часом з'явилась низка проектів шрифтового дизайну кінестетичного напрямку, що констатує факт необхідності аналізу тенденцій інклюзивних шрифтових проєктів. Шрифт Луїса Брайля, створений у 1829 році, й досі залишається переважною системою тактильної комунікації у світі. Шрифт модифікували для десятків мов, надавши мільйонам людей можливість спілкування. Але потужний вплив сучасних технологій на галузь шрифтового дизайну кардинально змінює сталі орієнтири й надає поживний ґрунт для нових несподіваних дизайнерських експериментів.

Вертаючись до проекту В. Грабовської, підкреслимо важливість демонстрації дизайнерського задуму. Альтернативний шрифт, що має історичне підґрунтя, створений на протигагу масово використовуваній Брайлівській шрифтовій системі. Буквено-символьні форми мають крапкову структуру будови й відтворюють форму графем візуального алфавіту, тобто спроектовані тактильні літери відповідають логіці візуальної системи комунікації для зрячих людей. Даний проєкт не



позиціонується в якості заміни шрифту Брайля, адже представлений як освітній інструмент інклюзивного типу спілкування для людей з вадами зору. На сьогодні шрифтова гарнітура Maria Theresiya доступна як набір цифрових шрифтів, що тактильно реалізуються методом термоформування пластику. Шрифт доступний для використання в програмах InDesign, Illustrator чи інших графічних текстових редакторах задля експорту графічних файлів й створення формувальної дотикової матриці.

Інклюзивна форма комунікації є експериментальним полем для дизайнерських шрифтових задумів, як з огляду формобудови літер, так і в оновленні вже існуючої усталеної рельєфно-точкової моделі шрифту Брайля. Згідно цієї точки зору, відзначимо концептуальний проект дизайну шрифту Braille Neue, що поєднує шрифт Брайля з візуальною алфавітною системою. Шрифтова гарнітура побудована на симбіозі зримої й тактильної форм комунікації та позиціонується, як базова форма комунікації "для всіх". Таким чином, шрифт водночас призначений як для зрячих людей, так і для людей з обмеженим зором в одному і тому ж комунікаційному просторі. Наприклад, планується застосування інклюзивного шрифту в оформленні Токійських Олімпійських та Параолімпійських ігор в 2020 р. для створення єдиного інформаційного простору комфортного для кожного відвідувача заходу без виключення. Доступність передбачається також і в інтернаціональному плані, через те, що головний дизайнер проекту Косукі Такахаші пропонує англійську алфавітну і японську системи комунікації в одному шрифтовому наборі. Завдяки впровадженню універсальної версії шрифту Брайля в загальну міську інфраструктуру можна реалізувати концепцію "Брайль для всіх". За ствердженням авторів, шрифт легко вписується в існуючий інформаційний устрій і є сходинкою для стійкого майбутнього в побудові відкритого суспільства, де використання Брайля стає звичайним явищем.

Отже, варіативність ідей щодо створення альтернативних версій інклюзивних шрифтів має різноманітну форму відображення. Отак, майже через двісті років після створення шрифту Брайля, Е.Чепайтіс вирішив створити дещо інше в проекті шрифту ELIA. Дизайнер-дослідник замінив крапки шрифту Брайля на систему випуклих символів з кривих і прямих ліній. Шрифт Л. Брайля базується на кодованій системі, близькій до військової, шрифт ELIA, натомість, імітує форму типових літер латинського алфавіту: літера "С" шрифту ELIA є ідентичною літері "С" візуального алфавіту.

Наприклад, проект "Blind words" демонструє функціональність в її інклюзивній формі за допомогою різних задумів, орієнтованих на сліпих людей. Проект складається з двох частин: перша — експерименти зі шрифтом Брайля, які показують короткі тести, що

базуються на методі першодруку для сліпих людей; інша частина проекту відображає інклюзивність в комбінаторній сітці з 6 точок задля формобудови символів абетки зі включенням як латинського, так й брайлівського алфавітів одночасно. Гіпотеза проекту базується на питанні: "Чи дійсно графічний дизайн обмежує сліпих людей?". Полеміка показує, чи повинен дизайн візуальних комунікацій стати зрозумілим в формі, функції та економічних важелях, чи мають дизайнери зробити внесок в сфері досліджень щодо екології та соціальної інтеграції інклюзивних проєктів в реальне життя.

Таким чином, створення інклюзивної форми інформаційної комунікації є завданням досить складним, адже потребує детального вивчення всіх особливостей тактильно-зримого спілкування через етапи апробації і тестування з цільовою аудиторією. Розширення технічної реалізації інклюзивної комунікації полягає в тенденційних віяннях в галузі шрифтового дизайну і типографіки, які в свою чергу орієнтуються на електронні носії трансляції, а також інноваційну технологію додаткової тактильної реальності завдяки 3D голограмам тощо. Наразі спостерігається активна фаза експериментального проєктування інклюзивної моделі комунікативного середовища, підвищується соціальна компетентність і вдосконалюються комунікативні методи.

---

*Паитус Ніна Михайлівна*

*Старший викладач*

*Запорізького національного технічного університету*

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ У ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ ГРАФІЧНОЇ ПРОГРАМИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ МУЗЕЯ УЇТНІ**

Студія дизайну Jetset на замовлення музею Уїтні у 2011 році розробила новий редизайн, який став новою графічною мовою, "набором графічних інструментів". Приводом цього замовлення став запланований переїзд музею у новий будинок спроектований Ренцо Піано, розташований на початку Високої Лінії. І тому вони вирішили змінити свою графічну ідентичність до 2013 року.

У процесі роботи дизайнери Jetset опрацювали багато архівного матеріалу, який надав музей Уїтні. І у буклеті, опублікованому навесні 2011 року з нагоди "новаторської" нової будівлі Уїтні Донна Де Сальва, знайшли таку фразу: "Було б набагато простіше уявити історію мистецтва як спрощену лінію, але це не Уїтні".

Цей вислів викликав у них одразу образну асоціацію зображення, форму. Він також поставив запитання: якщо історію мистецтва не можна розглядати як спрощену, пряму, то як її слід розглядати замість цього?

І тоді у них з'явилась ідея зигзагоподібної лінії - зигзаг це метафора для більш складної (і, отже, більш цікавої) історії мистецтва. І також зигзаг нагадував столицю W і що лінія може також являти собою пульс, біт - "серцебиття міста". Це показує Уїтні як інститут, який дихає, інститут, який відкритий і закритий одночасно. Інститут, який йде вперед і назад між минулим і майбутнім, переходячи від одного протилежного до іншого. Побачивши в контексті майбутнього переміщення, зигзаг міг також посилатися на індустриальний характер нової архітектури, форми зиккурату як нинішнього, так і майбутнього будівлі Уїтні, архетипових дахів фабрик, і культові зовнішні сходи з пожежною драбиною в Нью-Йорку.

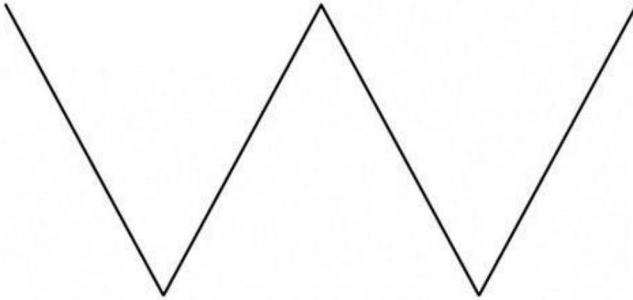


Рис. 1. "W"

Розтягнувши його ще далі, знак міг також нагадувати один з цих прихованих символів hobo (мандрівний робітник), прикрашений графіті біля залізничних колій (в даному випадку High Line); або "Дрейвен", як подорож Уїтні через Манхеттен, переходячи від одного місця до іншого. Він також може символізувати підпис художника; або хвилі сусіднього Хадсона (або, може бути, навіть хвилі, створювані звуком і баченням).

Вони вважали, що зигзаг повинен бути "відкритим" знаком, знаком, який може бути завантажений усіма значеннями, що відносяться до Уїтні.

Так, з одного боку, основна концепція графічної ідентичності обертається навколо поняття зигзага, який є формою, яку можна легко перетворити в знак. Але було ще дещо, що вони повинні були взяти до уваги - той факт, що Уїтні дійсно хотів продовжувати використовувати репродукції творів мистецтва в якості основного способу представлення майбутніх виставок.

Дизайнери Jetset розглядали всю цю ідею, використовуючи єдиний (часто повноколірний) образ твору як рекламного інструменту для реклами виставки, як досить невдалий прийом.

Їм спало на думку, що для вивчення був би цікавим просторовий вимір. При розміщенні образу певного мистецтва завжди буде залишатись якийсь простір. Цей простір, що залишився, буде відрізнятися для кожної частини друкованої продукції, так як більшість робіт мають унікальні пропорції.

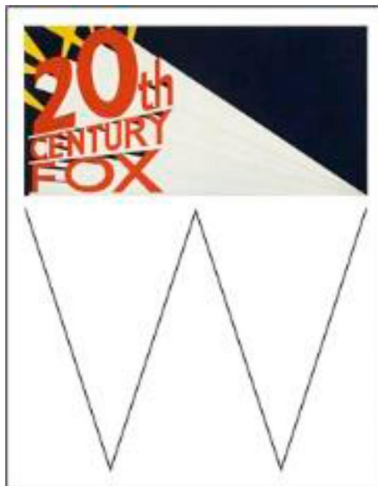


Рис. 2. Інтеграція зигзагу у просторовий вимір

Багато в чому це простір, що залишився можна розглядатися як свого роду уявлення про сам музей - це простір, який існує навколо твору мистецтва, область, в якій інститут стає видимим. Тому їх ідея полягала в тому, щоб знайти спосіб підкреслити простір, що залишився, зробити його видимим, виявити його - за допомогою зигзагоподібної лінії. Тоді й була придумана концепція "чуйного W".

Зрештою, хоча буква W буде виглядати по-різному на кожній частині друкованої продукції (головним чином тому, що більшість творів мистецтва приходять в різних пропорціях), концепція, що лежить в її основі, насправді досить систематична.

---

*Прусак В.Ф.*

*Кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри дизайну*

*Прусак Ю.В.*

*Кандидат технічних наук, старший викладач кафедри дизайну  
Національного лісотехнічного університету України, м. Львів*

## **СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ НЕПЕРЕРВНОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ДИЗАЙНЕРА**

Сьогодні необхідно дизайн розглядати як концепцію способу життя, оскільки він повинен формувати не тільки естетичні ідеали, визначати потреби та направляти суспільство на ті продукти й матеріали, які існують у достатній кількості й не наносять шкоди навколишньому середовищу. Одночасно при створенні середовища життєдіяльності людини, для якого використовуються природні ресурси, визначальним є не економічна ефективність, а сприяння лише здоровому способу життя людини.

Складна екологічна ситуація, що склалась сьогодні у світі, ставить перед дизайном якісно нові в порівнянні з попередніми етапами його розвитку проблеми. Екологічний дизайн надає змогу широко розглядати проблеми у взаємній праці із навколишнім середовищем та знаходити вирішення питань за допомогою природних принципів та форм.

Більшість вітчизняних ЗВО, які готують фахівців з дизайну, виходять з того, що в процесі навчання вирішального значення набувають не стільки здобуття необхідних знань та вмінь, скільки здатність до їх інтеграції на високому професійному рівні. В стрімкому суспільстві, яке розвивається, спостерігаються зміни, що потребують не тільки постійного поповнення фахових знань і вдосконалення вмінь, а також їх оптимального засвоєння та організації робочого часу, місця, технічних процесів, виявлення креативу в діяльності дизайнера [1]. Досягнення суспільних цілей неможливе без сучасної екологічно-орієнтованої освіти. Адже це процес передачі та обміну інформацією, що забезпечить перехід від соціосфери до ноосфери, органічну динаміку екологізації та інтенсифікації суспільного виробництва. Унаслідок цього Україна отримає: по-перше, зростання інтелектуального потенціалу держави, по-друге, сприяння новому — вищому розвитку цивілізації, і, по-третє, гарантування захисту людства від екологічних катастроф [2].

Нині необхідний новий соціальний дизайн всієї системи сучасного суспільства. Кажучи про соціальний дизайн, "ми говоримо

не про те, що "все само абияк врегулюється", а про те, що це має бути ще і цілеспрямована діяльність по оптимізації життєдіяльності існуючих соціальних об'єктів і створенню нових. Соціальний дизайн – це, перш за все, постановка проектування на основу цілісного, контекстного, локалізованого і ієрархічного системного бачення тих соціальних об'єктів, в яких і для яких проект розробляється [3].

Виходячи зі сказаного вище, ми розглядаємо такі соціологічні аспекти екологічної підготовки майбутнього дизайнера у вищих навчальних закладах: дизайнерська діяльність передбачає задум, мету, проект, що реалізує цільові установки та мистецтво композиції, а успіх реалізації проекту залежить також від адекватної інтеграції в зовнішнє соціальне середовище; дизайнерський проект повинен урахувати соціальні відносини, пов'язані із дотриманням екологічної безпеки, оскільки екологічна діяльність є складовою соціокультурного процесу; проблеми дизайну повинні розглядатися у контексті загальнолюдської культури; соціологічна інтерпретація дизайнерського проекту повинна урахувати екологічну відповідальність аспекту діяльності бізнесу в системі відносин "суспільство – природа"; необхідне використання принципово нових підходів для об'єднання сучасного інженерного і соціотехнічного аспектів з традиційними знаннями загальнонаукового та мистецького змісту дизайнерської діяльності; дизайнер як професіонал має бути не лише фахівцем у своїй галузі, але володіти такими якостями як екологічна грамотність, екологічна відповідальність, екологічне мислення, екологічна культура на основі сформованого екологічного світогляду, відповідно до вимог суспільства у даний історичний період; необхідним є тісний зв'язок у навчально-виховному процесі вищого навчального закладу засвоєння основ професійної діяльності та соціально значущої екологічної підготовки майбутнього дизайнера; майбутній дизайнер повинен володіти екологічними знаннями з урахуванням особливостей соціуму.

Таким чином, у сучасних умовах поглиблення екологічної кризи необхідні планомірні зміни суспільства щодо взаємин із природнім середовищем життєдіяльності людини. Екологізація освіти є стратегічним напрямом позитивних змін суспільства XXI століття. Зокрема екологічна підготовка майбутніх фахівців із дизайну повинна бути спрямована на формування цілісної системи інтегрованих фундаментальних знань із урахуванням відкритості сучасних освітніх систем. Екологічна підготовка в контексті соціального дизайну допомагає фахівцеві змінити відношення до себе, свого місця в соціумі і в професійній діяльності, сприяє систематичній соціальній креативності та організації адекватної підтримки соціальних інновацій.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Дяченко А.В. Сутність і критерії креативу в діяльності // Журнал науковий огляд № 2 (34), 2017. — С. 3-10.
  2. Мартусенко І.В. Концепція сталого розвитку суспільства як невід'ємна складова екологічної освіти [Текст] / І.В. Мартусенко // Нові технології навчання. — 2007. — № 48. — С. 339-343.
  3. Прусак В.Ф., Холявка А.Б. Вирішення соціально-психологічної проблеми розвитку особистості засобами архітектури і дизайну / International scientific-practical conference of teachers and psychologists [Text]: materials of proceedings of the International Scientific and Practical Congress "The generation of scientific ideas", the 27-th of November, 2014, Geneva (Switzerland). — P. 186-191.
- 

*Степанян Ю.Г.*

*Професор кафедри дизайну*

*Херсонського національного технічного університету,*

*Заслужений діяч мистецтв України*

### **БАГАТОГОЛОССЯ ОБРАЗНОЇ НЕДОМОВЛЕНОСТІ (ПРОСТІР ДЛЯ АСОЦІАЦІЇ)**

Сучасний дизайн вражає ідейно-естетичною багатовимірністю, відкритістю до творчого діалогу, спонтанним розширенням географії творчих особистостей на національному культурному просторі, розмаїттям форм, стилів і образно-виражальною еkleктичністю.

Творче самоствердження молодих дизайнерів вимагає мистецького заперечення усталеного і утвердження чогось нового, гранично індивідуального, епотажно новаторського, так як сучасний дизайн живе за межами суто національної території.

Очевидно, що він не уникне експансії трансконтинентальних культурно-естетичних стилів, форм, ідей на ґрунті національної традиції. Оптимізм творчої генерації виражається в інтенсивно посиленому творчому діалозі з планетарним світом культури, без національного "я", на догоду космополітичній символічності, універсальності, постмодерністській емансипації, що веде до індивідуалізації і водночас до контроверсійної мобільності нового покоління дизайнерів з різноманітним ідейно-естетичним самовираженням.

Метод сучасного художнього вираження через сприйняття життєвих явищ та їх розуміння особистістю на базі її глибинних

індивідуальних відмінностей, спираючись на базову ідею з високим ступенем узагальнення, дає поштовх процесам асоціативного сприйняття, осмислення закладеної в образах інформації, її художній зміст, який закарбовується в пам'яті не візуально, а емоційним настроєм – той особистий зміст, яким сам глядач наділяє твір. І тут образ впливає, як специфічна дія розуму, спрямована на відсутній або неіснуючий предмет.

Трансцендентні можливості об'єму, лінії, площини, простору, кольору, співвідношення світла і тіні – величезні. З ним потрібно експериментувати, розширювати їхні асоціативні сприйняття, так як міра зрозумілого та незрозуміло, поєднання звичного та нового, швидкого розшифрування і потаємного змісту, зіставлення з реальністю та неповного з нею збігу – ці прийоми надають художнім творам глибини і водночас створюють певну недомовленість, яка є простором для асоціації.

У творчому процесі взаємодіють свідомість та підсвідомість, пам'ять та уява, потреба у сповіді та проповіді, просвітницькі нахили, природний дар та набуті навички, які приводять до насолоди мистецтвом – результату подолання його умовності, в порівнянні художнього з реальним, впізнанні реальності в умовному.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Сартр Ж.-П. Воображаемое. Феноменологическая психология восприятия. - СПб.: Наука, 2001. - 319 с. (Сер. "французская библиотека).
2. Хосе Ортега-и-Гассет. Эстетика. Философия культуры / Вступ. ст. Г. М. Фридендера; Сост. В. Е. Багно. — М.: Искусство, 1991.— 588 с.— (История эстетики в памятниках и документах).



---

**Краснюк Л.В.**

*К.т.н., доцент кафедри технології  
та конструювання швейних виробів*

**Засорнова І.О.**

*К.т.н., доцент кафедри технології  
та конструювання швейних виробів  
Хмельницького національного університету*

**Царьова Є.С.**

*ДЗН "Хмельницький центр ПТО сфери послуг"*

## **ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПРИ ПРОЕКТУВАННІ КОЛЕКЦІЙ ОДЯГУ**

Соціокультурна комунікація – це процес взаємодії між суб'єктами соціокультурної діяльності (індивідами, групами, організаціями) з метою передачі або обміну інформацією за допомогою прийнятих в певній культурі знакових систем (мов), прийомів і засобів їх використання.

Соціокультурна комунікація виступає, як один із базових механізмів і є невід'ємною складовою процесу підготовки висококваліфікованих фахівців в галузі легкої промисловості, забезпечуючи можливість накопичення, обмін і трансляцію культурного досвіду між закладами освіти.

В рамках такого обміну досвідом між кафедрою технології та конструювання швейних виробів (ТКШВ) Хмельницького національного університету (ХНУ) та закладами професійно-технічної освіти міста фахівці кафедри започаткували проведення майстер-класів, під час яких викладачі діляться практичним досвідом підготовки фахівців швейної галузі, зокрема з організації процесу проектування авторських колекцій одягу.

Слід зазначити, що в наступному році кафедрі ТКШВ виповниться 50 років, 25 із яких при кафедрі успішно працює Студентський будинок моделей, робота якого направлена на розкриття творчого потенціалу студентів спеціальності "182-Технології легкої промисловості", спеціалізації "Художнє моделювання, конструювання та технології швейних виробів". Тому на кафедрі накопичено чималий досвід в напрямку проектування авторських колекцій одягу - від ескізів до готових виробів. Формат проведення майстер-класів потребує ретельної підготовки, тому використовуються різні засоби навчання. Так, особливості образно-асоціативного методу

проектування колекцій одягу, етапи вибору джерела творчості та його трансформацію ілюструють за допомогою технічних мультимедійних засобів навчання (ноутбука, проектора). Проектор використовують також для демонстрації колекцій, в основу образного вирішення яких лягли різні джерела творчості (природа та її явища, історичний та народний костюм, ретро-мода, архітектура, живопис тощо) (рис. 1, а).



а



б

Рис. 1. Використання сучасних засобів навчання:  
а - мультимедійних; б - графічних

До уваги учасників майстер-класів представляють ескізи проекти колекцій одягу студентів кафедри ТКШВ та графічні твори — банери (рис. 1, б).



Рис. 2. Презентація колекцій одягу

Аудиторії також надають можливість переглянути моделі колекцій студентів кафедри – учасників та переможців всеукраїнських і міжнародних конкурсів молодих дизайнерів одягу (рис. 2). На виробх колекцій наочно демонструють результати модельно-конструкторської та технологічної проробки одягу, унікальні приклади авторського оздоблення виробів (принти, вишивка, вибійка, бісероплетіння, аплікація тощо).

Надзвичайно важливим і досить складним етапом підготовки авторських колекцій є технологічне виготовлення виробів, де велику допомогу студентам надають викладачі та майстри виробничого навчання кафедри. Слід зазначити, що на кафедрі ТКШВ активно функціонує навчально-наукова лабораторія "Технологій і моди", обладнання якої надано провідною компанією на українському ринку "SOFTORG" та китайською фірмою "JACK". В межах лабораторії для студентів університету, учнів шкіл, технікумів та інших навчальних закладів викладачами та майстрами кафедри регулярно проводяться тренінги та майстер-класи на тему: "Сучасне швейне обладнання" (рис. 3).



Рис. 3. Майстер-класу на тему:  
"Сучасне швейне обладнання фірми "JACK"

Набутий досвід кафедри ТКШВ щодо соціокультурної комунікації показує високі результати у сприйнятті наукової інформації, сприяє обміну досвідом, зміцненню зв'язків між навчальними закладами, а також містить професійну орієнтацію для майбутніх абітурієнтів.

---

*Білик Анна Анатоліївна*  
*Кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*  
*Гуменюк О.Ю.*  
*Магістрант кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **МЕТОДИКА ПЕРЕДАЧІ ТІЛЕСНОСТІ В СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ**

1. Людина завжди була центром світобудови. Залежно від періоду вона була предметом вивчення філософії, релігієзнавства, історії, мистецтва, медицини тощо. Але питання тілесності і на зараз залишається відкритим та актуальним. Це пов'язане з тим, що культура постмодернізму повністю суперечить попереднім напрямам, тому таке явище, як "тілесність" сприймається та трактується значно "глибше" та чуттєвіше. Тіло є фізичним об'єктом, який не несе в собі поняття про суб'єктність та духовність. А тілесність є одухотвореним тілом, яке проявляється у формі і русі, саме завдяки їй людина відчуває зв'язок з тілом. Шотландський філософ Д. Скот говорив про тілесність як особливу форму зв'язку душі і тіла. Е. Гуссерль визначав тілесність як спосіб сприйняття матеріального фізичного тіла, його смисловий зміст. Г. Марсель розглядав її як прикордонну зону між буттям і володінням. Отже, тілесності належить велике місце у формуванні особистості. Саме вона є певним ключем, який розкриває та проявляє внутрішнє "Я" людини.

2. Сучасна культура значно вплинула на людину. Почуття, емоції, біль, страхи стали не просто абстрактними поняттями. Через великі зміни в культурному житті людині все важче проявляти почуття. Бажання "замкнутися", недовіра, а інколи навіть байдужість до соціума негативно впливає на неї. Болгарська та французька письменниця філософ, літературознавець Ю. Кристева відмічає, що зосереджена тільки на собі, сучасна людина нарцистична, може бути, нещасною, але без докорів сумління. Її страждання обмежуються тілесним – людина соматизується (безсоння, страхи, якісь психотичні напади, депресії). Митці постмодернізму намагалися показати гармонію та об'єднання тіла з душею. Вони довели, що "зміст" людини виражається саме через її фізичну сторону – через тіло. Але таке тіло стає відокремленим від людини та починає існувати самим по собі. Представники "мистецтва дії" неодноразово зверталися до теми тілесності в своїх роботах. Наприклад, віденський акціоніст Г. Брус

використовував тіло та тілесність в своїх акціях, як щось, що значно більше мистецтва. Він писав картини, публічно, усі своїм тілом. Весь процес перетворювався на певну медитацію, в якій було помітно, як духовна складова виходить за рамки дозволеного. Як особистість, яка закладена в оболонці під назвою "тіло" перетворюється в тілесність та індивідуальність.

Також питаннями тілесності займалась японська авангардна художниця Йоко Оно. Одна з головних тем перформансів Йоко Оно – тема свободи, яка яскраво простежується в роботі *Cut piece*, 1965. Оно хотіла показати те, що оголивши тіло можна отримати справжню свободу. Художниця активно займалася питаннями тілесності, заклинаючи до того, що потрібно "повернутися" до тіла, припинити соромитися та прийняти його. В своїх роботах Йоко Оно демонструє тіло як абстрактну фору, що позбавлене еротизму та вульгарності. Тому на перший погляд ідентифікувати його важко, наприклад в таких роботах як фільми "Film No. 4 (Bottoms)", 1967 та "Муха", а також в роботі, яка була представлена на Ліверпульській бієнале 2004 року "Моя мама теж була красивою". Отже, Йоко Оно сміливо експериментувала з подачею тілесності, а саме: демонструвала тіло як абстракцію в фільмах, показувала тіло очима мухи, використовувала тілесність як графічний елемент в плакатах та експонувала тіло в інсталяції ("Touch Me", 2008). Виходячи з попереднього твердження, постмодернізм схиляється до визнання психологічного різноманіття соціальних типів особистості та підтримує різні стратегії життєвого шляху. На основі цього доктор психології Сьюзен Деллінгер (США) створила певну методику системного аналізу особистостей. Така методика має назву "психогіометрія". Цей спосіб виявили дійсним 500 американських компаній, вважаючи психогіометрію кращим способом тестування нових людей. Мета психогіометрії полягає в тому, що в основу системи покладено п'ять геометричних фігур, які відображають певний тип (форму) особистості: квадрат, трикутник, коло, прямокутник. Вважається, що фігурам, як і людям, притаманні характерні психологічні ознаки.

3. Така наука як геометрія близька кожному. Дивлячись на будь-які предмети, людина співвідносить їх з простими геометричними фігурами. Тому не дивно, що знання з геометрії використовують як в повсякденному житті так і в мистецтві. Мистецтво – це образне осмислення того, що відбувається сьогодні, процес внутрішнього або зовнішнього світу в художньому образі. Для геометрії, як і для мистецтва, характерними є гармонія та краса. З давніх часів в основі творинь людини лежать правильні геометричні форми, такі як: квадрат, круг, піраміда тощо. Тобто певний набір простих геометричних тіл може створити витвір мистецтва. Геометрію активно використовували

художники-авангардисти. Даний напрям був повністю направлений на руйнування традиційних художніх канонів. Існує думка, що художнє мислення в стилі авангард є типовим для прогресивного століття і логічним наслідком розвитку цивілізації. В рамках такого мислення на зміну гуманістичним ідеалам приходять суто прагматичні цінності. Ця точка зору була сформульована і описана Шпенглером в його роботі "Занепад Європи". В культурі постмодернізму яскравим прикладом виступає скульптор К. Бранкузі. В роботах Бранкузі чітко простежується тілесність, наприклад "Спляча муза", "Поцілунок", "Портрет княгині Бібеско" тощо. Автор працює з простими геометричними формами, які слугують певним акцентом та яскравіше розкривають сутність художника. Його роботи наповнені емоційними переживаннями та контекстами. Також можна згадати роботи скульпторів Ханса Арпа, Генрі Мура, які також розкривали тілесність через поєднання простих геометричних форм.

---

*Ткачук Володимир Ілліч*

*Старший викладач кафедри дизайну*

*Херсонського національного технічного університету*

## **ПУСТОТА ПУСТОТИ ЯК ОДИН З ВИМІРІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ**

Думки про закономірності через зміст, характер, призначення етнокультурної парадигматики мистецтва перемістилися в чуттєво асоціативний переказ світоглядності світосприймання.

Інноваційно-постнеокласична проблематика регіонального мислення з потужним комплексом його культури спрямована на виявлення природно-географічних та культурно-історичних особливостей існування, художнього величезного духовного потенціалу етнографічної специфіки.

Наразі постає проблема виявлення субстанційності геокультурних вимірів субетнічної образотворчості.

Пустота будується за допомогою специфічної національно іманентної категоріальної системи понять в етнонаціональній культурній ментальності, в естетичному полі духовної енергетики крю:

- універсальні категорії українського світовідношення і менталітету;
- святкове і сакральне;
- аналіз основних міфологічних і фольклорних мотивів в історії

традиційного і сучасного мистецтва в його субетнічних вимірах;

- інтерпретацію архетипів духовно-світоглядного і художньо-естетичного наповнення традиційних чисто українських понять;

- аналіз творів творчої спадщина талантів українського народу, принципи зв'язків між давньослов'янськими архетипами, візантійським стилем, українським бароко та неobaroko початку й кінця XX століття.

Ці виміри дають можливість аналізу сьогодення українського мистецтва з його розмаїтістю, духовним багатством та використанням в навчанні і практиці.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Пашкевич К.Л. Проектування тектонічних форм одягу з урахуванням властивостей тканин [Текст]: монографія / К.Л. Пашкевич. – К.: ПП "НВЦ "Профі", 2015.-364 с.

2. Jobson S. Structural and Sculptural: Complex3D Shapes in Felt / S. Jobson – Jobbos Publications, 2015.- 88p.

---

*Gioulis Panagiotis*

*Secretar of general director office at the Regional Directorate of primary and secondary education of South Aegean's sea islands Syros island, Greece*

## **HERO'S IMAGES OF ROLE SPEECH THERAPIST GAME AS DESIGN OBJECT**

Solution of speech problems in preschool children is a topical issue. It helps preschoolers to socialize faster, accelerate the processes of adaptation to requirements of educational regime, solve the problem of mental, aesthetic, spiritual and moral formation, assimilation of the culture of their people, national and universal values. The game approach to speech correction has a number of positive factors: it allows relieving stress, to increase interest, to establish contact and unobtrusively to involve in the process of correcting linguistic imperfections. Role games are natural and habitual entertainments for the child, which begin with the imitation (copying) of adult behavior. Therefore, obviously a role game can be a highly effective pedagogical approach in speech therapy.

Creation images of heroes in role speech therapy game are one of the basic tasks. Which includes need to attract certain attributes that directly or indirectly identify the character. This may be a suit or its individual

elements (masks, accessories and additions), as well as items of props. All these substantive components of hero image are objects of design activity, can be made from various child-safe materials with traditional and innovative technologies on an industrial scale and individually. Depending on the plot of role logopedic game by prototype images can become familiar child heroes from real life or from cartoons, tales and other. These are, for example, superheroes, animals; representatives of different professions, peoples and cultures.

In general, the question of formation an artistic image is a key task of art studies and design. Therefore, it can be argued that the topic raised in this paper is on an interdisciplinary junction. Synergy of design, pedagogy and speech therapy can be an effective means of solving a number of problems with development of speech in children of preschool age.

---

*Aleksandra Rogólska*

*Founder of Salon of Conscious Change,  
Poland*

### **CONCEPTUAL-PHILOSOPHY ASPECT OF MONIQUE LEHMAN WORKS IN BEIJING GALERIA EXHIBITION OF TSHINGUA UNIVERSITY**

4 of September was opened the exhibition of Monique Lehman works and works of Chinese artists in one of the largest and prestigious galleries in Beijing. The opening reception of the exhibition accompanied the Symposium of International Association of Women Philosophers at Tsinghua University.

Event organizer is Kai LIANG, known in the Western hemisphere as Kelly Liang, wrote the first PhD thesis on Fiber Art in China (and maybe the whole world). Her promoter is the well-known Professor Lin Lecheng. Kelly has traveled to almost 20 countries in Europe and the Americas. She has visited over 100 artists spread around the world. Her thesis, which was presented at the exhibition, illustrates the philosophical theory of Narrative Care.

Monique Lehman's latest Fiber Art compositions refer to environmental protection and care for nature. Kelly organized this exhibition, as an illustration of the philosophical theory "Narrative Care", caring and helping. Monique Lehman's piece illustrates a new philosophy written by women that shows that "Care" is also a philosophical problem. The exhibition is also about centuries of the silent work of women, which saved humanity and allowed civilization to survive. This is a new conscious



philosophy which shows that care and hand work like embroidery are more important than sword fighting.

In Beijing, during a convention of international philosophers, Kelly presented at her lecture photographs of our work at the exhibition. Until now, philosophers didn't write about what women did at home. This new trend in philosophy shows that because of calm, monotonous, manual work, care for the sick and the old, care for the house, that women work was important to this world; otherwise everyone would have killed each other long time ago.

Objects that Kelly chose for the exhibition are connected by a thread of emotion. Many works have their story and contain a large dose of suffering. Artworks show children fleeing from parents' aggression, children who feel unwanted, mother looking for a kidnapped daughter all over the world, lost Chinese fighters (a work made of bags that keep food products moist), a lotus lake that simultaneously blooms and dies, like each of us every day.

Monique's description of her work: "Using only thread, I created a new object that is supposed to evoke an emotional reaction for the visitors to the exhibition. I wanted everyone looking at my art to feel the time that can be measured by the hours spent on creating it. In one of the objects, I tried to show fresh water, so valuable for our existence."



Fig. 1. Fresh water capsule, Monique Lehman

---

**Cemal Meydan**  
*Ph.D., Assistant Professor, Vice-dean of Faculty of Fine Arts & MA  
Student at Institute of Fine Arts*  
**Gözde Yıldız**  
*MA Student*  
*Dokuz Eylül University, Faculty of Fine Arts*  
*İzmir, Turkey*

## **SOCIAL ASPECTS OF TEXTILES**

Textiles have long been involved in grouping and embodying people according to different cultures, geographies and time zones. Especially production of traditional textiles creates a bond, where working together with rhythm and music, and a social scene was created. It can be observed that this feature has continued to decrease gradually after the Industrial Revolution.

Uniforms are among the factors that strengthen the grouping or belonging to those working in co-production. Clothes are seen as a professional symbol for people who work in the same workplace such as schools and military where there is a need to represent a certain group, demonstrations. Besides, clothes provide a social connection as well as a sense of equality among the group members.

Traditional costumes have a role in grouping and embodying people. Textile products and accessories can also be transferred as inheritance to later generations, and thus, it can lead to the formation of a social memory by intergenerational transfer. These textiles, inherited as inheritance in some societies, are believed to enable them to speak, communicate and connect with their ancestors.

Textile products are a sign of belonging, respect, and love within a society. For example, a country's flag that is on heart of the citizens of a given country reinforces feelings like citizenship, pride, nationalism, ethnic awareness, war, prestige and loyalty. On the other hand, friendship, family, sexuality, fertility, love and loyalty can be interpreted in the social areas of individuals in that society and thus they are included in all social areas of life. An example is the fact that handkerchiefs can become a symbol of love and loyalty in periods and societies where male relations are restricted. It can be seen that textiles play a role of awareness raising in some cases, and thus have an impact on group behavior and unity in situations such as health, persecution, ecological sensitivity, war, resistance.

As a result, textiles oftenly embody the language of communication

in problematic cases where the speech is difficult or limited. Textiles are the means of the message to be given with their color, shape, motif, pattern and form. The common language of a region undertakes a role as a cultural and traditional mirror, and makes the transmission of emotion and thought in a non-verbal form. As seen in all aforementioned examples and many others, textiles are integrated into our lives in various ways such as communication, grouping, solidarity, awareness, socialization, emotional interaction in social field and continue to live and develop with us.

---

*Halil Yoleri*

*Ph.D.*

*Professor, Former Dean of Faculty of Fine Arts, Head of Ceramics and  
Glass Design Department  
Dokuz Eylul University, Faculty of Fine Arts  
İzmir, Turkey*

## **THE CONTRIBUTIONS OF THE MEDITERRANEAN TO THE CERAMIC TRADITION**

The archaeological evidence shows that since 7 BC, mankind has succeeded in manufacturing cookware and bakeware from clay and reinforcing the said utensils with fire for durability. The tools that were made from clay, which were predominantly used in facilitating daily activities, went on to become crucial in the storage and transfer of solid and liquid substances; making them one of the most important elements of trade via the Mediterranean Sea. Like most other neighboring communities, those who lived along the Mediterranean shore were in constant interaction with one another, sharing their culture and their understanding of politics along with trading with each other.

Ceramic, which has a considerably large variety of uses, has been a great contributor to their connection. The notable presence of the pots made of clay in the Mediterranean cultures began in the period called the ancient era (7 BC - 2 AC ). One of the most important advancements that was made during this period in ceramics was the introduction of the potter's wheel to Athens via the Mediterranean. The wheel was improved during this period and was used in the mass production of ceramic articles. This technical advancement in the manufacture of ceramics paved the way for the creation of works of art that would leave their marks on history of arts. Greece was one of the foremost centers of production in the Mediterranean. Products that were made in Greece on potter's wheels, which were then decorated with brushes such as krater, hdriya, kyathos, pyxis, askos, rython, lekythos,

alabastron were very high in demand.

Made in Megara Region of Greece, the Megara bowls are some of the most important works of the era. (1 BC).

The Megara bowls were the pioneers of the Terra Sigillata ceramics that were made in the same period of time in Italy; Rome and Arezzo. The influence of the Greek ceramics shows itself in Bucchero ceramics made in Italy by the Etruscans (7 BC- 1BC). "The Egyptian Tiles", that were made in Egypt, influenced the work of ceramicists in Greece, Syria and Iran.

Other important places in the timeline of the development of the ceramic art are Iznik (Turkey) (13th and 17th centuries) , Spain and Morocco with the Mayolika ceramics (17th-18th centuries). Similarly to most other domains, the impact of trade between different cultures was very influential to the development of ceramics. Especially through shipping trade, the coastal cities were greatly culturally influenced by one another. The research on the typology of the ceramics made in these regions give us detailed information about the economic and social life of the era. For example, the use of the potter's wheel by the ceramicists in the Mediterranean region facilitated the mass production of ceramics while also providing the artists with more freedom in the design of their work in terms of the shape.

In the face of the increase in the production, forming new relations between different cultures became an obligation, therefore some decorative motifs were used collectively. The oriental motifs seen on Greek vases are a result of these interactions. The substantiality of the ceramics made in the Mediterranean region underpins the foundation of the modern ceramic technology.

*Гуріч Зоя Владиславівна*

*Кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри  
образотворчого мистецтва і дизайну  
Херсонського державного університету*

### **ХУДОЖНИК-ПЕДАГОГ ЛУДЖИ ДОМІНІКОВІЧ ІОРІНІ**

Сучасні проблеми розвитку художньої освіти в навчальних закладах певною мірою є ідентичними тим, які вирішувались у другій половині XIX – на початку XX ст. У зв'язку з цим актуальним може бути звернення до художньо-педагогічного досвіду Херсонської губернії другої половини XIX – початку XX ст., яке є підґрунтям для вдосконалення художньої освіти в сучасних соціокультурних умовах.

Одним із видатних художників-педагогів Херсонської губернії другої половини XIX початку XX ст. був Луджи Домініковіч Іоріні (1817–1911). Скульптор-педагог, випускник Міланської академії мистецтв, у 1869 р. він був у віці 52 років запрошений головою Товариства витончених мистецтв Ф. Моранді до Одеської малювальної школи. Досліджуючи педагогічну діяльність Л. Іоріні, С. Шевелєв приводить спогади викладача одеської малювальної школи Д. Крайнева, який відмічав: "талановитий скульптор, професор Міланської Академії мистецтв... гарібальдієць, вже літній, самотній, прекрасний як людина, що жив у приміщенні самої школи, займаючи там невелику напівтемну кімнату..." [2]. Вчитель малюнка та скульптури, прихильник класичного напрямку в мистецтві, Л. Іоріні не тільки виховував молодь, спираючись на прилад класичних ідеалів, але й сам створював зразки мистецтва. В Одесі його скульптури "Меркурій і Цицерон", "Ніч і день" збереглися на фасаді будівлі старої біржі (нині будівля міськвиконкому).

Висвітлюючи педагогічну майстерність художника-педагога, можемо відмітити, що Л. Іоріні хоча і виглядав суворою літньою людиною, яка ніколи не посміхається, насправді був добродушною, душевною, доброзичливою особистістю, який прищеплював своїм вихованцям любов до природи, повагу до творчості старих майстрів і, головним чином, серйозне ставлення до малюнка [2]. Він відрізнявся демократичністю поглядів, до учнів відносився однаково безпристрасно. Учні, які поважно відносились до занять малюванням, під його керівництвом досягали видатних успіхів.

Талант скульптора, педагога й організатора дозволив Л. Іоріні очолити Одеську малювальну школу (1869-1885 рр.). На посаді

директора художник-педагог перебував 16 років, і за цей час, Одеська малювальна школа стала одним із кращих закладів художньої освіти на теренах Російської імперії. На знак поваги до майстра, що віддав школі сорок два роки свого життя, один із його учнів скульптор Б. Едуардс (1860-1924) створив бронзовий бюст свого вчителя, який ще за життя майстра у 1899 р. було встановлено в Одеському художньому училищі. Саме Б. Едуардс після смерті Луїджі Іоріні ініціював стипендію його імені, яку виплачували талановитим учням художнього училища до 1917 р.

У 1911 р. в періодичному виданні "Южная мысль" була надрукована стаття, автор якої Л. Камішніков так відзивався про діяльність художника: "Пройнятий полум'яною вірою в класицизм, він привіз із собою своїх богів, своїх кумирів. Вони дуже поважні, ці кумири, і імена їх суть: Рафаель, Мікеланджело, Донателло, Леонардо да Вінчі. Старий скульптор з одеської школи вірив у відродження мистецтва, аполоністичну сутність краси, вічної, надземної" [1].

Отже, Л. Іоріні був художник, що викладав до останніх днів життя, виховав цілу плеяду яскравих особистостей, які згадували його як досвідченого педагога, скульптора, який передавав їм свої знання, свою любов до мистецтва. Серед його студентів були художники: Н. Альтман, М. Греков, Й. Бродський, Я. Ніколадзе та ін.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Камышников Л. Памяти художника и учителя // Южная мысль. – 1911. – 13 октября. – 5 с.
2. Шевелев С. С. Будущее или... оглядываясь назад?: интервью, статьи, эссе / С. С. Шевелев. – Одесса: Оптимум. 2004. – с. 346.

---

*Дяченко Владислава Василівна*

*Мистецтвознавець, заступник директора з наукової роботи  
Херсонського обласного художнього музею ім. О.О. Шовкуненка*

## **"ХЕРСОНСЬКА КОЛЕКЦІЯ" ЯК ЧАСТИНА ХУДОЖНЬОЇ СПАДЩИНИ МИХАЙЛА ЖУКА**

Михайло Жук – універсальний митець та типовий представник "Срібного віку", майстер декоративного живопису, графік, громадський діяч, поет, письменник, критик – народився на Херсонщині, у містечку Каховка. Хоча батьки його походили з

Полтавщини та були записані як міщани міста Лохвиці. Так згадує про своє походження сам художник в одному з листів.

З 1896 р. по 1899 р. він навчався у Рисувальній школі Миколи Мурашка в Києві. В 1899 р. вступив до Московського училища живопису, скульптури і архітектури. У 1900 р. за порадою Леона Ковальського, польського художника та викладача Київської рисувальної школи він вступає до Краківської Академії витончених мистецтв, де його викладачами стали провідні польські сецесіоністи: Йозеф Меґоффер, Станіслав Віспянский та майстер реалістичного живопису Ян Станіславський. Останній багато працював і брав участь у виставках в Україні.

Михайло Іванович закінчив навчання у Кракові в 1904 р. з двома срібними медалями. Тоді ж влаштував свою персональну виставку в Києві за допомогою відомого українського музейника та мистецтвознавця, засновника Національного художнього музею України Михайла Біляшівського. В цьому ж році переїхав до Чернігова, де багато і плідно працював, товаришував з багатьма представниками української літературної еліти, зокрема Михайлом Коцюбинським та Павлом Тичиною. В перший чернігівський період життя Жук створив один зі своїх найкращих творів в стилістиці сецесіону "Казка" 1914 р., який сьогодні прикрашає колекцію Херсонського обласного художнього музею ім. О.О. Шовкуненка. Цей твір був придбаний у приватного одеського колекціонера, інженера Володіна, який в свою чергу викупив його у родини Жука після смерті майстра.

Цікаве припущення щодо появи ідеї та композиції твору дає в своїй монографії "Михайло Жук", яка вийшла у Харкові в цьому році, доктор мистецтвознавства Людмила Соколюк. Вона зокрема пише про подібність композиції "Казки" до картини "Midsummer" англійського символіста Е.Р. Хьюза, репродукцію якого художник міг бачити, наприклад, "в якомусь журналі". Підтвердженням її версії може бути і той факт, що жанровий мотив у царстві флори для Жука не є типовим. До того ж зображення жіночої постаті у центрі композиції є аплікацією, тобто зображення з іншого малюнку було вирізано ножицями та приклеєне до аркушу із зображенням пейзажного мотиву, в самий центр казкового кола жуків (рис. 1).



а



б

Рис. 1. Роботи Жука: а – "Казка"; б – екслібрис з колекції Херсонського обласного краєзнавчого музею

З іншого боку, композицію "Казка", враховуючи символістську мову сецессиону, можна тлумачити і як аллюзію на зустріч Михайла Жука зі своєю майбутньою дружиною, коханою, яка має впізнати свого зачарованого нареченого серед інших жуків. З цією темою, до речі, перегукуються гуцульські весняники та гагілки з хороводами, які передували сватанню. В них зокрема говорилися про пана Жука та Жучиху. Інтерес до гуцульського фольклору став поштовхом для написання Михайлом Коцюбинським відомого літературного твору "Тіні забутих предків". Михайло Жук був свідком народження цієї повісті та виконав у 1912 р. для його першого видання ескіз обкладинки.

Декоративне тло "Казки", являє собою фрагмент вигаданого краєвиду зі струмком, берег якого насичений різноманітними квітами. Михайло Іванович міг вдосталь споглядати та студіювати рослинні мотиви, зокрема яскраві гвоздики, ніжні васильки та мальви в саду навколо будинку Коцюбинського.

Ця картина демонструвалася на періодичній виставці картин, організованій Київським художнім училищем у лютому 1917 р. [3], а потім наприкінці року у грудні увійшла до складу потужної виставки творів професорів-засновників Української академії мистецтв, яка проходила в будинку Педагогічного музею, де розмістилася Центральна Рада першого президента України Михайла Грушевського.

Будучи одним з ініціаторів відкриття Української Академії мистецтв у Києві, Жук керував майстернею портретного живопису, де отримав звання професора. Після 1917 р. став членом Асоціації Революційного Мистецтва України, налаштованої відмовитися від реалістичного мистецтва та розвивати формалістичні прийоми



авангардного мистецтва. В цей період він займається створенням агітплакатів, пише та ілюструє дитячі книжки.

У 1925 р. художник був запрошений Одеським політехнікумом мистецтва (згодом інститутом) на посаду керівника графічної майстерні, де викладав літографію. У 1928 р. очолив відділ майоліки архітектурного факультету, виконував також ескізи розпису тканин і проекти побутового та декоративного посуду. У 1927 р. ним було розроблено вісім ескібрів (головним атрибутом яких завжди була книга). Один з них у техніці автолітографії був придбаний у приватному зібранні одеського колекціонера Сергія Лущика та зберігається в колекції літературного відділу Херсонського обласного краєзнавчого музею.

В зібранні художнього музею знаходиться невеличкий офорт у техніці сухої голки під назвою "Портрет Василя Василька". 1928 р. Проте в монографії Людмили Соколюк ця робота подається як "Голова N" [3]. У будь-якому разі цей портрет пов'язаний з колом одеських знайомих майстра, серед яких був також відомий режисер, що продовжував авангардну лінію розвитку сучасного театру Василь Василько. У 1930 р. Жук брав участь у першій виставці Асоціації художників Червоної України (Херсонська філія), де було представлено 7 його графічних листів [3, 4].

В тяжкі роки сталінських репресій 1937-38 рр. художник працював художнім керівником на Дмитрівському заводі у Вербілках під Москвою, а потім на Дульовському порцеляновому заводі. Саме в цей період були створені чотири порцелянові таріли з орнаментальним розписом, які належать до колекції Херсонського обласного художнього музею. У 1939 р. художник повернувся до Одеси, щоб викладати в художньому училищі.

Найважливіший внесок в розвиток українського мистецтва Жук зробив, створивши портретну галерею діячів української культури Розстріляного Відродження, виявивши не тільки неабиякий хист митця, головним чином графіка, але й свідому громадянську позицію та чіткі соціокультурні орієнтири.

---

*Berna Aydin*  
*Instructor, Dokuz Eylül University, Faculty of Fine Arts*  
*Department of Basic Art Education, Izmir, Turkey*

## **LUCY MCRAE AND HER RESHAPED BODY APPROACHES**

The human body has been an effective means of expression with its language, which has been used since the earliest times in both social and artistic fields. The body, which has various meanings, has been the subject of curiosity in every period and it has been searched to be explored. In the art world, there have been discoveries made to the body and investigations into their boundaries have progressed through science. Leonardo's anatomy drawings, Stelarc's extensions to his body or Orlan's surgical performances are examples of artist collaboration with science and technology. The body, which is the subject and the material of art, has been dealt with differentiating approaches of the artists by installing different functions in different periods. The body that corresponds to the classical beauty concept in painting and sculpture, has taken place in performance art as an alternative to traditional materials together with the modern art movements. And with the awareness of the possibilities of the body as a means of expression, it has been the part/place of the quests that exceed the physical limits due to the social, technological and scientific conditions and developments. In this sense, Lucy McRae seeks the answer to the question 'How technology transforms the body?' and works on transforming the human body with the combination of architecture, technology and design. The search for the reshaping of the developing technology towards the future of the body in the artistic platform will be dealt with the multi-identity structure that constitutes the infrastructure of Lucy McRae.

Nowadays, developing technology shows its effect in every area of life. In order to adapt to changing conditions, the fact that new methods started to being followed or innovation with its definition pointing change and newness shows its influence in many areas from science to art. Intelligent robots against conditions that human beings cannot physically meet are assertive structures that are developed beyond humans' sensory nature loaded with humanoid features. While bringing the machines into life in order to ease people's lives and to increase production rates, humans also revealed the need to improve themselves. As time progresses, a development in the social conditions that are parallel with developing conditions comes into question. The influence of the condition that human bodies are not sufficient and come short of scientific and technological developments led artists to explore new body structures that combine technology.

The studies of Lucy McRae (1979-) who performs interdisciplinary practices that combine art, design, architecture, science and technology, about her efforts to disrupt and reshape the human form by combining biology and technology are the subject of this study. The studies of McRae which express new definitions regarding her search about the body's future, reconstruction of the body, and the role of skin were discussed through a point of view that includes the contribution of work and education experience.

#### USING BODY AS A MEDIUM IN ART HISTORY

Along with the verbal language, the body having a language of its own through which it uses its own means and for this reason, an awareness about being a communication tool all by itself paved the way of its distinctive use in different forms of art. The body is no longer just a figure in painting or sculpture and is in a position that demonstrates actions through performing arts and modern art movements which prepared it. Performing arts which diversify in themselves, interpreted and utilized the alternative body as an art material with traditional materials. With the influence of cultural and political events, the differences in artists' concerns brought new interpretations of the body along. While some artists utilized the body as a tool that displays their performances, some delivered performances towards transforming their own bodies with physical interventions. The technological developments increased in the 1900s raised the questioning of the body's actuality and its compatibility with the conditions of the day. For example, Australian artists Stelarc (1946) who defends the view that the body became old actualized performances regarding the transformation of the body by making additions to his body with surgical operations for his studies questioning the human and technology relations.

#### LUCY MCRAE AS A BODY ARCHITECT AND HER BODIES

Lucy McRae who received ballet and architecture education is also a science fiction artist, filmmaker and an explorer. This opulent infrastructure and her admiration to human body caused her to define herself as a *Body Architect*. The fact that she is experienced and educated about the design and innovations shaping around the body is the detail that forms the infrastructure of her work. Her works combining the biology and technology involve the details about the reconstruction of the body and its skin that wraps the body.

There have been different definitions of the skin which shows different characteristics from person to person being special to the human body. For example, according to the Spanish philosopher Ortega y Gasset, 'the skin is an expression'. According to the German physicist Helmholtz, 'everything is an activity on the skin'. Hasan Bülent Kahraman (Kahraman, 2005; cited by Şahiner, 2014: 185-6) describes the skin as follows:

*The thing that gives the body its own reality and shows where it starts and ends is the skin. The skin is the real boundaries and sheath of the body. Anything that can be defined as a body is covered by a skin. The skin is a cover, in the last instance. The body is an element covered by skin which is impossible to go beyond. This is why the skin and the body which is placed into the skin is connected. The smallest crack on the skin will begin to leak the contents that the body hosts.*

And the skin is also important for Lucy McRae. Her first thoughts that would be the center of her work towards the how a platform could be for the body's role, its re-transformation for the future, and innovation took shape in the term when she led a team consisting of engineers, product designers, and fashion designers in Philips Design in their Far Future Design Research Lab (2006) (URL 1). In her speech in TED 2012 (URL 3), while she said that she was working with concepts such as electronic tattoos working with touch, clothes blushing and undulating with light and that she was conducting her own experiments in addition to this term, she also qualified these as low-technology initiatives to her high-technology interviews. She examined how the technology is absorbed and is excreted through the skin in the short film named 'Make Your Maker' (2012). In this respect, in Lucy McRae's 'Swallowable Parfum' (2011) establishes a similar relationship with the body, as in the video work 'Make Your Maker'. This fragrance that is taken into the body as a consumable cosmetic pill is excreted through the skin and gives the skin a new function by redefining the body's potential. Lucy McRae who was working with a synthetic biologist in this work sometimes collaborated with engineers and scientists. She expresses the collaboration with different people with the following words:

*... I think if you work with people from different backgrounds, it brings a different energy and enables you to move forward expanding your capabilities and learning from others. It's a big challenge and important that I work with people that complement my skills. When you can have a successful collaboration, it's a wonderful capturing of energy (URL 2).*

The works she presented about shaping the future was developed in consequence of the answers she sought to the question, 'How technology will transform the body?'. McRae states her purpose for her work developed and experienced in fictional environments such as Swallowable Parfum Live Lab and the Astronaut Aerobics Institute as follows: "What I'm really interested in is [...] creating experiences that are improving, positively shifting, human resilience" (URL 1).

Lucy McRae still continues her collaboration with scientists, medical doctors or people from different professional fields who contributed to her projects. And her works have references to these collaborations and dialogues.



Fig. 1. Lucy McRae,  
Prep The Body For Space, 2014



Fig. 2. LucyandBart,  
Grow on you, 2007

In this context, Lucy McRae examines how we can prepare and change the physiology of the body to adapt the life beyond this world better in 'The Institute of Isolation' (2016). She says about this project and some of her other works: "A lot of my projects are steered by complex scientific challenges; the narrative and concepts are borne from here, then I create these worlds in film" (URL 2). Ultimately, she acts with faith to find out more about health and the body in the world rather than getting answers to her questions in this process.

Lucy McRae also took part in a collaboration with Dutch designer Bart Hess named 'LucyandBart' and developed projects together that generates and photograph images that investigate how the human silhouette can evolve. Including fashion, architecture, performance, and body instinct, LucyandBart disrupts the human form in art and reconstruct it utilizing various materials, colors, textures, and shapes (URL 4). They actualized this transformation using disposable materials such as toothpicks, balloons, seed bags, and insulating foam. The skin of this body that they reconstructed, that involves the boundaries of the skin that they defined as an interface between the body and the world, and that transformed to a strange form is an image where it cannot be understood that where this skin ends and the immediate environment begins.

#### CONCLUSION

'We are at a really interesting point now where human-driven evolution is happening exponentially because of advancements in genetic engineering, CRISPR, the sequencing of DNA and the commercialisation of space travel' explains McRae (URL 5). Her design approach and the contribution of her education and work experiences as considering the identification of the condition which she was in are based on the process in which she imagines the condition of the human body in the future and seeks the answers to the question. The presented her projects sometimes through

her experiences in lab environments that she prepared, and sometimes through the science-fiction perspective. The collaboration with the technology also brought questionings such as how people can fix and treat the conditions which they experience regarding their lives. How can human body be designed on the basis of conditions in the future? This sense of curiosity, collaborations with technology and experts of different disciplines provided clues that she is going to take the shape of new forms in her seeking. As the artist said: “its important to hover the imagination and discuss how scientific breakthroughs are slowly reconstructing the body”.

## REFERENCES

1. Corbin, A., Courtine, J.J. ve Vigarello, G. (2013). *Bedenin Tarihi 3-Bakıştaki Değişim: 20. Yüzyıl*. (S. Özen, Çev.). İstanbul: YKY
2. Şahiner, R. (2015). *Çağdaş Sanatta Temsiliyet Krizi: Çağdaş Kuramlar ve Güncel Tartışmalar*. Ankara: ÜtopyaYayınevi.
3. Ward, G. (2014). *Postmodernizmi Anlamak*. (T. Göbekçin, Çev.). İstanbul: Optimist.
4. Yılmaz, M. (2006). *Modernizmden Postmodernizme Sanat*. Ankara: ÜtopyaYayınevi.
5. URL - 1: <https://www.52-insights.com/lucy-mcrae-moving-beyond-the-body-interview/> (Date of Access: 25.10.2018)
6. URL - 2: Berg, C. V. D. (2014). 'Technology at the Edge of the Body - An Interview with Lucy McRae'. VESTOJ-The Platform For Critical Thinking On Fashion <http://vestoj.com/technology-at-the-edge-of-the-body-an-interview-with-lucy-mcrae/> (Date of Access: 25.10.2018)
7. URL-3: [https://www.ted.com/talks/lucy\\_mcrae\\_how\\_can\\_technology\\_transform\\_the\\_human\\_body/transcript](https://www.ted.com/talks/lucy_mcrae_how_can_technology_transform_the_human_body/transcript) (Date of Access: 28.10.2018)
8. URL-4: Picone, K. (2014). Lucy McRae: Blurring The Lines Between Art, Technology And The Human Form, <https://allthatsinteresting.com/lucy-mcrae> (Erişim Tarihi: 15.10.2018)
9. URL-5: Szymanska, A. (2016) Isolation Optimisation, <https://www.lsglobal.com/briefing/article/19781/isolation-optimisation> (Date of Access: 01.11.2018)
10. URL-6: <https://www.lucymcrae.net/home/> (Date of Access: 20.10.2018)

---

***Monique Lehman***  
*Artist, professor at vocational school Zibo, China*  
*Vocational Institute, lecturer at Tsinghua University*  
*Warsaw, Poland*

## **TAPESTRY ART THROUGH THE PRISM OF MONIQUE LEHMAN**

Monique Lehman is a famous creator of tapestries.

She graduated from the School of Fine Arts, located in Łazienki Park Warsaw, Poland. After graduating, she went to study the museum science and art conservation at the University of Toruń. After the first year, she moved to the Academy of Fine Arts in Warsaw.

Later she received a master's degree from the sculpture department under the guidance of Adam Roman and Andrzej Koss and master's degree in the restoration of architectural elements.

After graduation, she emigrated to the United States. The artist's trip coincided with the election to the papacy of Karol Wojtyła. Monique created his image in the tapestry technique. The portrait of Pope John Paul II was displayed during the Mass for the Polish community gathered in Chicago church. She also created the beautiful tapestry "Self Portrait" in 1979. This tapestry became the cover of the magazine "Shuttle Spindle and Dyepot".

In 2000, the artist organized the fifth edition of Tapestry Biennale in Denver for the American Tapestry Alliance. She is a judge of the International Biennale "From Lausanne to Beijing" in China. She inspires students of Fiber art as professor in a vocational school at the Zibo Vocational Institute. She is a lecturer at Tsinghua University, her spacial embroidery Rainforest and Supernova were part of the August 2018 exhibit at the University Gallery. She organized exhibitions dedicated to the September 11 attack on the World Trade Center in New York which were exhibited in Europe, China and the USA. Among the many publications about Monique's art is Chinese magazine "Art in China". The picture of her tapestry depicts her life as an artist. She currently works in Poland and the United States decorating synagogues, town halls and hospitals with her tapestries. Lehman's studios are located in Pasadena, California and Mokotów, Warsaw.

Monique works for many art organizations and curates exhibitions in the United States. He writes articles about Polish weaving and Polish artists for Fiber Art magazines. Her articles are published in "Surface Design Journal", "Fiberart Now", "Tapestry Topics" and "Canadian Tapestry Newsletter".

---

***Kate Anderson***  
*Bachelor of Fine Arts, Painting*  
*Studio Artist, self-employed*  
*Medium: Fiber Art, Knotting*  
*St. Louis, Missouri, USA*

## **CREATIVE WAY OF KATE ANDERSON**

Kate Anderson, formally trained as a painter, began knotting in 1996 after a workshop with noted textile artist Jane Sauer. Author knotted objects often reference the work of images from the pop era and mid century cultural icons. Her work can be found in numerous collections including the Philadelphia Art Museum, Museum of Fine Art, Boston, Minnesota Museum of American Art, Racine Art Museum and Muskegon Art Museum. Her work has been exhibited internationally in museums and galleries including the Boston Museum of Fine Arts, the National Craft Gallery of the Irish Craft Council, and the Museum of Arts and Design, New York. Over the past 36 years, she has had extensive professional experience as a gallery director, curator, juror, panelist and workshop leader.

Author background is in painting and she did that for 15 years, 10 of which spent collaborating with husband, Ken Anderson. Author found that she had the energy to work as the night lengthened, but that eventually the color was mixing wasn't yielding desired results. So decided to find something she could do with hands that could do late at night. This led author to a knotting class with the eminent textile artist, Jane Sauer. She found that the repetitive process, the possibilities for expression, and the tactile nature of the threads themselves really appealed to them.

Author knot. Knotting is actually macrame with the use of a larks head knot, basically. She use a 4 ply thread to create the knots that are formed over a cord thread that is typically around 11 ply. The core wraps around a form repetitively, thus creating a structure for containment. It is an extremely labor intensive process that is not very forgiving. Author use threads in the form of knots to paint the image. As a painter for 15 years prior to knotting, thinking of threads as paint was a natural fit. Because she limited by the number of color choices due to thread availability, and often mix threads optically by putting differing colors next to each other.

Author considers work to be part of the contemporary craft movement, and contemporary art as small scale sculpture. She use a sketchbook and also research images and contemplate relationships of



images within the realm of 'blue chip' fine art paintings to quote, create dialogue and to pay homage. Most recently author intrigued by mid century iconic imagery and portraiture. Mid century iconic images are what attract author the most, first from the Pop era and currently figures significant to film, print and the culture of that era.

Author always very curious how people work. When she was painting and had a 1500 square foot studio with 12' ceilings. As a textile artist knotting, she works in a lovely room sitting on a sofa with feet up on an ottoman. Author work is in lap, elevated on a pillow and lit by a high intensity light. She studio is filled with artwork, almost all folk art from a collection of husband and she have amassed over thirty some odd years.

Knotting is probably the lowest tech form of art making. Threads, scissors and an all will get you started. In the beginning author made cups and saucers. The cups contained an image, another on the saucer, a third representing the water inside the cup. When asked if author could make a larger piece, the natural evolution was to make a teapot. She had two sides, and a handle, spout and lid to work with that gave surfaces for commentary. The significant turning point then was making by first piece quoting a Roy Lichtenstein painting. He's a good example of how author would often work. He appropriated from a comic strip and made a painting. She would quote from Lichtenstein, but then research the original comic strip and find the font, the character dialogue, maybe the name of the comic itself to reference not only Lichtenstein but the original source material all while creating a piece that itself was juxtaposed commentary. That process evolved for many years.

As author worked, ideas developed regarding source material and she became intrigued with the actual cultural icons of that era. This work has become even more detailed and intricate in that she depicting real people and it has to be believable. Author think that she work has become more personal while still retaining ideas regarding dialogue and charged potential.

---

*Зосім Ольга Леонідівна*

*Доктор мистецтвознавства, доцент*

*Доцент кафедри естрадного виконавства*

*Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, м. Київ*

## **МИТЕЦЬ У САКРАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ НОВОГО ЧАСУ**

Сакральне мистецтво в його середньовічній парадигмі створювалося архітекторами, художниками, скульпторами, музикантами в межах художнього канону, який усталеністю форм

підкреслював незмінність вчення Церкви про трансцендентне, і лише в канонічних формах церковні митці могли виражати свою індивідуальність. У Новий час відбувається трансформація розуміння сакрального мистецтва: канонічність художніх форм поступово відходить на другий план, особливо в західній церковній традиції, а митець починає розглядатися як співтворець храмового сакрального простору. Конкретизуємо цю тезу на прикладі богослужбової музичної традиції, однак зазначимо, що аналогічні явища характерні і для розвитку церковних живопису та архітектури Нового часу. Зростання ролі індивідуального авторства в сакральній музиці відбувалося в двох площинах: 1) як культивування індивідуального музичного стилю церковними композиторами в творах, написаних на канонічні тексти та 2) створення музики на неканонічні тексти, що призначалися для церковного вжитку або для індивідуальних молитовних практик. У другому випадку йдеться про канціонали та збірники духовних пісень, що були вживані в церковних відправах, передусім в західній церковній традиції, і в яких авторське начало репрезентовано не лише музикою, а й текстом.

Виокремимо специфічні риси канціоналів у їх відношенні до літургічних книг. Останні завжди мали усталену структуру, яка якщо і зазнавала трансформації, то дуже повільно. У східній і західній церковних традиціях існувало кілька типів літургічних книг, їх розмаїття було пов'язане з великою кількістю різних типів богослужінь та особливою структурою церковного календаря, однак в них ніколи (окрім маргіналій) не записувалися пісенспіви, які не мали статусу канонічних. Літургічні книги – це книги, що зберігають досвід усієї Церкви, індивідуальне начало в них априорі неможливо, бо літургія – це богослужіння усієї церковної громади. Натомість канціонал чи збірник духовних пісень – це книга передусім авторська. Попри те, що в ній зібрані пісні і для приватного виконання, і для співу усієї церковної громади, цей тип книги, безумовно, несе авторське начало, яке виявляється в кількох аспектах.

По-перше, будь-який канціонал чи пісенник дає авторський погляд на пісенні твори, представлені в книзі. Незалежно від того, чи у збірки один укладач або їх було кілька, чи він є автором творів або лише зібрав і видав пісні інших авторів, немає жодного друкованого канціонала або співаника, який би точно копіював інші, за виключенням перевидань. Від XVI ст. до сьогодні у світі вийшло тисячі друків з церковними піснями, у кожній конфесії вже випрацьована типова структура пісенника, однак при цьому всі видання мають відмінності і в структурі, і в тематичному наповненні рубрик. Цього ніколи не було і не могли бути в літургічних книгах, що були сформовані в добу Середньовіччя і несуть відбиток цієї доби, а

тому можна з упевненістю стверджувати, що канціонал або пісенник з духовними піснями є книгою, що репрезентує сакральне музичне мистецтво Нового часу з його підкресленою авторською індивідуальністю.

По-друге, значна кількість канціоналів та пісенників у прямому сенсі є авторськими, оскільки їх укладач одночасно є автором пісенних творів. Зазвичай такі збірки були не пісенниками комплексного типу і не містили всі типи пісень й піснеспівів для церковних потреб та приватних молитов, а включали лише твори до окремого літургійного періоду (різдвяні пісні, великопісні пісні тощо) або певної тематики (богородичні пісні, пісні до святого або святих тощо). Зазначимо однак, що написання повного авторського канціонала є непростю справою, і далеко не всі видання ставали популярними та витримали кілька видань. Часто з цих друків лише найкращі пісні потрапляли до репертуару канціоналів та пісенників комплексного типу.

Перші два аспекти репрезентативні як для європейської, так і східнослов'янської церковної традиції, щодо третього, то він характеризує переважно східнослов'янську духовну пісенність, де друк книг з духовними піснями було розпочато лише в останній третині XVIII ст., а репертуар тривалий час розповсюджувався за допомогою рукописів. Авторське начало в цих співаниках репрезентував переписувач, який був укладачем, а часто й автором кількох або навіть більшості творів. Відмінність переписувача від укладача друківаного канціонала або пісенника полягала в тому, що кожен рукописний примірник, навіть якщо він створювався як копія іншого, мав унікальну структуру і репертуар, оскільки існував лише в одному примірнику. Він не призначався для широкого загалу, як друківані видання, і відображав індивідуальний внутрішній світ людини, яка була і переписувачем, і адресатом цієї книги. Отже, рукописні співаники з позицій репрезентації релігійності народу є унікальними книгами, оскільки відображають її крізь призму світогляду його індивідуальних носіїв.

Таким чином, канціонали або співаники з духовними піснями, які були сформовані в Новий час, є його яскравими репрезентантами, оскільки були спрямовані на культивування індивідуального начала в церковній музичній традиції цього періоду.

---

*Кольцова Наталья Акимовна*  
*Заведующая научно-экспозиционным отделом*  
*Херсонского областного художественного музея им. А.А. Шовкуненко*

**МАЛЕНЬКИЕ ШЕДЕВРЫ БОЛЬШИХ ХУДОЖНИКОВ.  
ПАМЯТИ ЕМЕЛЬЯНОВА МИХАИЛА АНДРЕЕВИЧА.  
К 95-ЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ**

Херсонский художественный музей является обладателем большой коллекции владельческих книжных знаков, датируемых XIX-XX ст. и подаренных музею в разное время херсонским библиофилом, экслибрисистом, пушкиноведом, почётным гражданином города Херсона Емельяновым Михаилом Андреевичем. Большая часть экслибрисов была обработана и каталогизирована ещё при жизни владельца. Результатом большой исследовательской работы стал каталог "Коллекция экслибрисов М.А.Емельянова в собрании Херсонского художественного музея им. А.А.Шовкуненко", изданный в 2013г., в который вошли данные о владельцах почти шестисот книжных знаков.

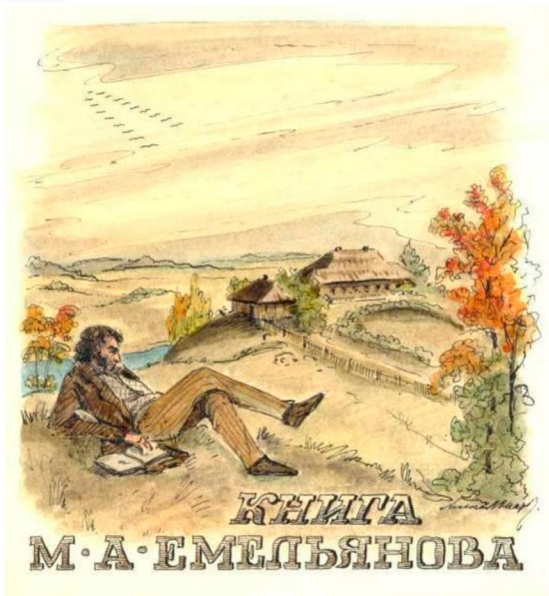


Рис. 1. Экслибрис Емельянова М.А.

В 2014г. собиратель передал в дар музею ещё 600 экслибрисов, выполненных такими известными художниками-графиками второй половины XXв. как Юпатов А.И., Бахматов А.И., Бойченко В.Ф., Гидони Г.Й., Дубровский М.Г., Зверев В.А., Козловский К.С., Копылов Р.В., Касиян В.И., Масик В.И., Меднис О.Э., Оброча О.М., Паньков М.А., Телингатер С.Б. и др.

После обработки книжных знаков и взятия их на учёт, было принято решение издать вторую часть каталога. Работа над ним завершилась в конце 2016г. Помимо экслибрисов из коллекции Емельянова, в каталог был введён владельческий знак, обнаруженный в одной из книг музейной библиотеки. Речь идёт об экслибрисе сотрудника Русского музея СПб, искусствоведа Станюковича Владимира Константиновича, исполненного для него мастером символической живописи Борисовым-Мусатовым Виктором Эльпидифоровичем. В связи с уникальностью, данный книжный знак был введён во вторую часть изданного каталога.

Экслибрис давно уже стал рассматриваться как графическая миниатюра, имеющая самостоятельное художественное значение и большую эстетическую ценность. Он стал желанным объектом собирательства многих отечественных и зарубежных коллекционеров. Книжный знак подчинён всем основным правилам, характерным для этого вида графического искусства, а именно: отображение владельческой информации с позиции правдивости, образность подачи и мастерство исполнения.

Экслибрис – своеобразный отличительный знак человека, являющегося владельцем личной библиотеки, любящего, а главное, ЧИТАЮЩЕГО книги. Он также может быть как у просто общественных, так и учебно-образовательных, научных, клубных, специальных библиотек.

Создатель книжного знака ставит перед собой следующие задачи:

- отображение всей необходимой информации о книголюбце (профессия, круг интересов, мировоззрение);
- определение качественного состава книжного собрания (историческое, музыкальное, книги, посвященные искусству, военному делу, флоре и фауне и т.д.).

Само искусство экслибриса привлекает своей ассоциативной выразительностью, демонстрирует бесконечное разнообразие графических решений, стиливых и сюжетных находок, фантазию заказчиков и создателей. Книжный знак является своеобразным символом, всегда соответствующим стилю, технике, вкусам и духу времени, в котором живут книги, авторы и владельцы экслибрисов.

Значительная часть коллекции Емельянова – книжные знаки, выполненные замечательным художником Юпатовым Алексеем Илларионовичем, который всю свою жизнь посвятил графике, но широко известным стал прежде всего как мастер экслибриса. Работал он чёрной тушью, в технике пуантилизма, с последующим переводом рисунка в цинкографию, реже применяя в работе свинцовый карандаш и цветную тушь.

Будучи приверженцем старообрядчества, Юпатов довольно часто использовал в экслибрисах религиозные мотивы. Увлечение древнерусским искусством проходит через всю его жизнь. Книжные знаки мастера, по выражению Александра Бенуа, "отличаются иконной строгостью, причём художник с редким тактом умеет сочетать стильность с занятой причудливостью, а фигуры – с надписями". Каждая работа художника – это не просто изысканный рисунок. В первую очередь, это довольно содержательное повествование о владельце знака. Юпатов создал более пятисот экслибрисов, в том числе, для художника Коровина К.А., искусствоведов Зильберштейна И.С. и Эглита А.Ф., писателей Лациса В. и Упита А.М, историка Булгакова В.Ф., оператора игрового и документального кино Бриедиса Я., латышского композитора Иванова Я.А. и многих других. Не были забыты херсонские библиофилы и собиратели книжных знаков Быстров В.А. и Черников В.А. Два владельческих знака художник исполнил для любимого детища М.А. Емельянова – его "Пушкинианы". Сегодня экслибрисы Алексея Илларионовича Юпатова знают во всём мире. Они экспонируются в различных музеях, в том числе и Музее Гуттенберга в Германии. Около 200 книжных знаков, исполненных художником, хранятся в Национальном художественном музее Латвии.

Со слов известного в мире искусства ученого, собирателя, исследователя экслибриса (в том числе и книжных знаков херсонского живописца и графика Феликса Кидера) Якова Исааковича Бердичевского, в коллекции Емельянова было немалое количество владельческих знаков, исполненных художником. Судьба их, к сожалению, неизвестна. Мы можем только предполагать, что в настоящее время они находятся в одной из частных коллекций. Что касается музейного собрания, то мастерство Кидера как непревзойденного мастера экслибриса представлено в коллекции несколькими десятками книжных знаков. Среди них владельческие ярлыки для личных библиотек Гоноболина А.Ч., Гордиенко В.И., Гурина В.И., Замараевой И. В., Кидер А.Ф., Корсаковой Л.И., Потребенко В. Н., Рудмана А.А. и многих других.

Жизнь человеческая неизмеримо быстротечна. Ушёл в вечность Михаил Андреевич Емельянов. Но его коллекция экслибрисов, собранная со знанием дела и огромной любовью, продолжает "работать" и открывать свои тайны, заменяя сухие исторические справки щемящими повествованиями о судьбах людей и их библиотек. Девиз, которому свято следовал собиратель — "Sibi et Amicis" ("Себе и друзьям") – и есть владельческий знак самой жизни замечательного коллекционера и мецената Емельянова Михаила Андреевича.

---

*Малород Григорій Володимирович  
Старший викладач кафедри дизайну  
Черкаського державного технологічного університету*

### **АДОЛЬФ ЛОЗА: ХУДОЖНИК І ПЕДАГОГ**

Адольф Іванович Лоза (1931 – 2004) – Народний художник України, який народився в Маріуполі, закінчив Одеське художнє училище в 1959 році, а в 1966 р. Харківський художній інститут, а потім повернувся до Одеси на викладацьку роботу в художнє училище де викладав живопис та рисунок. Після плідної викладацької роботи, став доцентом кафедри живопису та історії мистецтв Південноукраїнського державного педагогічного університету. За своє творче життя приймав участь у виставках як в Україні так і за кордоном, а на становлення його творчості вплинули такі митці як Киріака Костанді і Павло Нілус. Адольф Лоза став продовжувачем традицій одеської школи, а його творчість стала визначним доробком в історії мистецтва України.

В творчості А. Лози пейзажний жанр став домінуючим, оскільки Одеса – це тепле сонце і море, які надихали його все життя. Свої пейзажі він писав зі спостережень, та замальовок з яких потім створював шедеври мистецтва. А.Лоза дуже вдало передавав стан природи, міг позначити тонко колір і точно відображав місце, komponуючи конкретний мотив так, що він перетворювався в узагальнений образ. Всі його пейзажі створюють образ нашого Південного краю, міста з унікальною історією. Створюючи образ Причорноморського півдня України, митець акцентував увагу на кольоровій, соковитій, самобутній природі цього краю. А. Лоза володів і талантом прозаїка, про що свідчать його записи і щоденники, яким він довіряв свої думки. Як висловлювався сам автор: "... стихія води, моря – це те, що живить нас і тримає на цій землі. Море дає велику можливість для польоту фантазії. Для мене навіть маленький

залив – початок величезного океану, на берегах якого живуть люди. А хороший художник служить красі, а значить і людині...". Друзі митця видали книгу його рукописів "Записки художника".

В останні роки життя Адольф Лоза часто звертався до міфологічної і біблійної тематики, в його картинах сюжети з грецької міфології, українських пісень тощо. Одна з відомих його картин написана на релігійний сюжет втечі до Єгипту, названа словами з твору Т.Г.Шевченка: "І буде син і буде мати" (1991).

Техніка робіт автора узагальнена, динамічні, експресивні форми, щільні мазки стали особливістю, за якою А.Лозу впізнають. В роботах на міфологічну тему, А.Лоза показує незвичну еволюцію і інтерпретацію міфів засобами художньої техніки, де реальність переплітається з сюрреалізмом, дозованим авторськими нюансами, які примушують глядача до філософських роздумів про життя. Такі роботи як "Літати чи не літати" (1982), "Час збирати каміння" (1990), "Блага вість" (1991) з фігуркою вершника на фоні веселки, "Мандри Одисея" (1988), де головний герой прив'язаний до щогли, а всі інші веслувальники зображені в абсолютно сучасних навушниках, явно приголомшені більш ніж сам Одисей співом сирен. Одна з драматичних робіт "Балада про трьох братів", зі зламаною фігурою козака, залишеного помирати поруч з загиблим конем, пронизлива біллю від втрати. Такі композиційні рішення алегоричні зі складним змістом, народжувались з простих життєвих спостережень, які актуальні і сьогодні.

Все своє життя і свій самобутній хист А. Лоза віддав естетизації візуальних образів в культурі українського народу. Творча спадщина художника – це вагомий внесок у національне образотворче мистецтво, у візуальну культуру України. Життя Адольфа Лози – це творчість художника і плідна праця у вищій художній школи України та підготовка фахівців-художників. А. Лоза за свою педагогічну діяльність підготував понад сотню художників, педагогів, викладачів спеціальних дисциплін мистецьких навчальних закладів. Адольф Лоза пішов з життя 4 січня 2004 року, залишивши після себе сотні полотен. Традиції майстра продовжує сьогодні його донька – художник Наталя Лоза.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Лоза Адольф Іванович – <https://www.twirpx.com>
2. Адольф Іванович Лоза. Каталог виставки творів. Спілка художників України, Київ – 1993 р.
3. Адольф Лоза. Каталог робіт. Одеса – 2000 р.



---

*Коприва Аттіла*  
*Кандидат мистецтвознавства*  
*Член-кореспондент Угорської академії мистецтва*  
*Завідувач кафедри образотворчого мистецтва*  
*Закарпатської академії мистецтва*

## **МАГІЯ КРАЮ. ЗОЛТАН МИЧКА У РІДНОМУ МУКАЧЕВІ**

У виставковій залі Мукачівського замку з 23 серпня - 23 вересня проходила виставка творів відомого мукачівського живописця Золтана Мички, яка привернула увагу багатьох художників та справжніх поціновувачів мистецтва. Родина митця, який півтора роки тому несподівано відійшов у вічність з величезною відповідальністю долучилася до організації дійства та відзначили його день народження разом з присутніми. Рідні та окремі шанувальники творчості Золтана на відкриття виставки з'явилися у футболках з надписом "Мичка". Невипадково, вже здавна ім'я цієї неординарної людини закарбувалося у серцях людей.

Творчість Золтана Мички сьогодні є явищем у мистецькому середовищі не тільки Закарпаття, а і у Європі зокрема. Доля його не менш живописна, як дорога творчості. У важкі післявоєнні часи він ріс і формувався, у важких умовах. Його родину, як і всю тодішню інтелігенцію, позбавили майна, звинувативши у ворожій класовій приналежності. Батька вислали у Сибір. Після повернення через важкі хвороби він прожив лише кілька років. Можливо через брак батьківського тепла Золтан протягом життя опікувався усіма членами родини, друзями та колегами. Саме це і було однією із причин відмови навчатися в Ужгородському училищі декоративно-прикладного мистецтва, куди він успішно склав вступні випробування у 1964 році. Йому треба було зробити вибір – навчання або робота. Але, задля утримання родини, Золтан вибрав друге, і жертвуючи навчанням, пішов працювати. Шляхетній душі властиві добрі вчинки. Саме це характеризує і його мистецтво...

У 1972 році Золтан все ж їде на навчання в Одесу, де відвідує студії рисунку та живопису на відділенні художнього оформлення при будинку народної творчості. На початку семидесятих його твори успішно проходять виставками обласних, а пізніше республіканських виставок. Творче піднесення та здобутки інспіруються досвідом, який набувається ним на міжнародних виставках та пленерах того часу, крім пейзажів, саме у цей період народжуються його твори на народну тематику із філософським змістом. Найбільш відомим із них є полотно

"Тіні забутих предків" за мотивами відомої кінострічки Сергія Параджанова. Відшліфовуючи ідеї творів того періоду, Золтан інтегрує у власну творчість народні традиції як сакральну суть буття, яке для нього особисто стає своєрідним віросповіданням. Кожен кептар, джерга, лада або інший народний виріб для нього мав сакральне значення. Про це особливо свідчать натюрморти і жанрові роботи митця. До останнього подиху він вірний цим ідеям, шанує історію, культуру рідного краю як художник, а пізніше як і суспільний діяч.

У 1984 році після кількох успішних виставок стає членом спілки художників СРСР, це надало ще більший поштовх і впевненості у творчій діяльності. З часом його композиції очищуються від зайвих деталей та набувають спочатку декоративного звучання, а пізніше більш абстрактних форм, наслідуючи вже принципи європейського мистецтва кінця, XX століття. Але композиції Мички несуть цілком індивідуальний характер де переважає кольорова експресія, а основний мотив часто декларує структуру, яка перетворює його на символ. Саме цим методом автор відтворює свою відому серію живописних полотен за мотивами фресок Горянської ротонди. Також це простежується і у пізніших натюрмортах, де можна розглянути різьблений гуцульський стіл, його улюблений підсвічник "Трійцю" з кількома яскравими писанками, які у якості психологічного акценту заводять нас немов у давню казку.

У роботах Мичка з витонченістю відтворює "закарпатський генезис", трансформуючи мотиви та сюжети в нову форму, наповнену завуальованим змістом власного світобачення. Часто тижнями ходить по карпатським "грунькам" (горам), наново відкриваючи для себе кожен рідний мотив обивателів мальовничих місцевостей часто пригощаючи їх чаркою якогось богемного напою, довідується про їх життя, традиції. Майже в кожному селі від міжгірського Буковця до гуцульської Відрички є люди, які його знали і шанували. Короткочасні етюди реалістичного характеру Мички Золтана настільки образні, що кожен із них сприймається як завершений твір. Золтан Федорович їх рідко експонував, здебільшого використовував як джерело для своїх творчих інтерпретацій та називав їх лишень "матеріалом". У цих матеріалах якраз і ховається весь секрет мистецької кухні. Адже саме насолода від натури, психологія її сприйняття інспірувала його до подальших мистецьких експериментів та інтерпретацій. Палітра кольору та різноманіття форм його композицій частіше підпорядковані філософському змісту й утворюють витончену живописну рапсодію, де народна тематика займає особливе місце.

Як людина, Золтан був вимогливим як і до себе, так і до інших. Грунтовно підходив до кожного завдання та доводив його до кінця з метою отримати якомога якісніший результат. Ніколи не пускав слів

на вітер, завжди вчив відповідати за свої слова, вчинки. Він був людиною із глибокою інтуїцією. Ненавидів фальшу, а коли хтось лукавив, то мав талант його викрити й провчити так, що той потім обходив його десятою дорогою.

Правдивість була найбільшою цінністю, яку шанував митець у всьому і в усіх. Золтан часто повторював, що у мистецтві неможна брехати – "тільки щира, правдива людина може творити вічне". Напевно тому і твори його відрізняються кольором, настроєм (інколи радісні, інколи гнітючі), відмовляючись від всього штучного, прикрас, які приводять до зайвої манерності.

Також, одним із важливих внесків Золтана Мички у культурно-мистецький розвиток міста Мукачєва є заснування Мукачєвської картинної галереї, очільником якої він був протягом десяти років 1995-2005 р.р. Але особлива харизма його все ж проявлялася підчас проведення обласних, всеукраїнських, міжнародних пленерів, ініціатором та організатором яких був переважно він особисто. На цих дійствах митці ночами спілкувалися про проблеми мистецтва та історію, політику та релігію, лунали цікаві ідеї, визначалися перспективи. Золі бачі (як ми його часто називали) у всіх питаннях був компетентним та підготовленим. Він був надзвичайно цікавим, ерудованим співрозмовником, мудрим радником, наставником. Створював умови для розвитку та формування не одного мистецького середовища, але насамперед вболівав він за культуру й мистецтво рідного міста, краю. Його досвід та людські якості притягували до себе багатьох художників різних генерацій. Для них він був часто вірним другом, татом, а деякі завдяки цінним настановам майстра знаходили для себе шляхи до власного самоствердження.

Колись Мичка З. Ф. так охарактеризував своє мистецьке кредо: "Мистецтво- еліксир, зброя, якою ми служимо майбутньому виражаючи свої почуття, думки й переживання формуючи долю наступних поколінь".

---

*Храмова-Баранова Олена Леонідівна*

*Д.і.н., професор кафедри дизайну*

*Черкаського державного технологічного університету*

## **ЕСТЕТИКА ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ В ТВОРЧОСТІ А.ЖДАХИ**

Питання національного самоусвідомлення є одним з актуальних та нагальних, його вирішення неможливе без вивчення найкращих зразків матеріальної та духовної культури нашої країни. До цього закликав Амвросій Андрійович Ждаха (1855 – 1927), етнограф,

художник, ілюстратор, дизайнер, викладач, який означив нові межі естетизму візуальної культури України.

Історію українського мистецтва сьогодні важко уявити без творчості одеського художника Амвросія Ждахи. Про нього відомо дуже мало, він народився в місті Ізмаїл в 1855 році, переїхав до Очакова на Одещині, де досяг вершин мистецтва. З початку 1890-х років Амвросія Ждаху активно приваблює історико-етнографічна тематика, яка і стає головним напрямком його творчості. У 1883 – 1885 роки він виконував для трупі Марка Кропивницького та Михайла Старицького ескізи українських історичних костюмів та народного одягу. Особливу славу Амвросію Андрійовичу принесли його новаторські витончені акварелі – своєрідні ілюстрації до українських народних пісень, які являли собою інтерпретацію змісту та мелодії пісні образотворчою мовою і вийшли серіями листівок. На прохання П.Ніщинського, якого вразили театральні костюми Ждахи, художник ілюструє пісню "Дівчинонько-голубонько, чого ти сумуєш?". За порадою М.Лисенка, який виступав з хором в Одесі у 1893 р., Ждаха взявся за ілюстрування пісень у вигляді поштових листівок. Ця робота вимагала від художника знання того, про що співав і чим жив народ, тому Ждаха починає вивчати українські обряди, народні звичаї, повір'я, заглиблюватися в непростий зміст пісень. Переважну більшість пісень для ілюстрування було взято із "Збірників українських пісень", складених М.Лисенко, та дві пісні обробки П.Ніщинського. Ілюстрації відрізнялися глибоким знанням українського побуту, народного та світового мистецтва, історії та архітектури. Перша серія поштових листівок вийшла у 1911 р., а друга – у 1912 р. У 1914 р. були підготовлені до випуску третя та четверта серії листівок, де серед пісень були такі: "Ой, під вишнею, під черешнею", "Розвивайся ти, дубочку", "Максим козак Залізняк" та інші. Але видати їх друком не вдалося, почалася війна. Поштові листівки Ждахи мали велику популярність у народу, оскільки оспівували народних героїв, борців за національне й соціальне визволення, показували захоплення красою людини і рідної природи, що дало поштових для естетизації суспільства в патріотичному контексті.

У А.Ждахи ілюстрації в побутовому жанрі, які подібні до його акварельної серії "Весілля" (1900). Робота над ілюструванням пісень привела художника до висновку, що народна пісня є душею народу. З 1896 р. А.Ждаха перший з українських графіків розпочав працю над комплексним оформленням "Кобзаря" Т.Шевченка. За задумом художника, в "Кобзарі" повинна була бути ілюстрована біографія Т.Шевченка. Ось для цього Ждаха й використав замальовки пам'ятних місць, які він зробив під час подорожі на батьківщину поета у вересні

1894 р. При підготовці заставок Амвросій використовував українські народні мотиви. Робота А.Ждахи для "Кобзаря" відрізнялася від робіт попередників-ілюстраторів своєю комплектною, безпосереднім призначенням малюнків до більш повної збірки, жанрово-побутовою трактовкою сюжетів, розрахованою на масове видання для більшості населення України.

Багато Ждаха працював у книжковій графіці, оформляв та ілюстрував переважно книжки українських письменників: роман П.Куліша "Чорна рада" (1901), М.Комарова "Оповідання про Антона Головатого" (1901), оповідання Квітки-Основ'яненка "Добре роби – добре й буде" (1906), повість Є.Гребінки "Чайковський" (1914), ілюстрував етнографічний збірник "Українське весілля" (1905), виконав ескізи та ілюстрації до "Слова о полку Ігоревім" (1904). Ждаха є автором кількох знаків для видавництва: одеських "Матезіс" (1904), "Дніпро" (1912), "Народний стяг" (1914) та київського "Часу" (1912). А.Ждаха все життя займався вивченням українських народних орнаментів і на їх основі створював власні. Йому належить велика кількість ескізів меблів, виконаних в традиціях українського бароко, а також інтер'єрів. В Одеському історико-краєзнавчому музеї зберігаються близько п'ятисот малюнків різноманітних сюжетів, типажів, буквиць, узорчатих заставок до українського Євангелія. Серед його творчого доробку – робота над ілюструванням Нового завіту та ін.

Все своє життя і свій самобутній хист А.Ждаха віддав естетизації культури українського народу. Творча спадщина художника – це вагомий внесок у національне образотворче мистецтво, у візуальну культуру України. Приклад творчості Амвросія Ждахи – підтвердження того, як мало ми шануємо українських патріотів минулого, завдяки яким відчутний культурний і творчий потенціал України.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ждаха\_Амвросій\_Андрійович – [http://uk.wikipedia.org/wiki/Ждаха\\_Амвросій\\_Андрійович](http://uk.wikipedia.org/wiki/Ждаха_Амвросій_Андрійович)
2. І. Козирод – <http://www.history.odessa.ua/publication8/stat02.htm>
3. Дерун Л. В., Лешинська Н. А., Озерянська І. М., Солодова В. В. – Одеський історико-краєзнавчий музей. – [storinka-m.kiev.ua/user\\_page.php?u\\_id=250](http://storinka-m.kiev.ua/user_page.php?u_id=250)

---

*Чорнусь Сергій Миколайович*  
*Аспірант кафедри основ виробництва та дизайну*  
*Полтавського національного педагогічного*  
*університету імені В.Г. Короленка*

## **ВПЛИВ ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ НА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ЯКОСТЕЙ МАЙБУТНЬОГО ВИКЛАДАЧА ОСНОВ ДИЗАЙНУ**

Проектно-технологічна культура охоплює матеріальний, духовний і соціальний аспект людської діяльності, тісно взаємопов'язує їх між собою, і спрямована на розвиток особистості, її структурного мислення. Це галузь знань, методів і засобів, що використовуються для оптимального перетворення і застосування матеріалів, енергії та інформації за планом і в інтересах людини, суспільства, закладає основи формування творчих якостей майбутнього викладача основ дизайну.

За своїм змістом проектно-технологічна культура майбутнього викладача основ дизайну формується на основі вивчення циклу професійно спрямованих навчальних дисциплін, логічно взаємопов'язаних таким чином, щоб поступово залучати студентів до всіх етапів дизайн-проектної діяльності, що має на меті формування функціональних та естетичних якостей предметного середовища. При цьому акцент робиться на розвиток пізнавальних і творчих здібностей майбутніх викладачів за допомогою розробки й виконання оригінальних проектів та їх реалізації в реальних умовах.

Вплив проектно-технологічної культури на дизайн-освіту виражається в тому, що дає можливість по-новому поглянути на зміст і значення культурологічного аспекту навчальної проектної діяльності й формує технологічний світогляд, в основі якого лежить система технологічних поглядів на природу, суспільство та людину. Систему технологічних поглядів формує проектно-технологічне мислення фахівця, пов'язане з узагальненим відображенням індивідом науково-технологічного середовища і розумової здатності до перетворюючої діяльності. Розглядаючи останню як здатність до творчого проектування, що є основою дизайн-діяльності у різних її проявах. Перетворюючу діяльність характеризується рядом важливих рис, серед яких можна виділити такі:

- практична діяльність є необхідною ланкою в протіканні пізнавальних процесів і спрямована на їх розвиток;

- конкретні завдання вимагають не просто виконання проектів, а рішення задач, в яких предметно-практична форма їх виконання виступає як одне з можливих засобів, що стимулюють розумові дії;

- провідне місце в системі завдань займає проектна художньо-конструкторська діяльність, що передбачає висунення проектних гіпотез, створення ідеальних (уявних) моделей конструкції і художньо-естетичного вигляду речей, самостійний пошук способів їх практичного втілення.

Таким чином, формування професійних якостей у майбутніх викладачів основ дизайну – це процес творчого, активного формування проектно-технологічних знань, умінь, навичок і особистісних якостей, які виражаються в готовності до перетворювальної діяльності на науковій основі. В процесі формування означених якостей важливе місце посідає наявний рівень проектно-технологічної культури, проявами якої є здатність розуміти та відчувати прекрасні, гармонійні, цілісні явища та твори, здатність до активної перетворюючої діяльності, а також прагнення до саморозвитку й пошуку нових оригінальних ідей, що сприяють розвитку дизайну та мистецтва.

---

*Merill Comeau*  
*Boston, USA*

## **CREATIVE WORKS OF MERILL COMEAU**

Merill Comeau is a mixed media artist creating installations, murals, and garments using traditional methods of fabric manipulation to create expressions of contemporary experience. This contrast of historical and modern highlights the tension between past and present. Traditional construction methods pay homage to objects such as quilts made from everyday scraps, special occasion clothing, and ritual textiles. Author art, textiles created using composting, dyeing, painting and stitch, gives voice to today's issues and stories. By deconstructing and reconstructing yardage and altering clothing she disrupts, reorders, and rebuilds real or imagined narratives literally and symbolically regenerating. These visual stories link historical and contemporary women's roles: the toil of the maker, the privilege of the wearer, the job of mothering, how to be a 'good' daughter, and societal expectations for sexual and emotional expression. Primarily author use repurposed/recycled cloth as it carries memories of lives lived and because she is concerned about environmental sustainability, materialism, consumerism, textile manufacturing industry challenges, and the inequitable use of resources.

Author's current work stems from the investigation of the concept of Family of Origin – a therapeutic term identifying caretakers and siblings that a person grows up with, or the first social group a person belongs to often a person's biological or adoptive family. She is a teaching artist with an extensive practice of working with communities to create art that expresses their experiences. For example, she makes art with youth serving sentences in the Massachusetts Court System and residing in secure (locked) treatment residences. Frequently these youths have experienced trauma within their Families of Origin and often do not identify with society's idealized image of well-functioning 'normal' family. Author share a similar feeling of disconnectedness between media images of the perfect American family and contemporary experiences of family and community. In her art practice she investigates this tension symbolically as she contemplates the challenges of our larger human family.

Author installation "Family of Origin" is made up of three elements. A wall hanging titled "Cockcrowing" is created from children's toile that composted, laundered, reassembled, and hand stitched representing aged memory and the reordering of one's childhood narrative. A sculptural element titled "Foundational Garments" is created from blouses of deceased mother deconstructed, reassembled, embellished, and each labeled with quote of a message, received about how to be a woman. A floor cloth titled "Best Laid Plans" displays painted, stenciled floor plans of author childhood bedrooms overlaid with a red fiber grid of stitching evoking the hours that spent daydreaming and trying to make sense of the world.

An essay author wrote about favorite childhood home inspired my three-element installation "Black and Blue". The essay is stenciled on a floor cloth, titled "Painted Floors Beneath My Feet", referring to how the pleasurable sensation of the painted floors belied the experience of family conflicts. The painting/drawing titled "Family Ghosts" was created from old family photographs and explores how we are impacted and formed by family lore. The chair is from the house in the essay; its gossamer cover is embroidered with boughs of pine evoking the memory of favorite summer perch high in a tree.

Additional installations explore materials and practices we discard as obsolete. In the Remains of the Day series discarded materials were collected, altered, and assembled into works of art that cause the viewer to stop and ponder what we consider trash. In the Fragments of Eden Series works are constructed from fabrics discarded, changed by paint and block printing, and assembled into fantastical landscapes. These are imaged scenes of a next Garden of Eden, and optimistic hope for after we have consumed the earth's resources.

Author's work draws from three levels of experience: her own life, moments she witnesses in the lives students, and what she learns about the



conflicts in the wider world. As small part of contributing to society, she creates opportunities for communities to express themselves. In authors art, performative tasks of seam ripping, laundering, ironing, and stitching afford opportunities for processing individual and collective trauma. Author literally and symbolically mends and repairs – an act of exorcising memory and building hope.

---

*Emöke*  
Visual artist  
Marseille, France

## **IMPORTANT TO TOUCH**

Fibres in my products, or in any other cloths, are there with us throughout our lives, from birth to the grave, covering us and clothing us. Also, within us are the fibres of the tissues in our bodies, building up and maintaining our muscles, blood vessels and organs. In a medical operation our skin has to be cut, then sewn together again, like a fabric, and the fibre that is common in all of us, is given a new meaning, depending on the hand that touches the fibre. Also, the clothing or tapestry we make with our hands carries our thoughts and expresses our mind.

Man saw colours in nature first, and the ability to see colours is also nature's miracle. Forming the rhythm of different colours, shades and forms is fascinating. Rhythm (just like fibre) is there in all forms of life and connects them with the Universe.

When we see dancers, we can observe that the foot, the hand, the head, the hip moves in geometric lines, curves, triangles, circles and ovals. These geometric forms coincide with the geometry of music, and the relationship can always be expressed in figures. These figures are the same whenever our dancer is dancing, or when a bird is singing, or when a plant is growing, according to a specific system of numbers that prevails in the universal primordial numerology. For the world is not a coincidental, disorderly formation, but an intelligent creation that was brought about with awareness and orderly discipline. This order, even if somewhat strict, never harms life, for it stands for freedom, not for forceful constraint or restriction. This geometry opens the way for the basic symbols for the order of existence. Everything that is exact prevails over chaos. We are doomed when disorder is stronger than order. Order is not machine-like, but flows like a dance, as the movement of the soul is never machine-like but rhythmical. In the name of this rhythm function winter and summer, right and left up and down, day and night.

Author have tried fibres and yarns of different types, qualities and thickness, and different weaving techniques in order to produce different surfaces that are pleasant to the touch and pleasing to the eye.

Of course, if we touch something, we'll get to know the surface's roughness, smoothness, temperature, whether it is dry or wet, pulsating or tranquil, whether it lets my finger in or it is tough, protected by its surface – what is it like indeed?

But if we don't touch it, we'll never know!

So instead of the usual notice "Don't touch", these tapestries should have by them "Important to touch".

---

*Ahmet Özcan*

*Postgraduate & research assistant, graphic designer & illustrator  
Dokuz Eylul University, department of graphic design  
İzmir, Turkey*

### **SUPER NATURAL CREATURES' DESIGNS IN MEHMED SIYAH KALEM'S PICTURES IN THE CONTEXT OF RELATION BETWEEN GROTESQUE REALISM AND CARNIVAL**

In this abstract, super natural figures in pictures of Mehmed Siyah Kalem will be examined. During this analysis, the relationship between the concept of "grotesque realism" as defined by Bahtin and the theme of "carnival" will be utilised. The aim is to look into design to find these definitions, expressed by Bahtin in theatre and literature, with the help of the pictures of Siyah Kalem and to bring a new perspective to painting. To this end, the pictures of Siyah Kalem containing only the aforementioned figures are included in this abstract. In order to analyse the pictures and understand the relationship between the paintings and the grotesque style, researches, articles and books about Siyah Kalem have been a guide. The pictures of Siyah Kalem are crucial to demonstrate the relationship of the grotesque concept with mythology and various cultural structures. In the history of painting, it has been influential from past to present. The factors affecting the grotesque style in design of surrealistic beings and the fundamental products of human beings by means of this design language will be discussed. The reflections of human beings' questioning his own nature and the nature itself in painting, where the surreal and the real get closer and a part is always "veiled" will be discussed. The rich content that the grotesque style provides for design will be demonstrated.

Grotesque design style appears in new designs, when the structures existing in nature apart from human beings are dismantled, re-united or re-

tasked as a result of designing process in the human brains. Structures considered to be normal are broken down and transformed into extraordinary ones. Feet of an animal are attached to human body; fruits of a tree are depicted as young animals, monsters with ten thousand eyes jump out of mountains. Considering the history of grotesque, it is seen that it emerged as a result of the efforts to define things with an unknown shape but believed to exist. As in the mythos of the world, “things” with an unknown shape such as gods, monsters, giants and fairies, etc. have been designed in grotesque style. Humans reflected this knowledge about usual things on the solutions for the unknown. Surreal designs may get closer to reality through grotesque, as the content shaped by grotesque suggests a shape for the things that does not have a reflection in human mind.

Considering the designing process of the humans within history, it is inevitable to have a look at the pictures in the caves. These pictures acknowledged to be the first design attempts are a precursor of grotesque and carnival. Although depending on its roots, the term grotesque is defined as “grotto or like grotto”, the concept itself does not form a certain frame and things made based on the definition do not limit grotesque. Many vague features covered under the concept include weird, frightening, absurd, extraordinary and surreal images. Therefore, it cannot be squeezed in a design model. Grotesque is observed in many designs from past to present in the pictures of Bosch, fables, fantastic tales, cartoons, digital games, horror films, etc.

Mihail Bahtin (1895-1975) explained the relation between grotesque and reality, based on carnival with concrete examples. In his explanations, he utilised literature works as an instrument. He collected his reviews and analyses on Rabelais’s “Pantagruel” (1532) and succeeding “Gargantua” (1534) novels under the doctoral thesis, finalised in 1940. Later on, this thesis was published as a book titled “Rabelais and his World” in 1965. The book explains where the concept of grotesque can be found in language, questions the relation between people and nature, and underlines the importance of grotesque design in catching up with the reality. Societies taken as basis in his explanations live in Europe, but grotesque structures are influential in all societies of the world, especially in the cultures of Asian societies, considered as the cradle of civilization.

Carnival and grotesque has a close relation. Those wearing masks, costumes, and make-ups, beyond recognition seem different by imitating the things in nature. Thereby, with their new shapes they turn into grotesque bodies and get closer to surreal beings. Resulting absurd condition releases people from fears, weirdness and seriousness.

Because of their obvious sensuous character and their strong element of play, carnival images closely resemble certain artistic forms, namely the spectacle. In turn, medieval spectacles often tended toward carnival folk

culture, the culture of the marketplace, and to a certain extent became one of its components. But the basic carnival nucleus of this culture is by no means a purely artistic form nor a spectacle and does not, generally speaking, belong to the sphere of art. It belongs to the borderline between art and life. In reality, it is life itself, but shaped according to a certain pattern of play. (*Bahtin, Rabelais and His World, 2005*)

As the carnival theme includes grotesque style, one of the first examples coming to mind in respect to its visibility in painting is the pictures of Mehmed Siyah Kalem. These pictures are placed in the Fatih Album (volumes no. 2152, 2153, 2160) in the Topkapi Palace Museum collections. However, it was understood later on that these pictures do not belong to Fatih period, but brought as spoils of war during Iran expedition by Yavuz Sultan Selim. These pictures estimated to be made at a time in the Middle Ages in 15th century, as referred by Bahtin in his analyses provide remarkable examples about the comprehensions of 20th century, defined by Bahtin. In this context, it is seen that the pictures of Siyah Kalem maintain their importance in the history of painting and design, and can still be discussed a lot.

Pictures of Siyah Kalem were firstly dated by Richard Ettinghausen (1906-1979), Islamic Art Historian. There is no certain information about the real name, birthplace, place of burial, and his life of Siyah Kalem. Some researchers claim that Siyah Kalem is Uyghur. Researchers could only make predictions on the issue based on the style of the painter, colours, shapes, clothes, and composition of the figures as well as the subject matter in his paintings. Details of his works reveal the effects of Central Asia and Far East. All these uncertainties turn the life of Siyah Kalem into a grotesque theme, as well his pictures; and render him to be seen as a “magician” lived once upon a time.

Surreal beings called as demon, monsters, jinni in the pictures of Siyah Kalem were painted in anthropomorphic style, i.e. they are non-human creatures with human shape. They represent remarkable examples of grotesque design style in which parts of several living creatures are united in a hybrid way. Design of surreal beings such as jinne and demon (devil) have represented the fear, death, illness and destruction affected by religious beliefs and myths; and were depicted with the impression of grotesque reality in a way to reflect these feelings. However, surreal beings of Siyah Kalem have a different effect. They have a human shape and behave as humans.

Lack of knowledge about Siyah Kalem results in failure to understand the meanings he conferred upon his creatures. Moreover, as in similar pictures made in the Islamic regions of Asia, these creatures seem to have become compliant. Yellow circles around their feet, hands and necks make one think that they are controlled by another body. Despite their

frightening shapes, when they are placed in compositions turned into carnivals through grotesque style, they become normal and free from perceptions established within belief systems. The essential principle of grotesque realism is degradation, that is, the lowering of all that is high, spiritual, and ideal, abstract; it is a transfer to the material level, to the sphere of earth and body in their indissoluble unity.” (Bahtin, *Rabelais and His World*, 2005)

Surreal beings of Siyah Kalem are grotesque figures in a carnival. They look like people dressed up for a performance but the audience continues to question their reality. With its inherent unanswered questions, this vagueness created by grotesque provides design diversity devoted to solutions. His distinctive style enables his works to be assessed separately in the history of painting. He is an extraordinary painter for that time and geography he was assumed to live in, and reflection of grotesque style in his paintings, in the conditions of the period provides a unique content.

Bahtin’s works which ensure a different perspective in terms of the design styles of the surreal beings in the paintings enrich the interpretation of the works of Siyah Kalem, and prove that this style can also be influential in the field of design. It may be concluded that design diversity potentials ensured by the grotesque style reveal that all structures of human beings are connected to each other essentially; the concept of design gains inspiration from each different structure and the knowledge achieved in time may yield new ideas for design. Based on paintings, it is understood that there are many more things to say about the history of surreal beings and process of design types for these beings. Reflecting the reality as it is break the entire “spell”. New designs and new texts on the issue are then exhausted. Therefore, the grotesque, not reflecting the reality as it is, always ensures creating new designs of the real structure.

---

*Mehmet Koşumoglu*  
*Prof. Dr., Dokuz Eylul University*  
*Manager of Fine Institute*  
*İzmir, Turkey*

## **LEADING FIGURE OF MODERN ART PHOTOGRAPHY OF TURKEY: ARA GÜLER**

Due to its structural position, photography has become an important part of art history. At the same time, with its factor documentary geleme action, photography has become an important factor in art history. Ara Güler grown out of modern Turkey and has become a universal artist.

Although he defined himself as a photojournalist, he became an important figure artist for photography. As a documentary centered on man, he made important contributions to the art of photography. He personally documented the wars that took place in countries such as Palestine and Sudan. Apart from that, it has been included in various classes of society. People living in slums, agricultural workers in Çukurova, workers in heavy industry, ordinary people have been the focal points of Ara Güler. He is an artist who introduced Anatolia to the West. He has become an important figure with his intellectual life style, from film studios to theater stages and his friendship with Yaşar Kemal. Apart from that, over time, it has documented the important historical texture of Turkey. These include the ancient city of Aphrodisias, the Noah's Ark in the Ararat, Hagia Sophia, Süleymaniye.



Fig. 1.

#### His Life.

His real name is "Mıgırdıç Ara Derderyan". The father of Ara Güler, was born in 1928 in Istanbul, is Dacat Bey and his mother is Verjin Hanım. He comes from a well-established family of Istanbul. Ara Güler, who noticed his interest in photography and journalism with his father's first camera in 1940, worked in many Armenian newspapers including Jamanak Newspaper. His primary area of interest is photo-interview with art events. His experience as a journalist in the real sense has taken place in Yeni İstanbul, one of the leading newspapers of the period when he started to work in 1950. His primary task is art events, but he also has a camera and he has been assigned as a reporter in the follow-up of actual events. Ara Güler, who opened her first personal exhibition in 1956, started to work in

the Istanbul Office of Time Magazine in the same year and had the opportunity to observe the working conditions and principles of international press closely. In particular, the organized and highly planned working method of Bob Neville, the editor-in-chief of the magazine, has deeply affected Ara Güler. In 1958, he started working for Paris Match and Stern (Tamer, 14).



Fig. 2.

#### Photojournalism.

Ara Güler opened the world by making Time correspondents on the one hand, and on the other hand, he got an environment that would attract many photographs of him known to everyone by Hayat Magazine today. Again in Turkey at this time of the interview Cannes Film Festival as well as the world began to recognize and see the many countries especially. in museums in Turkey during a study compiled by famous historical personalities to reach a record of the findings in Mount Nemrut team it has been at the forefront of his worldwide recognition. The large statues on Mount Nemrut were removed from the dusty leaves of a scientific study and adored by the whole world as a result of the agreement of Ara Güler with a French documentary team and news about 150 publications were made in the world. His discovery of the ancient city of Aphrodisias in 1958 became one of his most important interviews, which increased his fame. An interview with his colleague in 1959 for an interview about the lives of people in slums, Rami'da lived with them for a period of time and has signed one of the most vocal works of the period (Tamer, 15).



Fig. 3.

#### International Reputation.

In 1959, Ara Güler met with Henri Cartier-Bresson, the father of photojournalism, and Romeo Martinez, the editor of the *Editör Camera z* magazine. In his biography; Henri Cartier-Bresson, Robert Capa and Josef Koudelka, whose personal friendship is deeply influenced by Magnum's way of working and photography, is not an official member, but an important factor in the way that names such as Robert Capa and Josef Koudelka perceive the world become his photojournalist. The *British Journal of Photography* is one of the world's most famous "7 Star Photographers" in 1961. Güler received the Official Master of Leica award in 1962, one of the few photographers in Germany, and has been awarded the Leica Hall of Fame Award in 2016 (Leica Official Website, Tier). The official publication of the International Federation of Photographic Art (FIAP) and the publication of *Iar Camera* organ magazine, which is one of the most important media organs of the period, was prepared in 1962. The photographs he took due to the 1960 revolution and then the Cyprus Operation in 1964 were served all over the world through international journals and agencies to which he was a member. Also in 1964, Mariana Noris' photos in "Young Turkey" were used in the USA. "Photography of the World 'anthology exhibited in Japan in 1967 and *asina Views of the World of People*" presented to the audience in Canada, as well as the exhibition "The Ten Masters of Color Photography 67" at the New York Modern Art Gallery in 1968 His works were exhibited at the Fotokina Fair in Germany (the year nine thousand seventies became the period when Ara Güler became more and more recognized. Following this, he worked with the Palestinian Liberation Organization camps in Jordan in 1970 or in



Moscow with the famous composer Aram Ilyich Khachaturian in 1971. Photo album in Turkey named "Turkei", Time-Life, Horizon and Newsweek in the USA and by Skira Publishing in Switzerland. In addition to his various photographs, in 1971 he took photographs of Lord Kinross's book "Hagia-Sophia" (Hagia Sophia). In one thousand nine hundred seventy-two exhibitions in Paris National Library. Having been one of the 10 photojournalists invited to the 200th anniversary of the United States, Güler has opened the exhibition 10 Americans Who Create the Age 10 with his interviews. From Photographer Ansel Adams to Jazzwriter David Brubeck, from the author Arthur Miller to director Alfred Hitchcock, to a wide range of celebrities. , A.ty. Biography; Annealing, 2014: 207, 210, 240, 256). His interview with guerrillas in Eritrea's civil war has been one of the most vocal works of the late seventies. Turkey in 1979 by the Association of Journalists "Photojournalism" branch received first prize. Visiting Mongolia in 1980, Güler photographed the Orhun Monuments, which were still unprotected and neglected at the time, and his interview entitled Anıt Turks in the Homeland bakım was published in Hürriyet Newspaper. Ara Güler's interviews during the eighties were published in various media. Among them, in 1986, Professor. The photographs taken by Abdullah Kuran for his book titled "Mimar Sinan", published by the Hurriyet Foundation, are a flashy insignia of Sinan's special interest in him. This book was published in English in 1987 by the Institute of Turkish Studies (Koran, 1986, 1987). In the meantime, his exhibition of photographs of the works of Mimar Sinan, whose admiration for which he had a special admiration, was exhibited in the United States in 1987 and although he was not pleased at all with the design of the exhibition, he received a great deal of attention. Ara Güler made his second marriage with Suna Taşkiran, who was the daughter of an intellectual family in 1984, and this union continued until Suna's death in 2010. From the nineties Güler has moved away from active interviews and has started to focus on more books and exhibitions. The book, which consists of photographs of the works of Mimar Sinan, was published in 1992 in France, USA and England as "Sinan, Architect of Soliman the Magnificent". Ara Güler's photographs are in the United States Rochester George Eastman Museum, the National Library of Paris, and the Sheldon Collection of the University of Nebraska. His photographs are displayed at the Das Imaginare Photo Museum in the Museum Ludwig Cologne (Güler, A. t. Y. Biography). As of February 2018, Ara Güler continued its efforts to establish a foundation and a museum in order to ensure that its photographs, which are estimated to be about 800,000 dias, are lost to future generations in a lossless manner.



Fig. 4.

The artist died on October 17th, 2018. Self then has been an inspiration to many young artists from developed and contributed significantly to the growth of photography in Turkey.

#### REFERENCES

1. Altan, Ç. (2013). *Al İşte İstanbul*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
2. Batur, E. (2002). *İstanbul'un son şairi Ara Güler*. İstanbul: YKY.
3. Kuran, A. (1986). *Mimar Sinan*. İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.
4. Akça, Tamer (2018) *Ara Güler'in Sanata ve Fotoğrafa Bakışı*, Y.lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
5. Tavlaş, N. (2014). *Foto muhabiri. Ara Güler'in hayat hikâyesi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

*Фефелов Андрей Александрович*

*Кандидат технических наук, доцент кафедры дизайна  
Херсонского национального технического университета*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРА**

Человеческое восприятие стилистического сходства предметов в интерьере выходит за рамки их классов и функционального назначения. Например, несмотря на то, что такие объекты как кровать и комод относятся к разным классам и имеют различные функции, мы можем говорить о сходстве их стилей, оценивая форму и другие геометрические характеристики отдельных элементов. Разработка классификатора, который на основе алгоритмически вычисленных значений меры сходства стилей способен имитировать человеческий выбор, может существенно помочь дизайнерам при проектировании интерьера в ряде приложений компьютерной графики. Занимаясь компоновкой трехмерной сцены, дизайнер вынужден вручную осуществлять поиск, оценивание и сравнение предметов в базах данных, имеющих, как правило, довольно внушительный объем. Эту процедуру можно существенно ускорить, имея под рукой советующую информационную систему, которая в автоматическом режиме или по соответствующему запросу, находит и предлагает пользователю объекты, сходные по стилю с заданным, несмотря на то что у них могут быть совершенно разные конструкции и функции.

Основная проблема построения такого классификатора состоит в выборе способа преобразования признакового пространства, используемого человеком при исследовании трехмерного объекта в скалярное значение меры сходства. Для решения указанной проблемы предлагается использовать искусственную нейронную сеть прямого распространения [1]. На вход нейронной сети подается вектор признаков, определяющих геометрическую схожесть двух сравниваемых объектов. Для расчета геометрической схожести разработан ряд методов [2], основанных на нахождении элементарных расстояний между геометрическими характеристиками формы, такими как: среднее и минимальное расстояние между соответствующими вершинами, среднее расстояние между нормальными, тензоры кривизны для каждой вершины, контурные кривые, силуэты формы под разными углами зрения и т.д. В качестве обучающей выборки используется база

данных объектов, для которых предварительно произведена экспертная оценка стилистического сходства, выраженная в виде относительного значения близости стилей пары объектов к стилю третьего объекта. Такой подход к формированию обучающей выборки позволяет привести оценки различных экспертов к единой шкале, что упрощает расчеты. Во время обучения нейронная сеть настраивает значения весовых коэффициентов, определяющих степень участия каждого признака в формировании общего заключения о схожести стилей предметов интерьера. Весовые коэффициенты являются параметрами модели. Точность их настройки определяет качество работы всей информационной системы. Для обучения нейронной сети можно использовать стандартный метод обратного распространения ошибки, но современные исследования предлагают более эффективные методы обучения, такие как эволюционные или иммунные алгоритмы.

Анализ результатов работы построенного классификатора позволяет сделать заключение о высокой степени совпадений (порядка 85%) мнений экспертов с выводами, сделанными информационной системой.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Назаров, А.В. Нейросетевые алгоритмы прогнозирования и оптимизации систем [Текст] / А.В. Назаров, А.И. Лоскутов. – СПб: Наука и Техника, 2003. – 384 с.

2. Lun, Z. Elements of Style: Learning Perceptual Shape Style Similarity [Text] / Z. Lun, E. Kalogerakis, A. Sheffer // ACM Transactions on Graphics. – 2015. – Vol. 34(4) – P. 420–434. doi:10.1145/2766929

---

*Більдер Н.Т.*

*Доцент кафедри графічного дизайну  
Харківської державної академії дизайну і мистецтв*

#### **ПОТРЕБИ СПОЖИВАЧА? ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ "ДИЗАЙН"**

Навчальні заклади все більш активно впроваджують у своїй роботі норми Закону України "Про вищу освіту" щодо вибору студентами дисциплін. Відповідно до Закону України від 1 липня 2014 р. №1556-VII "Про вищу освіту" [1] студентам надано можливість самим обирати, які предмети їм цікаво послухати для загального розвитку.

У 2018-2019 навчальному році студенти, четвертого, завершального курсу першого рівня вищої освіти (Бакалавр) факультетів "Дизайн", "Дизайн середовища" із переліку вибіркових дисциплін вільного вибору студента обрали для вивчення дисципліну "Основи маркетингу і менеджменту".

Нагадаємо, що з початку нового тисячоріччя пошуки нових підходів до створення продукту привели до розширення й переосмислення функцій дизайну. До дизайнерів стали звертатися не після того, як їм "видавали" завдання на проектування, а на етапі розробки ідеї продукту. Катерина Храмова, генеральний директор дизайн-агентства інновації Luniknows, стверджує: "...мы вот только-только, к сожалению, начинаем постепенно понимать, что профессия дизайнера поменяла свою суть, переместившись из области рисования в область мышления, от стилизации к инновации, от придания вещи формы к визуализации новых парадигм в бизнесе" [2]

Дизайнери стали брати участь у дослідженнях споживача нарівні з маркетологами: так зародилися дизайн-дослідження, основне призначення яких – дати цілісну картину того, як людина взаємодіє з навколишнім світом, і лише на підставі цього розглядати всі аспекти проектування нового продукту. Перед дизайнерами стало завдання кардинально розширити свої компетенції й у такий спосіб переосмислити свою участь у ланцюжку створення нового продукту. Дизайнерів стали дорікати у відсутності "маркетингового мислення", яке визначають як уміння, насамперед, відчутти потреби клієнта. Тому що у швидко мінливому світі нової економіки клієнт стає усе більше вимогливим і навіть примхливим, задовольнити його потреби й навіть примхи стає все важче. Перемагають ті, хто вміє ці потреби передбачати. Завдання, які ставляться перед дослідниками, мають на меті визначити сьогodнішній споживчий простір, виявити чинні тенденції й забезпечити бачення майбутніх можливостей.

Майбутні дизайнери, які вільно обрали вивчення дисципліни "Основи маркетингу і менеджменту" тільки на останньому курсі бакалавріату ознайомляться з такими базовими для формування "маркетингового мислення" поняттями, як психологія споживачів, цільовий споживач (потреби і поведінка), сегмент ринку, стратегія позиціонування, бриф, конкурентна перевага. Маючи на сьомий семестр четвертого курсу більш ніж три роки досвіду курсового проектування.

Аналіз контрольних робіт, виконаних в осінньому семестрі 2017-2018 навчального року 107 студентами четвертого курсу (66 "Дизайн" і 41 чоловік - "Дизайн середовища") показав, що 31% не визначились із потребами споживачів, які задовольнятиме продукт, який вони створюватимуть; 24% не змогли описати сегмент ринку продукту і сегмент ринку споживачів, на який збираються виводити

продукт; 29% не склали описовий портрет цільового споживача продукту, який проектують; 38% не визначились зі стратегією позиціонування продукту, що є непрямим свідченням того, що продукт створюють не для споживача, а для самого дизайнера, або ж для отримання оцінки викладачів "за проект".

Між тим фахівці впевнені: неадекватний маркетинговий аналіз споживача і його потреб стоїть на першому місці в рейтингу причин провалу нового продукту [2]

Володіння елементами аналізу маркетингу – необхідна компетенція професіонала на сучасному ринку дизайну. Викладання дисципліни "Поведінка споживачів", "Основи маркетингу", "Брендінг і маркетингові технології" доцільно вести на молодших курсах.

Як ілюстрація до сказаного – емоційна реакція студента під час обговорення питання "Стратегія позиціонування": "Нам про це на першому курсі треба було розповідати!"

## ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України від 1 липня 2014 р. №1556-VII "Про вищу освіту". [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/diyalnist/zakonodavstvo-pro-diyalnis/zakoni-ukraini/65715.html>

2. Храмова Е. Дизайн-исследования и дизайн-мышление: как не запутаться в двух соснах [Электронный ресурс] //Екатерина Храмова. Режим доступа: <http://www.hbr-russia.ru/blogs/23/2664>

---

*Базилюк Е.В.*

*К.т.н., доцент кафедри дизайну*

*Хмельницького національного університету*

## **КЛАСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНОСТІ ІНДИВІДУАЛЬНИХ СПОЖИВАЧІВ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ КОСТЮМА**

Вибір художнього рішення костюма ґрунтується не лише на модних тенденціях, а здійснюється відповідно до особливостей зовнішності споживача. Зовнішність людини характеризується антропометричними вимірами, ознаками тілобудови, формою і пропорціями голови, обличчя і шиї, формою і пропорціями рис обличчя, формою верхніх і нижніх кінцівок, а також пігментацією шкіри, волосся і очей. Крім того, психологічні ознаки особистості відображаються в зовнішності через наявність характерних поз і рухів (кінетичні ознаки зовнішності). В індивідуальному дизайні-проектуюванні костюма для полегшення вибору силуетів, покроїв,

конструктивно-декоративних елементів використовують різні класифікації зовнішності споживача.

За призначенням класифікації можна поділити на три види:

- для визначення кольоротипу споживача;
- для визначення типу тілобудови споживача;
- класифікації, які визначають загальний образ особи.

Кожен вид класифікацій зовнішності споживачів передбачає наявність певного типу рекомендацій щодо вибору художнього рішення костюма.

В класифікаціях зовнішності, спрямованих на визначення кольоротипу споживача, в якості класифікаційних ознак виступають характеристики кольору: температура, контрастність, світлість. Для кожного кольоротипу пропонується відповідна палітра кольорів елементів костюма, варіанти рисунків і фактур тканин, дизайн аксесуарів [1-4].

Для опису тілобудови індивідуальних споживачів використовують такі ознаки: зріст [4-5, 7-10], вагу [5], наявність/відсутність чітко вираженої талії [3, 5-10], співвідношення між шириною плечей і шириною стегон [3-5, 7-10], поставу [6], ступінь розвитку і місця локалізації жирових відкладень [6-8], ступінь розвитку м'язів [6, 9], ступінь випуклості сідниць і розвитку грудних залоз у жінок [6, 7, 9], нахил і висоту плечей, форму, повноту і довжину ніг [6, 7, 9], довжину талії, висоту талії та відхилення лінії талії від горизонталі [6], розмір ступень ніг та кистей рук [4, 8, 9], форму ліній тілобудови [3, 9], вертикальні пропорції фігури [4, 7-9].

Класифікації [5, 6, 7] класифікують споживачів лише за ознаками тілобудови, а класифікації [3-4, 8-10] представляють комплексний підхід до типування зовнішності споживача і, крім особливостей тілобудови, враховують форму і розміри рис обличчя [3, 8-10], виразність кольорів зовнішності [9-10], характерні статичні пози і характер рухів споживача [10]. І.Райтер, В.Хендерсон і П.Хеншоу розробили окремі класифікації кольоротипів і типів тілобудов [3-4], а класифікації [9, 10] формують образи типів споживачів за типом тілобудови з врахуванням особливостей пігментації їх шкіри, очей і волосся.

В результаті аналізу класифікацій зовнішності індивідуальних споживачів [1-10] виявлено, що більшість характеристик тілобудови в розглянутих класифікаціях визначається візуально, а отриманий результат є суб'єктивним і залежить від досвіду експерта. Для виключення суб'єктивності діагностики в класифікаціях [5, 8-10] використовують діапазони абсолютних значень зросту [5, 8-10] і ваги особи [5], а в класифікації [5] для характеристики геометричної форми тулуба різниця між обхватами плечей, талії і стегон визначається у відсотках.

Отже, класифікації зовнішності індивідуальних споживачів спрямовані на формування типології на основі однотипності характеристик ознак тілобудови, рис обличчя і кольорів зовнішності. Ознаками, які найчастіше використовуються для визначення типу зовнішності споживача, є зріст, геометрична форма тулуба, пропорції, характеристика виразності кольорів зовнішності. Переважна більшість класифікаційних ознак має суб'єктивну оцінку, ґрунтується на особистісних враженнях і досвіді експерта, що ускладнює проведення діагностики.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ватерман Г. Ваш неповторимий стиль / Г.Ватерман, Ф.Цингель. – Москва : Кладезь-Букс, 2006. – 189 с.
2. What Are Your Best Colors? Seasonal Color Analysis: What Are Your Best Colors? [Electronic resource] / The chic fashionista. – Точка доступу: <http://www.thechicfashionista.com/your-best-perfect-colors.html>
3. Irene Riter The Science of Personal Dress Complete Study : A New Paradigm of Color and Body Analysis (3rd Edition Update) / Irene Riter. – Createspace Independent Publishing Platform, 2013 – 304 p.
4. Хендерсон В., Хеншоу П. Имидж и стиль. Книга для мужчин. / Вероник Хендерсон, Пэт Хеншоу. – М: Кладезь-Букс. – 160 с.
5. Бейо Б. Быть неотразимой. Как скрыть недостатки и подчеркнуть достоинства любой фигуры / Бредли Бейо; пер. с англ. Г.А.Хен. – М.: АСТ: Астрель: Полиграфиздат, 2012. – 315с.
6. Сестры Сорины Презентация внешности или фигура в одежде и без / Сестры Сорины // Серия "Одежда и психология". – М.: ГНОМ-ПРЕСС, 1998. – 224 с.
7. Trinny and Susannah show off the clothes to suit their 12 women's body types [Electronic resource] / MailOnline. – Точка доступу: <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-489577/Trinny-Susannah-clothes-suit-12-womens-body-types.html>, accessed 2015-09-19.
8. You're good-looking and gifted in your own special way! [Electronic resource] / All types of beauty. – Точка доступу: <http://alltypesofbeauty.com/>
9. David Kibbe's Metamorphosis: Discover Your Image Identity and Dazzle As Only You Can / David Kibbe, Published by Atheneum, 1987.
10. Outer and Inner Design Lines [Electronic resource] / Expressing your truth closet. Точка доступу: <http://expressingyourtruth.blogspot.com/2015/05/body-type-posts.html>



---

**Винничук М.С.**

*К.т.н., доцент*

**Видолоб Д.В.**

*Асистент*

**Хиневич Р.В.**

*К.т.н., доцент*

**Олешко І.О.**

*Магістр*

*Київського національного університету  
технологій та дизайну*

## **ВИКОРИСТАННЯ 3D-ТЕХНОЛОГІЙ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ**

Розвиток інноваційних технологій, в тому числі, в ювелірній промисловості обумовлено підвищенням рівня життя населення, індивідуальності і самовираження через різноманітність в дизайні, вплив процесів глобалізації та інформатизації суспільства, динамікою розвитку світового ринку продукції ювелірної промисловості.

Найбільш перспективним напрямком удосконалення комп'ютерних технологій в ювелірній промисловості є 3D-дизайн-проекткування. Поява комп'ютерно-орієнтованих технологій призвело до використання 3D- продуктів у виробництві ювелірних виробів на різного рівня підприємствах. В Україні дизайн-проекткування та прототипування ювелірних виробів з використанням 3D-технологій на сьогоднішній день являє собою особливий сегмент комерційних послуг. Їх кінцевим продуктом може виступати готовий для друку \*.stl файл, виконана у воску або полімері майстер-модель, або виготовлений в металі готовий виріб. При цьому в Україні, на відміну від, наприклад, Великобританії, ще не створені об'єднання або асоціації ювелірів, які спеціалізуються на 3D-технологіях.

Серед обладнання, яке застосовується для моделювання ювелірних виробів з використанням 3D-технологій, широко використовуються відповідні принтери і багатоосові фрезерувальні верстати.

Особливої уваги заслуговує 3D-принтер українського виробництва Pulse DLP, який нещодавно з'явився на ринку, робота якого базується на технологіях SLA і DLP проєкції. Апарати, що працюють за цими технологіями, мають серед інших складових невелику ванну з рідким полімером, а DLP проєктор передає зображення цілого шару на дно ванни до затвердіння полімеру. Після

виготовлення одного шару, платформа з деталлю піднімається вгору, рідкий полімер заповнює пустоту, засвічується наступний шар і так далі.

З позиції ергономіки принтер Pulse DLP українського виробництва компанії JS Mill (м. Харків) оснащений вбудованим процесорним блоком, в ньому відсутня велика кількість дротів для підключення до персонального комп'ютера (ПК), що дозволяє автономно працювати. Підключення до мережі Internet або WiFi необхідне тільки для завантаження файлів в пам'ять принтера. Швидкість друку залежить від характеристик використовуваного полімеру, а точність налаштовується і становить 30-50 мкм по осях XY і більш ніж 5 мкм по осі Z [1].

Українські принтери відрізняються більш низькою ціною політикою в порівнянні з зарубіжними аналогами.

Одним з основних альтернативних видів обладнання, що застосовуються при 3D-моделюванні ювелірних виробів, є багатоосьові фрезерувальні верстати – 5-ти, 4-х і 3-х осьові (портальні), кожен з яких має свої особливості. Так, наприклад, 3-х осьовий верстат ріже тільки по видимій частині заготовки, переверт здійснюється за допомогою оператора вручну, що сприяє зниженню якості через людський фактор. Перевагою є збільшення розміру робочого поля, простота, ціна. Відомо, що універсальний 4-х осьовий верстат працює автономно з поворотом (редуктора) по "осі A" на 180° і 360°, але обмежений в розмірі робочого поля за рахунок самої конструкції. Треба відзначити, що перевагою 5-тиосьового верстата є фрезерування виробу з усіх боків, включаючи внутрішні елементи, але при цьому верстат має ще більш ніж 4-хосьовий обмеження в розмірі робочого поля.

Фрезерувальні верстати пристосовані для моделювання не тільки майстер-моделей з воску, а й для виготовлення ювелірних виробів з більш твердих матеріалів, таких як кістка (бивень мамонта, ікло моржа, оленячий ріг) і камінь (бірюза, лазурит, малахіт, корал, бурштин). Так само є можливість гравіювання по металу за допомогою алмазних інструментів. Обробка ювелірних виробів з твердих матеріалів без втрати якості є основною відмінністю фрезерувальних верстатів в порівнянні з 3D-принтерами [1].

3D-принтер і фрезерувальний верстат побудовані на однакових принципах – перетворення вихідного матеріалу в готову модель. Тільки 3D-принтер створює модель, використовуючи витратні матеріали, а фрезерувальний верстат – обробляє заготовку, прибираючи все зайве. Недоліком фрезерувального верстата є неможливість робити відразу об'ємну модель, як це може зробити 3D-принтер, тобто, фреза має фізичні розміри і кут заточування, може

різати тільки по зовнішній (видимій) для неї частині, тим самим, залишаючи негативний кут від градуса самої фрези.

Проаналізовано основні характеристики сучасного обладнання для прототипування моделей ювелірних виробів, що включають до складу 3D-принтер і фрезерувальний верстат. Обґрунтовано вибір комп'ютерно-орієнтованих технологій в дизайн-проектуванні ювелірних виробів, як найбільш прогресивних на сьогоднішній день. Проведено порівняльний аналіз способів фрезерування майстер-моделей, кожен з яких використовується для певних ювелірних виробів і їх складових.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Js Mill [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jsmill.com.ua>

---

*Чеплюк Олена Валеріївна*

*Доктор технічних наук, професор кафедри дизайну*

*Єфімова Тетяна*

*Магістрант кафедри дизайну*

*Херсонського національного технічного університету*

## **КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ПРОЕКТУВАННЯ ПАКУВАННЯ З ПОЗИЦІЇ КОГНІТИВНОЇ ЕРГОНОМІКИ**

На прилавках магазинів існує конкуренція між продуктами схожого призначення. Вибір товару здійснюється безпосередньо в магазині за дизайном пакування, який має емоційний вплив на покупця. Сучасний світ надає безліч можливостей людині, технічний розвиток не оминув й поліграфічну продукцію, яка тепер відтворює кольори, які раніше були недоступні та утілює прийоми на кшталт тиснення, позолочення, плотерного різання. Підхід до створення пакування товару будується на основі потреб, сприйняття і очікувань споживачів. Також важливим є зміцнення лояльності покупців до продукту і марки, формування позитивного образу виробника в очах споживачів.

Візуальна інформація спрямована на пробудження емоційної сфери. Способи візуального впливу: тип зображення, колір, композиція, ритм. Шрифт належить як до візуального (особливо в назвах), так і вербального способу передачі інформації. В пакуванні ці два рівня передачі інформації доповнюють один одного, частково дублюючи один одного, але при цьому, впливають на різні області

людської психіки: візуальний звертається до емоційної сфери, а вербальний підкріплює перший, звертаючись до розуму покупця. Пакування вступає в контакт із людиною та впливає на хід його мислення, пам'ять, прийняття рішення. Дані питання розглядає когнітивна ергономіка та гештальт-психологія, тому дослідження упаковки з такої позиції є актуальним.

---

*Ковтун Ігор Іванович*

*К.т.н, доцент, завідувач кафедри рисунку та проектної графіки  
Хмельницького національного університету*

*Ференс Ольга Олександрівна*

*Магістрант Хмельницького національного університету*

## **ОСОБЛИВОСТІ І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ НЕОКЛАСИЧНОГО СТИЛЮ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ ІНТЕР'ЄРУ ПРИВАТНОГО ЖИТЛА**

Неокласика – це погляд з ностальгією на класичні античні форми в дизайні і архітектурі. Вона стала популярною в ХХ столітті і до сьогоднішнього дня не втрачає своєї актуальності [1].

Стримана елегантність та розкіш – характерні риси неокласики [2]. Особливо гарно виглядає такий стиль в заміських, просторих будинках і великих апартаментах з високими стелями. Неокласика вимагає великої кількості вільного місця і простору. Але використовувати її можна і в звичайній квартирі. Поява неокласичного стилю – цілком закономірне явище, як реакція сучасності на прагнення не тільки не забувати традицій, а й бажання інтерпретувати їх за допомогою сучасних матеріалів і актуальних дизайнерських ідей. Неокласичний напрям дозволив багаторічним традиціям в оформленні житлових просторів стати більш гнучкими, адаптованими до наших реалій. Але при цьому стиль не втратив своєї піднесеної витонченості, духу респектабельності і багатства, лише ставши більш універсальним і близьким до сучасного власника квартири або приватного будинку [3].

Перевага неокласики в тому, що в залежності від пріоритетів і фінансових можливостей (а дизайн в стилі неокласицизм обходиться недешево) можна створити будь-який варіант інтерпретації традиційної стилістики – від королівських апартаментів до лаконічного інтер'єру жителя мегаполісу. Вона статична і цінна в будь-який час. Сучасна класика в інтер'єрі – це втілення стриманої вишуканості. Гармонія і краса поєднуються зі зручністю та функціональністю [5].

Гармонійна композиція прямолінійних, симетричних, чітких форм, благородство і строгість облаштування, дорогий, але не вигадливий декор – таким є інтер'єр в стилі неокласики [2]. Неокласицизм вимагає єднання простору, його плавного "перетікання" з приміщення в приміщення. Облаштовуючи інтер'єр в даному стилі можливе використання сучасних штучних матеріалів поряд з натуральними, а також масивних і розкішних меблів з мінімалістичним декором [4]. У неокласиці часто використовується принцип рівноваги. В якості центру композиції найчастіше виступає камін, а далі все вибудовується навколо нього, одна сторона є дзеркальним відображенням іншої, таким чином створюючи осесиметричну просторову композицію.

У підсумку можна сказати, що неокласичний стиль універсальний, елегантний, форми в інтер'єрі легкі та витончені, на відміну від класичного – суворого та важкого. Неокласика передає історію і в той же час іде в ногу з сучасними тенденціями. Здатність вибирати актуальні дизайнерські ідеї і адаптуватися під сучасні матеріали – це дозволяє неокласиці набувати популярності не тільки в середовищі дизайнерів, але і власників будинків та квартир, які бажають облаштувати свій інтер'єр саме в цьому стилі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Кальницкая В.Н. Теория та практика дизайну. Мистецтвознаство// Образно-стилистические особенности текстиля в интерьерах общественных зданий, Вип.7, 2015.
2. <http://happymodern.ru/interery-v-neoklassike-roskoshnaya-klassika-na-sovremennyj-lad/> - посилання в якому описують неокласичні інтер'єри
3. <http://www.remontbp.com/neoklassika-v-interere-sovremennyj-vzgljad-na-tradicii/> - опис стилю неокласика
4. <https://artinterior.ua/istorichni-stili/neoclassic-style-interior-design-kiiev/?lang=uk> – стиль неокласика в дизайні інтер'єру, опис
5. Электронный сборник статей по материалам XIV студенческой международной заочной научно-практической конференции, Молодежный научный форум: гуманитарные науки №7(14), Москва, 2014.ст 156.

---

*Луговський Олександр*  
*Старший викладач кафедри дизайну*  
*Черкаського державного технологічного університету*

## **ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГІЧНА СКЛАДОВА В ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ**

Є очевидним, що вимоги до професійних якостей фахівця з дизайну повинні формуватися під впливом сучасних тенденцій в проєктній культурі. Можна передбачити, що рівні диференціювання згаданих якостей будуть простягатися від елементарного утилітарно-практичного до рівнів найсучаснішого виробництва, науки, техніки, мистецтва, культури загалом. Разом з тим досить гостро стоїть питання: як в сучасних умовах студент здатен досягти рівня компетенції фахівця спроможного створити конкурентний дизайн-продукт який відповідатиме фізичним, соціальним і естетичним вимогам користувача-замовника. Слід пам'ятати також, що дизайнер високоякісним продуктом покликаний впливати на формування суспільного смаку й естетичної культури суспільства, бути активним і свідомим творцем гармонійного середовища. Окрім того, в разі необхідності, дизайнер може надавати методичну та фахову допомогу виробничим підприємствам, проєктно-конструкторським службам, організаціям, співпрацювати з творчими працівниками культури і мистецтва [1].

Вищі навчальні заклади нашої держави, які нині здійснюють підготовку майбутніх дизайнерів, в основному циклі фундаментальних і професійних дисциплін надають майбутньому дизайнерові можливість здобути відповідні знання й уміння в межах чіткого розуміння процесу конструювання та проєктування, основ технологічної обробки матеріалів, прикладної механіки, нарисної геометрії, основ організації виробництва та ряду фахових дисциплін. Але слід зазначити, що більшість ВУЗів спирається на свій досвід, матеріальне забезпечення навчального процесу та рівень фахової майстерності викладачів, як особистостей, що можуть достатньо професійно впроваджувати те чи інше бачення щодо змісту, рівня та оптимального обсягу інженерно-технологічних дисциплін з конкретної спеціалізації спеціальності "дизайн". [2]

Так, на спеціалізації "Промисловий дизайн" кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету певний час практикується метод, який сприяє швидкому та ефективному засвоєнню студентами навчальних матеріалів із наступних дисциплін:

нарисна геометрія, інженерна графіка, матеріалознавство, технології матеріалів, прикладна механіка та комп'ютерне проектування.

Особливість методу криється в тому, що студенти-дизайнери молодших курсів навіть з мінімальною доувівською підготовкою при виконанні циклу спеціально розроблених вправ набувають практичного досвіду виконання робочих креслень та подальшого використання їх при виготовленні макетів із промислових матеріалів. В якості макетних матеріалів пропонується розглядати щільний папір типу "ватман", картон, гіпс, листовий пластик.

В процесі виготовлення макетів деталей за кресленнями із методичних посібників по інженерній графіці студент отримує стійкі знання про робочі креслення, необхідний об'єм таких матеріалів та вимоги до їхньої якості виконання. Окрім цього у студента розвивається просторова уява, що допомагає йому бачити за плоскими зображеннями ортогональних проєкцій тривимірний об'єкт і навпаки – самостійно виконувати креслення реальних речей.

Виготовлення макету – тривалий і кропіткий процес, який передбачає кілька етапів. Кожен етап в певній мірі перекликається із завданнями, які ставляться при вивченні перерахованих вище дисциплін. Так, виготовлення розгортки паперового макету вимагає виконання необхідної кількості ортогональних проєкцій. Разом з тим, робота з папером дає узагальнені уявлення про листові промислові матеріали, про їхні фізичні та конструктивно-технологічні характеристики. Адже листовим матеріалом може бути і метал і пластик і ін. Окрім того, виконання розгортки змушує студента розглядати послідовність технологічних процесів відтворення об'ємної форми із складною морфологією і топологією формоутворюючих поверхонь. Студент також вирішує питання надання макету необхідної конструкційної міцності. Клейові шви паперового макету, абстрагувавшись, можна розглядати як зварювальний шов, паяний, клепакий та ін. З розвинутою просторовою уявою і знаннями по інженерній графіці та нарисній геометрії, які були закріплені при експериментуванні з макетними матеріалами, студент ефективніше освоюватиме комп'ютерні програми проектування.

Наступним етапом реалізації методу може бути робота з гіпсом. Гіпсоформувальні роботи дають студенту поштовх для нових конструктивно-технологічних рішень, розвитку інтуїції. Такий підхід до інженерно-технологічної підготовки майбутнього дизайнера сприяє налагодженню міждисциплінарних зв'язків, вкаже шляхи змістового наповнення кожної дисципліни, дозволить уникнути дублювання навчального матеріалу та розставити пріоритетні акценти.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Прусак В.Ф. Дизайнерська освіта в технічному вузі / В.Ф. Прусак // Науковий вісник. Проблеми деревообробки на рубежі XXI ст.: наука, освіта, технології. Вип. 9.5. – Львів: Престиж - інформ, 1999. С. 31-34.
2. Орлова Н. С. Значення дисциплін інженерно-технологічного спрямування при підготовці майбутніх дизайнерів у вищих навчальних закладах / Н. С. Орлова // Дизайн-освіта майбутніх фахівців: теорія і практика : матеріали II Всеукр. наук.-практ. заочної конф., (21–22 берез. 2017 р., м. Полтава) / уклад. Є.В. Кулик, І.В. Савенко ; Полтав. нац. пед. ун-т імені В. Г. Короленка, каф. основ виробництва та дизайну. – Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2017. - С. 133-139

---

*Обуховська Любава Василівна*

*Член Спілки дизайнерів України, старший викладач кафедри комп'ютерних технологій дизайну і графіки  
Національного авіаційного університету, м. Київ*

### **ОРНАМЕНТ ЯК ЗАСІБ ПРІОРИТЕТНОГО СМИСЛОВОГО НАПОВНЕННЯ ФОРМИ (НА ПРИКЛАДІ МАЛИХ АРХІТЕКТУРНИХ ФОРМ)**

Нині у глобалізованому й інформаційному світі дизайн як передова сфера суспільної діяльності стає до керма подальшого поступу – для України ним може стати етнодизайн як перспективний вектор у соціально-економічному розвитку та національно-культурному відродженні. Становлення етнодизайну в Україні відбувається на основі народних художніх промислів і багатих зразків декоративно-прикладного мистецтва, маючи на меті переосмислення традиційних етнічних особливостей і використання етномотивів у художньо-промислових виробках, зберігаючи національну культурну своєрідність та формуючи нову етностилістику.

Будучи весь час відкритими для загального споглядання, малі архітектурні форми або формують громадський простір на засадах самостійного об'єкту, або доповнюють існуючу ситуацію окремими локальними акцентами. А якщо вони ще будуть виражати етнічну приналежність громади, наприклад, у очах іноземних туристів, та транслювати культурно-символьну образність у суспільний простір, то це тільки примножить їх цінність поряд із функціональним навантаженням.



Одним із складників етнічної культури українців, які зберігають багату інформацію про історію народу, належить орнамент, що створив складну та злагоджену систему, яка функціонує на всіх рівнях української культури. Відповідаючи за фіксацію та передачу крізь віки інформації різного характеру, орнамент є одним із засобів комунікації. Спробуємо розширити сферу застосування орнаментального мистецтва, застосувавши його до малих архітектурних форм.

Своїм корінням орнаментальне мистецтво сягає в глибоку давнину і несе відбиток вікової культури. Будучи тісно пов'язаним з предметами побуту та архітектурою, орнаментальне мистецтво може вважатися образним літописом, в якому відображено глибинний світ народної мудрості та творчих шукань, а також світосприйняття народу. орнаментальність стала глибинною, структурною властивістю народного мистецтва. Умовність і лаконізм мотивів орнаменту, а ще смислове його навантаження сприяв виробленню в ньому власної системи символів. Ось тому саме в орнаментах, які використовувалися майстрами у творах різних видів образотворчого і декоративно-прикладного мистецтва, найчастіше виявлялася українська символіка.

Українські символи є великою цінністю, оскільки дають народу повніше уявлення про самих себе, про батьківські звичаї, побут, стиль життя. Вони мають власну філософію, в них відображається бачення світу і пояснення всіх процесів у ньому. Проникнення в сутність цих знаків дає людям злиття з духовно-психологічними та культурними енергіями, що творять національну історію, самосвідомість, суспільні та особисті ідеали. Саме тому досить багато національних символів, що і треба відзначити, узято з української міфології та персоніфікації природного середовища – а це космогонічні знаки, які мають глибокий зміст.

Говорячи про символи чи знаки, слід означити, що їх можна використовувати і окремо від орнаменту, тоді основоположним у формуванні малої архітектурної форми буде його зміст чи значення. Різні смисли – поверхові або глибокі, які закладаються у створювані поліфункціональні об'єкти, є визначальними аспектами у їх дизайні. Так, на перший план виходить смислове навантаження новостворюваних об'єктів. Вони можуть або створювати нові образи і алегорії у проєктованому середовищі, або стилістично іти (наслідувати) у заданому векторі, який продиктований існуючими будовами довкола локації, що розробляється. Але зовсім небажано, коли нові малі форми ідуть у розріз із наявним простором. Останнє тільки псує його.

Отже, зважаючи на вище сказане, можна виділити три способи створення поліфункціонального об'єкта на основі пріоритетного смислового наповнення форми (рис. 1), а саме:

- спосіб метафори (рис. 1а);

Метафора – перенесення ознак із одного об’єкта на інший, яке, на відміну від символу, зосереджується на формованому образі через певні лінії та форми. Це – розкриття сутності одних явищ та предметів через інші за схожістю чи контрастністю.

- спосіб алегорії (рис. 1б);

Алегорія – передавання явищ, речей, людських думок, світогляду через конкретні прийоми зображених елементів, яке ґрунтується на приховуванні реальних осіб, явищ і предметів під конкретними художніми образами з відповідними асоціаціями, з характерними ознаками приховуваного. Алегорія, на відміну від багатозначного символу, однозначна і відділена від образу. Зв’язок між значенням і образом встановлюється за подібністю (наприклад, лев – сила, влада чи царювання).

- спосіб знакової сутності (рис. 1в).

Знак – матеріальний, чуттєво сприйманий об’єкт, який виступає в процесах пізнання та спілкування в ролі замітника (представника) іншого предмета, явища, дії або події, і використовується для одержання, зберігання, перетворення та передачі інформації. Знаки мають подвійну природу: з одного боку, знаки є матеріальними (мають план вираження), з іншого – є носіями нематеріального смислу (мають план змісту). Основні властивості знаку – це властивість інформативності (знак повинен нести смислову інформацію про означуваний об’єкт) та властивість перцептивності (знак повинен бути доступним для сприйняття адресатом, а значить простим).

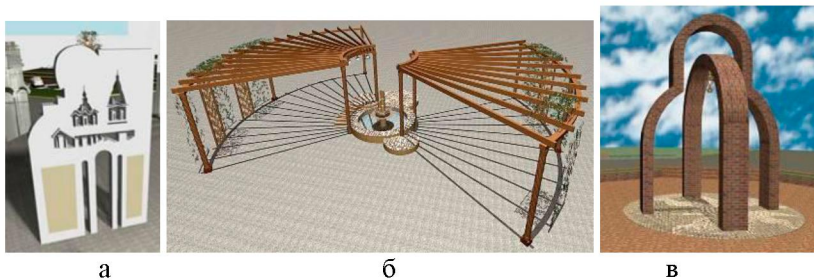


Рис. 1. Сміслові навантаження малих архітектурних форм (розробки автора)

---

*Луговський Олександр*  
*Старший викладач кафедри дизайну*  
*Черкаського державного технологічного університету*  
*Пищик Ольга*  
*Студентка кафедри дизайну*  
*Черкаського державного технологічного університету*

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ПРОСТОРУ МАЛОТОННАЖНИХ СУДЕН. ЕРГОДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АСПЕКТ**

В сучасному динамічному і насиченому на події і зміни світі людина прагне перебувати у комфорті не лише вдома, а й під час подорожей. В нашому випадку це актуально ще й тому, що наше місто Черкаси стоїть на березі Дніпра і студенти в своїх дипломних роботах часто звертаються до теми малотоннажних суден. Тому при виконанні робіт важливим є те, які чинники необхідно враховувати при формуванні проектного образу цих транспортних засобів. Визначальними є підходи та принципи, що впливають із специфіки організації інтер'єру. Слід зауважити, що на формоутворення транспортних засобів в значній мірі впливає організація саме геометрії інтер'єру.

Отже, згідно проведених досліджень, можна відмітити, що організація простору малотоннажного судна в значній мірі залежить від діяльності людей і саме це впливає на проектний процес. Насамперед це фізіологічні, психологічні та соціальні потреби людини для забезпечення всіх особливостей процесу її життєдіяльності під час перебування на об'єкті. Зокрема, наприклад, це впливає на наявність чи відсутність спальних місць. Це є однією з основних вимог при проектуванні малотоннажного судна, яку умовно характеризують як "значення ступеню комфорту", тобто зручність перебування людей на судні під час плавання або роботи кожного члену екіпажу при виконанні його обов'язків. Таким чином, можна припустити, що обмежений простір в якому тривалий час перебуває людина найбільш доцільно характеризувати такими комплексними показниками, як ергономічність та комфорт.

Розміри внутрішніх приміщень, робочих місць і всього устаткування малого судна розраховуються відповідно до антропометричних даних людини. Зокрема, при проектуванні до розмірів тіла необхідно додавати товщину одягу. Врахування ергономічних вимог при розробці робочих креслень дозволяє уникнути прорахунків. Врахування психологічних і соціальних потреб

людини визначають специфіку конструкції корпусу. Наприклад, загальне розташування суднових приміщень тісно взаємопов'язане з архітектурним рішенням зовнішнього вигляду судна, пропорціями і формою надбудов, з місцем розташування надбудов по довжині судна.

Приміщення приватних невеликих суден часто діляться на зони: спальну, відпочинкову, обідню, робочу. Під час проектування невеликого судна їдальня може бути, наприклад, призначена для прийому їжі і для відпочинку. Прикладом такого планування є малотоннажне судно Galeon 300 Fly. Верхня частина яхти – флайбрідж оснащений трапом з широкими ступенями, постом рульового управління і розкладним диваном, що збільшує простір верхньої палуби. Можемо побачити, зручне планування кокпіта з двома стаціонарними сидіннями і кутовим диваном. У салоні розташовуються розсувний столик, камбуз і пост управління. Внутрішній простір розділено на дві повноцінні каюти з душем. Інтер'єр декорується панелями під дуб і горіх. Також активно використовуються меблі-трансформери та модульні меблі.

Слід також враховувати, що водні транспортні засоби здійснюють специфічні впливи на людину, які відсутні в нерухомих інтер'єрах, через такі явища як хитамиця, вібрація та шум. Вагомість їх впливу в основному залежить від типу об'єкту, конструкції, обладнання та умов експлуатації. Завданням дизайнера є доступними йому засобами забезпечити максимальну безпеку людей під час руху транспортного засобу. Тобто застосовувати відповідні конструктивні рішення, використовувати міцні матеріали та з'єднання, безшумні та надійні механізми трансформації, форми без гострих кутів, багатофункційні оздоблювальні та декоративні матеріали та ін. Для зменшення вібрації у житлових приміщеннях таких ТЗ використовують конструкції на пружинних елементах, вібропоглинаючі матеріали, такі як гума, пластик та інші матеріали. Проти шуму у приміщеннях застосовують звукоізоляційні та звукопоглинальні конструкції та матеріали. Для забезпечення високої шумоізоляції житлових приміщень ще на етапі планування об'єкта потрібно враховувати їх віддаленість від джерел шуму.

Також варто зазначити, що судна протягом нетривалого часу можуть змінювати своє перебування в різних кліматичних зонах. Тому матеріали, які використовуються, повинні бути стійкими до змін температури, тиску, вологості, складу повітря, до дії сонячних променів та солоної води. За таких умов часто використовують деревину екзотичних порід з огляду на їх високу атмосферостійкість. За міцністю і твердістю тропічні породи дерев перевершують дуб, а унікальна кольорова гама і текстура деревини роблять їх привабливими з естетичного погляду. Особливістю матеріалу є

підвищена стійкість до атмосферних явищ, гниття, грибків, руйнування комахами і це дає змогу використовувати тропічну деревину в будь-якому кліматі. Крім дерева, використовують сплави алюмінію та сталі, склопластики та інші синтетичні матеріали.

Отже, розглянувши питання організації внутрішнього простору малотоннажних суден, слід виділити такі дизайнерські підходи для забезпечення основних оптимальних параметрів приміщень малотоннажних суден:

- врахування людського фактору (забезпечення психологічних та соціальних потреб: розваги, спілкування, можливість усамітнення фізичних та фізіологічних потреб: антропометрія, гігієнічність, мікроклімат);
- особливості планування обмеженої площі (специфічне планування, функціональне зонування, суміщення функцій, трансформація меблів, врахування специфічної техніки та обладнання);
- зменшення впливу негативних факторів, що пов'язані із рухом (хитавиця, вібрація, шум);
- стійкість до змін кліматичних і погодних умов.

---

***Прищепко Світлана Валеріївна**  
Доктор наук у галузі дизайну, професор,  
завідувач кафедри графічного дизайну  
Інституту дизайну та реклами Національної академії керівних кадрів  
культури і мистецтв, м. Київ, член Спілки дизайнерів України*

## **МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ В РЕКЛАМНОМУ ДИЗАЙНІ**

На початку XXI ст. відбулися суттєві зміни уявлень про дизайн і рекламу у зв'язку із процесами глобалізації та одночасної етнокультурної ідентифікації, гіперспоживанням і зниженням загальнокультурного рівня суспільства. Відбулися й суттєві соціальні зміни, оскільки розвиток технологій спричинив появу ідей гуманістичного універсального дизайну – "товари для всіх і кожного", а реклама грає в цьому вагомую роль, просуваючи товари на масовому ринку. Реклама нині, не зважаючи на її головну комерційну функцію, визнано явищем культури, оскільки візуалізація в рекламних комунікаціях стає логічним відображенням соціокультурного стану суспільства у певні періоди.

Дослідження культурно-естетичної компоненти реклами має за мету систематизацію і класифікацію засобів рекламної графіки, а також комплексне визначення їхньої функціональної та зображальної специфіки у комунікативному просторі. Нами застосовано наступний

методологічний діапазон з огляду на те, що рекламний дизайн має *транссистемний* (наскрізний) інтегративний характер, тобто виходить за межі певних соціально-економічних систем, а *мультимодальний підхід* (змішаний) виявляється найбільш доцільним і повним для розуміння сутності реклами [1]. Це дозволяє максимально поєднувати й використовувати переваги кожного з обраних методів: системно-структурного, соціокультурного, аксіологічного, історико-мистецтвознавчого, компаративного, синергетичного та семіотичного.

*Системно-структурний метод* уможливорює аналіз рекламного дизайну як складної галузі на стику науки, мистецтва та техніки: і на рівні аналізу окремих чинників, і на рівні їхнього синтезу в осмисленні функціональних, технологічних, маркетингових, культурних аспектів візуально-інформаційного середовища: міського, предметного (упаковки, рекламно-сувенірної продукції), віртуального тощо. Кожний структурний елемент у дизайні виконує визначені функції, які задовольняють потреби системи в цілому. Отже, дизайн можна розуміти як творчий метод, процес і результат художньо-проектної діяльності.

Сучасні дослідження Гарвардської вищої школи дизайну (Harvard Graduate School of Design) ґрунтуються на переконанні, що більшість ключових проблем і можливостей нашого часу вимагають співпраці мистецтва, гуманітарних наук, промисловості та суспільної сфери. А принципи дизайн-мислення Інституту дизайну Стенфордського університету (Institute of Design at Stanford) є методологією, спрямованою на створення продуктів, що вирішують реальні проблеми людей та суспільства. Британська рада з проектно-технічної підготовки (Design Council) вважає очевидною важливість дизайну для економік країн. Дизайн сприяє інноваціям та зростанню виробництва – тому потрібне суттєве розширення дизайн-діяльності по регіонах: доступ до знань, до навичок, до практичної реалізації і бізнесу, до дизайн-менеджменту та дизайн-маркетингу. Найбільш ефективними нині виявляються міждисциплінарні стратегії проектування, про що свідчать європейські наукові конференції й тематичні семінари з дизайну та візуальних комунікацій у Мюнхені, Лейпцигу, Берліні, Лондоні, Стокгольмі, Варшаві, Кракові, Софії, Санкт-Петербурзі, Мілані, Празі, Гельсінках, Вільносі, Відні, Базелі, Цюріху.

*Соціокультурний метод* досліджень еволюції візуальних засобів реклами дозволяє трактувати рекламну графіку як відображення історичних, соціокультурних, економічних, технологічних та політичних етапів розвитку суспільства. Реклама, як і дизайн, завжди має ідеологічну платформу, комунікативні завдання, мотиваційні установки, що призвели до появи масової культури та

розгалуженої рекламної індустрії.

Рекламну графіку варто розглядати не тільки як явище культури на рівні констатації факту або створення зовнішньо привабливого зображення, а як похідний продукт, обумовлений сукупністю потреб, цінностей і норм конкретного історичного періоду, застосовуючи *аксіологічний метод*.

*Історико-мистецтвознавчий метод* має значення у розкритті ознак мистецьких стилів, їхньої періодизації та вагомого впливу на рекламну творчість, оскільки різні епохи й регіони репрезентують різні архетипи, канони, етномистецькі традиції, стилістичні тенденції, модні тренди, що суттєво відображається у рекламній продукції.

Національні культури в умовах глобалізації зазнають серйозних викликів і набувають суперечливих проявів, тому *компаративний метод* забезпечує отримання узагальнених результатів аналізу національних й інтернаціональних аспектів реклами для стимуляції збуту та підтримки іміджу.

*Синергетичний метод* разом із системно-структурним стають сучасними теоретичними засадами інноваційних процесів у сфері медіа-культури, запорукою підвищення соціальної значущості мистецтва, дизайну та реклами, рухом від креативності до продуктивності у просуванні товарів і послуг. Закони синергетики (раніше кібернетики) пояснюють закони розвитку суспільства, націй та їхніх особливостей, відповідних протиріч тощо. Це явище, при якому комплексний вплив задіяних чинників дає сумарний ефект значно більший, ніж сума ефектів кожного з них по окремо.

*Семіотичний метод* сприяє розумінню рекламної графіки як знакової системи: її утилітарності, естетичної інформативності та художньої образності як ідеологічного продукту рекламного дизайну. Семіотика розглядає знаки і знакові структури, що репрезентують або зберігають інформацію та визначають системні процеси в природі, суспільстві та комунікаціях, вивчають смислові взаємозв'язки. *Ця наука стала основою теорії графічного дизайну як візуальної комунікації*. Семіотичний аналіз дозволяє з'ясувати, як організовано рекламне звернення, що воно виражає і за допомогою яких елементів, завжди розкриває закладені в ньому певні ідеологічні настанови.

Відтак, візуальні дослідження полягають у пізнанні культурно-історичної дійсності, розумінні життя соціуму з метою діалогу культур за допомогою порівняння традиційних об'єктів, явищ і процесів із цифровими медіа.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Прищенко С.В. Художньо-образна система рекламної графіки: монографія. Київ: НАКККіМ, 2018. 512 с.

---

*Білик Анна Анатоліївна*  
*Кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*  
*Федорцова Світлана*  
*Магістрант кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **АНАЛІЗ ФОРМ ПАРАМЕТРИЗМУ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ**

▪ На даний момент розроблено безліч різних видів класифікацій форм. У нарисній геометрії відбувається поділ поверхонь на два основних типи -гладкі і складчасті. У диференціальній геометрії в залежності від гаусової кривизни виділяються форми з негативною кривизною (гіперболоїди), з нульовою кривизною (циліндри) і з позитивної кривизною (сфери).

▪ Розгорнута класифікація поверхонь, запропонована С. Н. Кривошапко і В. Н. Івановим, включає 38 класів, що складаються з підкласів. Залежно від методу формування виділяються наступні основні групи форм: перенесені, ті, що обертаються, лінійчаті, нелінійчаті, комбіновані. Так само групи лінійчатих форм ділять на ті, що розгортаються (конічні, торсові, циліндричні, форми зонтичного типу, форми Боне, форми Едлінгера, форми Кунса, гармонічні форми на базі ліній, сідлові та кінематичні поверхні, квазібагатогранники, сквідістани подвійних систем) і косі (з двома напрямними і з трьома напрямними), а нелінійчаті - на квадратичні, циклічні, форми вищих порядків і трансцендентальні форми: квазіеліпсоїдні, односторонні, мінімальні, афіно-мінімальні, форми сферичному напрямку, форми вейнгартена, форми постійної середньої кривизни, хвилеподібні, гофровані та рельєфні форми.

▪ З точки зору конструкторсько-технологічного проектування форми доцільно класифікувати за методом побудови на графічні, сплайнові, кусково-фрактальні, точкові, каркасні і кінематичні.

▪ Існуюче різноманіття форм, розроблених геометрами і відомими інженерами-архітекторами, може бути розширено і доповнено, завдяки методам побудови математичної моделі геометричних об'єктів за допомогою комп'ютерного моделювання і візуального програмування. На рисунку 1 показано, як виглядає класифікація поверхонь в залежності від способу побудови в САПР та комп'ютерної графіки.





Рис. 1. Класифікація поверхонь в залежності від способу побудови в САПР та комп'ютерної графіки

Отже, характерними формами для параметризму є ті, в яких можна легко знайти асоціації з природними формами. Основною особливістю параметричних форм є їх плинність і наближеність до природних аналогів.

---

*Склярєнко Наталія Владиславівна*  
Кандидат мистецтвознавства, доцент  
*Недільська Ірина Андріївна*  
Магістрант  
Луцького національного технічного університету

## МЕТОД КОМБІНАТОРИКИ У ПРОЕКТУВАННІ ОРГАНАЙЗЕРІВ

На сьогоднішній день органайзери відіграють значну роль у житті людей. Люди давно почали використовувати в своєму побуті зручні пристосування, що дозволяють впорядкувати предмети побутового призначення, організувати середовище життєдіяльності або час. Сьогодні такі пристосування виготовляються промисловим способом, і вони мають різну форму, конструкцію, розміри, забарвлення, виготовляються з різних матеріалів.

Проектування органайзерів пов'язано із застосуванням методу комбінаторики, який суттєво посилює творчу фантазію. Термін комбінаторика (від лат. combination – з'єднання) широко використовується у дизайні.

До проектування органайзерів виробники підходять по-різному: деякі надають перевагу креативності розробки, інші – акцентують

увагу споживача на багатофункціональності та ергономічності. В мережі Інтернет дедалі більше з'являється інноваційних розробок органайзерів, проте публікації носять рекламний характер. До теми комбінаторики у проектуванні промислових виробів зверталися Є.С. Пронін [2], Ю.Г. Божко [3] та інші. Публікацій про застосування методу комбінаторики у проектуванні органайзерів не виявлено. Поява значної кількості розробок органайзерів та необхідність аналізу особливостей їх комбінаторного формоутворення визначає актуальність даного дослідження.

Метою роботи є аналіз використання методу комбінаторики у проектуванні органайзерів.

Об'єктом дослідження є побутові органайзери, що охоплюють усі сфери життєдіяльності людини (використовуються для сумок; для взуття і одягу; для нижньої білизни; для косметики і біжутерії; для медичних препаратів; для кухонного приладдя та ванної кімнати та інші). Предметом дослідження є особливості комбінаторного формоутворення органайзерів.

Комбінаторика – це прийоми знаходження різних з'єднань (комбінацій), перестановок, сполучень даних елементів у певному порядку. Питання комбінаторики відіграють значну роль у розвитку науки, техніки, виробництва. Метод комбінаторики здавна використовувався в будівельній справі і, пройшовши через століття, сформувався в метод модульного проектування.

Для проектування органайзерів дизайнери також використовують різні прийоми поєднання структурних елементів у цілісну композицію виробу. Конструкції органайзерів, розроблені на основі методу комбінаторики, вирізняються інноваційними підходами до формоутворення та використання нових конструкційних матеріалів. Найважливішим завданням проектування органайзера є створення естетично досконалого виробу, зміст, форма та конструкція якого повністю відповідають його призначенню.

Окремий первинний елемент комбінаторики має такі складові частини – внутрішні елементи, лінії, кути, а також внутрішню структуру, яку можна змінити за допомогою комбінаторних процедур.

Форми первинних комбінаторних елементів – трикутні (рис. 1 а), чотирикутні (рис. 1 б), шестикутні (рис. 1 в) тощо забезпечують утворення площинних та об'ємно-просторових органайзерів. Комбінування конструктивних елементів під час розробки та конструювання будь-якого органайзера є основою формотворення. Навіть на етапі вибору первинних елементів, кожен з них може стати результатом комбінаторного циклу. Саме тому кожен обраний елемент, розглядається як система частин, що обирались, перетворювались та розміщувались у відповідності до комбінаторних прийомів.

Прийоми комбінаторики руйнують усілякі стереотипи, навіть сталі закономірності в побудові композиції, тому отримані результати викликають сильні враження. Комбінаторні трансформації є інструментом, що дає можливість розширити ряд первинних елементів, надати їм сучасних модних особливостей, пристосувати до умов подальшого проектування та змінити їх залежно від загальної ідеї дизайнера. Розміщення комбінаторних елементів відбувається лінійним (рис. 1 г, д) та радіальним (рис. 1 е) способом.



Рис. 1. Метод комбінаторного формоутворення у проектуванні побутових органайзерів:

а – в – форми первинних комбінаторних елементів;  
г – е – комбінаторні прийоми

Комбінаторні прийоми дозволяють за рахунок різноманітних варіантів розміщення елементів виробу в просторі отримати об'ємно-просторову структуру органайзера. За допомогою побутових органайзерів планується порядок у житловому та робочому середовищі та заощаджується час на пошуки того чи іншого елемента.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Практичные органайзеры для мелких и крупных вещей, с которыми порядок будет в любом доме URL: <https://novate.ru/blogs/tags>

2. Пронин Е.С. Теоретические основы архитектурной комбинаторики. Москва: "Архитектура-С", 2004. 232 с.

3. Божко Ю.Г. Архитектоника и комбинаторика формообразования. Киев, 1991. 245 с.

---

*Євдокименко О.М.*

*Аспірант кафедри експертизи, технології і дизайну текстилю*

*Закора О.В.*

*К.т.н, доцент кафедри експертизи, технології і дизайну текстилю*

*Петіна О.В.*

*Магістрант кафедри експертизи, технології і дизайну текстилю*

*Херсонського національного технічного університету*

## **ПОНЯТТЯ ФАКТУРИ ТКАНИНИ В ТЕХНОЛОГІЇ ТКАЦТВА**

Фактура поверхні текстильних виробів істотно впливає на естетичне сприйняття людиною навколишнього середовища. В основному фактуру тканин розглядають з точки зору оздоблення готової вже тканини. Сучасні художники створюють в техніці ручного ткацтва прекрасні експериментальні тканини, виставкові арт-об'єкти з найрізноманітнішою фактурою. При цьому в текстильному дизайні матеріали за ступенем виразності фактури, як правило, поділяють на матеріали з багатою фактурою (фактурні) і матеріали з бідною фактурою (нефактурні) [1].

Поняття фактури тканини в технології ткацтва має дещо інше значення і є важливим аспектом при проектуванні тканин. Фактура характеризує особливості побудови і обробки поверхні текстильного виробу і одночасно своєрідність художньої техніки. Прийнято поділяти фактуру тканин на гладку, рівну, шорстку, узорно-гладку, рельєфну, ворсову, повстяну та інші. Даний розподіл базується на прояві на поверхні тканин особливостей переплетення та ефекту від сировинного складу ниток, що є неповним переліком факторів, які впливають на дизайн тканин [2].

При проектуванні дизайну тканин технологічними засобами необхідно додержуватись принципу єдності форми та структури, що передбачає врахування таких факторів, як колір ниток, структура ниток, переплетення, параметри ткацтва [3]. В сучасних методиках проектування дизайну тканин врахування технологічних параметрів ткацтва обмежене відсутністю теоретичної бази, інформації про механізм утворення та різновиди фактур тканин, що призводить до необхідності виготовлення дослідних зразків, і, як наслідок, збільшує виробничі витрати.

Розширення знань про різновиди фактур в процесі проектування дизайну тканин вимагає аналізу взаємозв'язків між технологічними засобами ткацтва. У зв'язку з цим представляє інтерес спроба систематизації фактур тканих структур та дослідження взаємозв'язку між їх якісними і кількісними характеристиками з урахуванням факторів, які впливають на дизайн тканин в процесах проектування і виробництва.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. [Електронний ресурс][<http://nymphodisiac.ru/faktura-v-dizajne-tekstilnyh-izdelij-dpi/>].
2. Козырев В. А. Фактура как средство художественной выразительности в учебной композиции / Козырев В. А. // В сб. Композиция в промышленном и декоративно-прикладном искусстве. Л., 1973.
3. Загора О.В. Класифікація методів проектування дизайну тканин технологічними засобами / О.В. Загора, О.М. Євдокименко, О.Ю. Рязанова, О.В. Федорченко// Свідectво про реєстрацію авторського права на твір №79574. Заявлено 05.05.18, опубліковано 04.06.2018.

---

*Гальчинська О.С.*

*Аспірант кафедри ергономіки і проектування одягу  
Київського національного університету технологій та дизайну*

*Лю Цзянсінь*

*Аспірант*

*Чанчунський педагогічний університет, м. Чанчунь, Китай*

*Пашкевич К.Л.*

*Д.т.н, професор кафедри дизайну*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

#### **ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ЕКОДИЗАЙНУ ПРИ РОЗРОБЦІ ОБ'ЄКТІВ ЛЕНД-АРТУ**

Екологічні проблеми ХХІ ст. постали глобальним питанням для всього людства. Провідні держави світу стурбовані пошуками нових шляхів для безпечного використання і переробки синтетичних матеріалів і речей з них. Як наслідок такої діяльності народився напрям "екодизайн", основна мета якого полягає не лише в

раціональному використанні матеріалів і ресурсів, а й в створенні об'єктів архітектури і дизайну, заснованих на новітніх екологічних технологіях [1, с.170].

Екодизайн містить такі напрями як ландшафтний дизайн, фітодизайн, дизайн меблів, дизайн інтер'єру, дизайн одягу тощо [2]. Екодизайн базується на таких принципах: використання натуральних, не токсичних, природних матеріалів, які легко утилізуються та їх повне безвідходне застосування, використання відновлюваних матеріалів тощо. Саме таких принципів дотримуються митці, які є представниками концептуального мистецтва ленд-арт. Ленд-арт - "мистецтво землі" - є одним з напрямів екодизайну тому, що матеріалами для створення мистецьких творів дизайну є природні об'єкти: дерева, каміння, листя, гілки, трава, квіти, сніг, вогонь з використанням елементів ландшафту та навколишнього середовища: землі, скель, води, неба тощо.

Історія ленд-арту почалась з кінця 60-х років XX ст., коли деякі американські художники, а саме Роберт Смітсон і Майкл Гейзер створили перші твори ленд-арту, як витвір концептуального мистецтва (рис. 1). В другій половині XX ст. з'явилися твори Геміша Фултона і Річарда Лонга, які задіяли в своїх об'єктах не лише природний ландшафт, а й примусили глядачів рухатися в межах твору, що стало певною концепцією взаємодії між арт-об'єктом та глядачем.

Предметом дослідження стали роботи митців, які створюють інсталяції в стилі ленд-арту, матеріали і технології, які використовують дизайнери на практиці для створення мистецьких та дизайнерських об'єктів, а також для оздоблення середовища. Світових митців ленд-арту часто надихають мегаліти, скульптури острова Пасхи, величезні таємничі знаки, знайдені в Перу тощо, українських – скіфські "баби", кургани, а також особливості ландшафту України. Проведений аналіз показав, що твори ленд-арту можна класифікувати за такими ознаками: призначенням, використаними матеріалами, розміром, місцем розташування тощо. Митці використовують у своїй роботі як пластичні форми (статичні, сталі, перманентні тощо), так і перформативні (динамічні, кінетичні тощо).

Прикладом використання простих геометричних форм у ленд-арті є деякі з арт-творів Р. Смітсона і філософські ландшафти Ч. Дженкса. Яскравими зразками перформативних творів є кінетичні скульптури Тео Янсена та Ентоні Хоу (рис. 1), які використовують не лише форму, а й рух об'єктів за допомогою природних стихій.



"Спіральна дамба", Р. Смітсон, 1970 р. "Місто", М. Гейзер, 1972 р.



"Створіння", Т. Янсен, 2015 р.

"В хмарах III", Е. Хоу, 2013 р.

Рис. 1. Об'єкти ленд-арту

Отже, досліджено сучасні напрями екодизайну з метою подальшого їх впровадження в дизайні об'єктів ленд-арту. Аналіз показав, що мистецтво ленд-арт як напрям екодизайну відповідає сучасним тенденціям актуалізації однієї з головних проблем сучасності – збереження довкілля тому, що основна мета створення ленд-арт об'єктів – концепція філософії людини та її відношення з навколишнім світом.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Никоненко Т. М. Естетична концепція екодизайну // Проблеми розвитку міського середовища. – 2012. – Вип. 7. – С. 170-176.
2. Вишеславський Г. Ленд-арт. Термінологія сучасного мистецтва. Означення, неологізми, жаргонізми сучасного візуального мистецтва України / Г. Вишеславський, О. Сидор-Гібелінда. – Париж-Київ : Terra Incognita, 2010. – 416 с.

*Бондаренко В.В.*

*Професор кафедри "Дизайн середовища",  
декан факультету "Дизайн середовища"*

*Леценко Т.І.*

*Старший викладач кафедри "Дизайн середовища"  
Харківської державної академії дизайну і мистецтв*

### **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ОСВІТИ**

Сьогодні вища освіта України знаходиться на стадії перехідного етапу. Зараз вона повністю перейшла на двоступеневу підготовку бакалаврів і магістрів. Самим головним, на наш погляд, є не зруйнувати, а, навпаки, зберегти академічні традиції мистецької підготовки випускників. Кожний ВНЗ, маючи свій профіль та традиції підготовки дизайнерів, повинен мати більше прав по вирішенню питань щодо терміну підготовки бакалаврів і магістрів, розробки навчальних планів та авторських програм дисциплін, вибору обсягу навчального навантаження студентів та ін.

Підготовка спеціалістів-дизайнерів потребує більшої кількості тижневого навчального навантаження, ніж в технічних ВНЗ. На протязі десятків років після того, як було розпочато підготовку дизайнерів, тижневе навчальне навантаження складало 54 години аудиторних занять. Зараз для бакалаврів це – 24 години на тиждень, магістрів – 18 годин.

Інтеграція України у світовий простір потребує глибокого осмислення великої низки питань, серед яких майже головним питанням є: яким ми бачимо підготовку магістра дизайнерського профілю. Справа у тому, що не кожний студент має здібності до наукової роботи. В такому разі кожний вищий навчальний заклад повинен мати право вирішувати це питання індивідуально до кожного студента. Тоді в кожному випуску магістрів ми зможемо випустити магістрів-науковців та магістрів-практиків.

Перехід на двоступеневу підготовку дизайнерів потребує від нас зміцнення наукового компоненту в навчанні. Починаючи з третього курсу, всі студенти повинні виконувати по окремих дисциплінах реферати, експериментальні та наукові дослідження, виступати з доповідями на наукових конференціях, приймати участь в студентських конкурсах наукових робіт. Навчання студентів в творчих навчальних закладах має свою специфіку та особливості. В цьому



контексті значний інтерес представляє пошук шляхів та методів формування та удосконалення творчої особистості студента. Особливу актуальність ці питання набувають сьогодні у зв'язку з інтеграцією України в європейський освітній простір.

Значну роль в розкритті творчих можливостей особистості та перетворювання її в творчу індивідуальність відіграє так званий мотиваційний блок. В силу цього головним завданням дизайнерської вищої школи, яка має саме творчу направленість, є формування та збагачення мотивації творчої діяльності майбутнього спеціаліста. Найкращим чином розвивається творча активність студентів в процесі підготовки та участі в різних конкурсах та виставках. Досвід активної участі студентів в конкурсній діяльності широко втілюється на факультеті "Дизайн середовища" ХДАДМ.

Дуже добре, що сьогодні ВНЗ проводить конкурсний відбір претендентів на другий рівень освіти (магістр). Виникає питання: на наш погляд, кількість магістрів, яких готує ВНЗ за рахунок бюджетних коштів, має бути більшим, ніж це є зараз. Якщо все залишиться, як сьогодні, багато випускників не будуть мати серйозну професійну освіту.

Болонська система потребує від нас пошуку нових методик викладання іноземної мови. Цей процес має бути більш інтенсивним, бо обмін студентами з країнами Європи потребує серйозної мовної підготовки.

Сьогодні почали здійснюватися конкретні реформи в організації освіти, оновлюється зміст та методика навчання, значно поширилось втілення в навчальний процес системи комп'ютерних технологій. Незважаючи на це, ми повинні розробити філософську концепцію існуючих напрямків сучасної освіти. Кожний вищий навчальний заклад повинен мати своє особисте обличчя. Це дасть змогу вирішити перспективи формування національної мистецької освіти і допоможе знайти шляхи інтеграції України в світовий простір та виховати достойну еліту держави.

---

*Дядюх-Богатко Наталія Йосипівна*

*Канд. мист., доцент Української академії друкарства, м. Львів*

## **ДИЗАЙН І БІЗНЕС-ТУРИЗМ**

Що означає для світу Україна? Бунтарська, пострадянська, невизначена... Що думаємо ми самі про себе? В нас мало грошей і нас все не влаштовує, в когось краще... Ми всі потенційні емігранти? В нас все депресивне... Не скрізь є краще! Щоб краще жити треба в декілька разів більше працювати!

Але ми говоримо про мистецтво! То де вважається "найкрутіше" мистецтво? Рим! Колиска цивілізації... Але і там не все так прекрасно і однозначно! Проте, щоб переконатись у цьому варто його вивчити з різних боків. Там є багато злодіїв, емігрантів, і своїх "не при тямі" не бракує. Та щодо мистецтва, то дивує після України любов до всього не лише старого, а до кожної дрібнички, при цьому акцентування на важливість цієї речі для певної епохи. Після наших "євроремонтів" до яких всі прагнуть, в Італії дивує відсутність бажання в італійців замінити майже всі зістарені деталі інтер'єру. Не йде мова про якусь антикварну річ. Вони вперто не будуть замінювати вікна крізь які дує і свистить вітер на більш герметичні. Їм це в голову навіть не прийде. І це не через брак грошей. Так має бути як колись запроєктував архітектор. І все, просто глибока повага.

Візьмемо інший приклад, Мексика. Студенти Університету штату Гуанахуато кафедри цифрових технологій звертають свою увагу до особливостей росту і цвітіння кактусів, на кафедрі дизайну проєктують анімаційних персонажів, що будуються на вивченні традицій інків та ацтеків. Тобто звертання до місцевої флори фауни.

То яким має бути український дизайн, щоб привабити і звернути на себе увагу. По-перше, звісно найпривабливішим на ринку є той продукт, що пропонує вищу якість за нижчу ціну. І з цього огляду, на разі, Україна є дуже привабливою в плані дешевого людського ресурсу. Що є дуже сумно. Наші дизайнери, мої студенти, з легкістю справляються із замовленнями як зі скандинавських країн, так і з дизайном заверстаним із ідишем для Ізраїлю. Як фрілансери, думаю що наші перебивають всі ціни при гідній якості дизайну.

А по-друге, чим український дизайн може привабити? Чим Херсон є особливим? Я думаю, думка зі Львова вам буде цікавою. Я особисто дотримуюсь марксистської теорії в мистецтві, і розглядом мистецтва крізь призму грошових відносин. Відома фраза: "Хто платить – той замовляє музику!" Тож спершу, для кого ми хочемо створити український дизайн? Для себе, щоб було зручно, приємно, красиво чи щоб дешево або ще трошки дешевше? Чи для іноземця? Для нього чим ми відрізняємось від інших постколоніальних країн? В нас прийнято більше говорити про сусідні держави зі Сходу і Заходу, про Росію і Польщу, але давайте зупинимо свій фокус на інших сусідах: Словаччині, Румунії і Білорусії. Країни, з якими ми маємо подібну історичну лінію, схожість в етнографії, сьогоденні. Як відрізнити наші культурні вектори? Тут йде мова не про політику чи державну символіку, а про пересічний дизайн міського середовища, графічний дизайн, інтер'єри, вподобання старшого покоління і молоді. Херсон. Яким він є для львів'янки?

1) Вражають рівнинні простори. Може це використати для гри у гольф? Але як це можна використати для арт-івентів. Які особливості ландшафтної скульптури? Які ворк-шопи тут можна проводити з цим врахуванням? Гасло яке пропоную для подібних акцій: "Простір який обмежує лише горизонт!" Це можливість створити подію, креативним рухом якої будуть молоді креативні художники. І при цьому прекрасна подія для залучення туристів.

2) Вражає Дніпро. Воно тут зовсім інакше ніж у Києві. Ширше. Воно нагадує ціле місто. Плавні з рукавами, це така складна система з вулицями, тупиками, відгалуженнями, що її складність заворожує. Чи бували у вас пленери у плавнях? Бо їх краса не в наявності чи відсутності риби, а в чаплях, черепахах, пропливаючих зміях. Чи є можливість для туриста замовити в державній організації екскурсію, мандрівку місцевістю?

3) Скільки знає пересічний громадянин України про Асканію Нову, окрім того що це одне з 7 чудес України? Чи про Олешківські піски? Запитайте про це у своїх знайомих з інших міст. Що дизайнери можуть зробити для популяризації цієї перлини? Дизайн, це неначе обгортка для цукерки, ми не куштуємо її, купуємо за яскравим фантиком. Дизайн, це як ювелірне оздоблення для діаманту, бо без перстня камінчик легко загубити. І так ми губимо свої коштовності.

Але чи спрямовуються гроші з місцевого бюджету на популяризацію місцевої культури. Чи відбуваються відкриті конкурси? Чи знають про них студенти?..

Чим дизайн може "взяти" туриста? Своєю фаховістю. За високоякісний дизайн з метою популяризації регіону має платити і бути замовником держава та держані органи. Дизайнери спроможні вигадати концепти розвитку промо-продукції для будь яких акцентів, проте їх пріоритети мають бути визначені культурно політикою держави, та що найважливіше, виступити фінансовим гарантом довготривалої інтелектуальної праці.

Проте в сучасному світі не можливо перекладати все на державу. Для прикладу успіх туристичного бізнесу у Львові пов'язана з приватним бізнесом. "Копальня кави", "Криївка", "Масони", "У ката" та інші популярні в туристів місця – це все вигадано креативщиками, як кажуть, "на рівному місці". Просто, є запит суспільства на театралізовані історичні місця і є бізнес який готовий вкладати гроші у ідеї, дизайн, театральність і контролювати ці вкладення.

Наша помилка часто в тому, що ми ідеєю відходу імперії не готові брати на себе ініціативу як у пропозиції (дизайну, бізнес-ідеї, проекту) так і в контролі та доведення її до втілення. Якщо є ідея – за неї варто боротись, не місяць чи три, а терпеливо роками. Самі піски, навіть найбільші у Європі, на золото не перетворюються. Приватний

бізнес має виступити ініціатором розробки серії угод: із заповідником про дозвіл проведення туристичних послуг, із дизайнерами про розробку бренд-проекту, із державними органами про утримання автошляхів у належному стані. І навіть дизайнери маючи часом блискучі ідеї мають не боятись пропонувати їх бізнес-корпораціям і всім про них розповідати, бо може саме Вас вони зараз Чекають!

---

*Борисов Юрій Борисович*

*Доцент кафедри дизайну*

*Черкаського державного технологічного університету*

## **РЕАЛІЇ УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ**

В 2018 році, як ніколи, в Україні почали цікавитися дизайном. Окрім ініціативи Спільноти дизайнерів України, з проведення Днів дизайну в Україні і заходів приватного характеру, окремі державні інституції побачили можливу користь в дизайні, як одного з потужних секторів креативних індустрій, виду економічної діяльності, що спроможний створювати нові робочі місця.

Відбулися дві серйозні акції.

Перша. В липні 2018 р. Міністерство культури України провело круглий стіл з питань дизайну "Create. Ukraine", де приймали участь представники Офісу з просування експорту, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Українського культурного фонду, Міністерства інформаційної політики, Міністерства закордонних справ, Спільноти дизайнерів України, Офісу із залучення та підтримки інвестицій "Ukreintinvest". З'явилася молода генерація держслужбовців, які сподіваються поживити експорт і зробити певний піар для формування позитивного іміджу України у світі, але в їх виступах відчувалося прагнення йти коротким шляхом, для отримання певних економічних результатів вже сьогодні. Пропонувалися окремі піар акції, але їх можна визначити, як поверхневе ставлення до важливого питання.

Але є другий шлях розвитку національного дизайну – зробити українські товари більш конкурентоспроможними, а життя українців більш комфортним. Це тривалий процес ("довгі гроші"), який потребує інших, стратегічних підходів. Наприклад, "Програми розвитку національного дизайну", де вказуються основні механізми, а саме: структура реалізації, план заходів, терміни, бюджет, відповідальні особи. Ці програми передбачатимуть три основні напрями: розвиток виробництва, нормативно правову базу (світовий досвід), PR (виховання споживача, зміна ставлення до дизайну, через різноманітні

акції – виставки, конкурси, ТВ програми, музейні експозиції, дні Українського дизайну тощо). Вагоме значення має Дизайн-освіта, програма дизайн-підготовки, школа, інститут, галузевий стандарт, зв'язок з виробництвом і т.д.

Визначною і найбільш показовою подією, яка характеризує сучасний стан вітчизняного дизайну, став конкурс проектів Українського культурного фонду як державної установи, що сприяє реалізації державної політики у сфері культури та мистецтва. Цей конкурс показав реальний стан справ з дизайном на Україні.

В 2018 році на конкурси надійшло 716 проектних заявок з восьми напрямків:

- Індивідуальні національні проекти – 593;
- Проекти національного партнерства – 100;
- Проекти міжнародного партнерства – 23.

За результатами конкурсів культурно-мистецьких проектів, що були проведені Українським культурним фондом, фінансування отримають 298 проектів-переможців (по секторам):

- Аудіовізуальне мистецтво – 77;
- Культурна спадщина – 62;
- Перформативне мистецтво – 42;
- Креативні індустрії – 42;
- Література та видавнича справа – 30;
- Візуальне мистецтво – 20;
- Аудіальне мистецтво – 17;
- Дизайн і мода – 8.

Показовою є тематика проектів в секторі "Дизайн і мода", де 7 проектів стосується моди і один – освіти, але жодного проекту з дизайну.

Із загальної суми, на яку Фонд підтримує проекти у 2018 році, яка становитиме 148 млн. 771 тис. 817 грн. 59 коп, жодної копійки не піде на підтримку українського дизайну (секція має назву "Дизайн і мода").

"Секторальна стратегічна секція: дизайн" не надала відповіді на головні питання, а саме: створення інституції з проблем розвитку національного дизайну з можливістю законодавчої ініціативи (варіанти: волонтерський рух, Рада з дизайну, Фонд розвитку національного дизайну, асоціація тощо); розробка програми розвитку національного дизайну. Але є інформація, яка допоможе зробити відповідні висновки і намітити шляхи подолання негативних тенденцій в Українському дизайні.

## ЛІТЕРАТУРА

1. [https://ucf.in.ua/news/projects\\_2018](https://ucf.in.ua/news/projects_2018)

---

*Іваненко Т.О.*  
*Кандидат мистецтвознавства*  
*Доцент кафедри графічного дизайну*  
*Харківської державної академії дизайну і мистецтв*

## **ШРИФТОВИЙ ДИЗАЙН: ДО ПИТАННЯ ПРОБЛЕМИ БРЕНДИНГУ УКРАЇНИ**

Запровадження бренду країн, міст та регіонів є вже поширеним явищем сучасності. Уряди багатьох розвинутих країн інвестують у дизайн та просування національних систем візуальної ідентифікації. В першу чергу це США, Велика Британія, Франція, Німеччина, Сінгапур та інші. Дуже добрий бренд представила Естонія.

Як відомо, у травні 2018 року Кабмін України затвердив новий бренд України "Ukraine NOW" для побудови іміджу у світовому просторі. Необхідність цього не викликає жодних сумнівів. За словами П. Вржеша, директора агенції Banda Agency (автори проекту), цей бренд має сформувати імідж України у зовнішній рекламі та пресі, залучити інвестиції та покращити туризм, а мобільний додаток допоможе іноземцям познайомитися з нашою країною. В свою чергу, Міністерство економічного розвитку та торгівлі України заявило, що цей проект не буде використано в межах країни, бо існує вже розроблений бренд України "Ukraine — It's all about U", який міністерство збирається продовжувати використовувати.

Проект "Ukraine NOW" одразу викликав чималі дискусії у суспільстві, до яких долучились як професіонали з брендингу, мистецтвознавці, шрифтарі, так і небайдужі громадяни. Багато публікацій та дискусій ми мали змогу спостерігати на сторінках ЗМІ, у соціальних мережах тощо. Більшість меседжів апелює до того, що цей бренд, точніше, логотип, не відображає сутність України. Дійсно, з першого погляду, сині та жовті плашки з чорним шрифтом здаються знеособленою комбінацією елементів. Проте зазначимо, що це скоріше технічний бренд, він створений для комунікації з іноземцями за межами країни. Наскільки стане ефективною реалізація — мабуть, покаже час.

Останніми роками у закордонних брендах превалює більше графічний мінімалізм, коли робота ведеться з геометричними формами і шрифтами. Тому відсутність певних символів на кшталт орнаментів, соняшників тощо цілком зрозуміло у проекті "Ukraine NOW". Якщо розглядати його як систему або певний масштабований модуль для розміщення інформації, а не емоційно наповненим цілісним брендом,

то в цілому він має виконувати свою роль саме в контексті розуміння його застосування.

Окремо хочеться відмітити шрифтове наповнення проекту "Ukraine NOW", бо він також викликав неоднозначну дискусію у шрифтовому середовищі. Шрифт Ermirov, розроблений українським дизайнером К. Ткачовим, в цьому випадку виступає основою візуальної ідентифікації. Цей широкий закритий геометричний гротеск названо на честь В. Єрмілова, який здебільшого створював витягнуті геометричні гротески на початку ХХ століття. Саме цей дисонанс й викликав жваве обговорення, адже ім'я та графічні форми оригінальних робіт відомого харківського художника-конструктивіста мали дати той самий український контент, якого не вистачило проекту в цілому. Насправді шрифт виявився досить цікавим, цільним та сучасним. Звичайно, його ще необхідно апробувати на різних носіях, бо деякі моменти здаються дискусійними (наприклад, дуже "темна" рядкова "е" тощо). Проте, можливо, саме такий шрифт і має бути у цьому проекті. Останніми роками багато створюється шрифтів з "українським забарвленням", їх авторами являються саме українські шрифтові дизайнери, які прагнуть вивести українське шрифтарство на новий, сучасний рівень, та в той же час зберегти наш культурний спадок.

*Ганоцька Ольга Василівна*

*Кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри графічного дизайну  
Харківської державної академії дизайну і мистецтв*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ**

Із зростанням асортименту товарів і конкуренції упаковка перестає виконувати роль виключно утилітарну – "збереження товарів", а стає одним з основних засобів, що дозволяє виділити товар з множини собі подібних. Відповідно, зростає не тільки значущість зовнішньої привабливості упаковки, але й тієї додаткової споживацької цінності, яку вона вносить. "Упаковка стає необхідною в суспільстві, де людей всіляко заохочують сприймати себе як споживачів, і не тільки зубної пасти і автомобілів, але і таких абстрактних предметів як спосіб життя і здоров'я" [2].

Початок ХХІ століття в пакувальній промисловості України – це період, коли посилюється та зростає конкуренція. Утримати стійке місце на ринку в таких умовах стає дедалі складнішим. Зараз на початку ХХІ століття кожний підприємець розуміє: щоб продати товар, йому потрібна належна упаковка. В.М. Кривошея вказує: "У найближчі роки у відповідь на радикальні зміни, які безперервно впливають на людські відносини, розвиток пакування швидше прийме форму революції, ніж простої еволюції, особливо коли мова йде про споживчий ринок, продаж товарів та продуктів" [1].

Раніше, традиційно, під час розробки та виробництва упаковки насамперед задовольнялися вимоги виробників та продавців, і лише потім вимоги споживачів. Сьогодні часи змінилися, в майбутньому споживач не буде сприймати упаковку, яка не буде його повністю задовольняти. Етикетка та упаковка – це перше, на що звертають увагу споживачі. Саме вони першими надають рекомендації при виборі того чи іншого продукту або товару. Нерозривна ланка виробник-продукція-покупець зараз розглядається як естетичний комплекс, в якому упаковка є мовою спілкування між виробником та споживачем. Звідси беруть початок сучасні вимоги ринку до етикеткової та пакувальної продукції з урахуванням національних та культурних особливостей ринку.

Озираючись назад, можна сказати, що найбільший успіх по зниженню витрат на виготовлення упаковки став можливий, завдяки: новим пакувальним матеріалам, покращенню їх якості, новітнім або поліпшеним технологіям виготовлення упаковки, оптимальному



оформленню тари, новим системам упаковки тощо. Напевно, що для виробництва високоякісних, естетичних етикеток та упаковок, які задовольняють потреби ринку, сьогодні у нас є практично все. Нові спеціалісти внесли свіжий погляд в оформлення упаковок та етикеток, створили сучасні та конкурентоспроможні зразки пакувальної продукції. Вони використовують у своїй роботі найсучасніші види комп'ютерної техніки, найновіші технології, які у сполученні з майстерністю надають дуже цікаві та продуктивні результати.

Проте, на жаль, іноді незнання традицій, відсутність професіоналізму, загальної культури приводять до створення позбавлених смаку, примітивних зразків продукції або до відвертого, сліпого копіювання зарубіжних аналогів. Подолати це допомагають спеціалізовані виставки, національні та регіональні конкурси, більш активна участь у міжнародних виставках та конкурсах, що проводяться за кордоном. Так, за думкою вітчизняних та зарубіжних експертів упаковки, представлені вітчизняними виробниками на виставках рік від року заслуговують найвищої оцінки.

Перспективи розвитку такого напрямку у графічному дизайні як дизайн упаковки сьогодні полягають у тому, що упаковка майбутнього являтиме собою зручну і максимально захищену ємність, яка передаватиме не тільки візуальну і тактильну інформацію, а ще й впливатиме на інші рецептори. Прогностичні тенденції у дизайні упаковки можна окреслити наступним чином: багато уваги приділяється розвитку напрямку еко-упаковки, пошуку нових альтернативних видів екологічних пакувальних матеріалів; впровадженню новітніх технологій, а саме, smart package, упаковка з використанням технології доповненої реальності; активно продовжує розвиватися напрямок універсальної упаковки; а також введення в упаковці додаткових пристроїв, які здатні надавати значно більше інформації про той чи інший продукт.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Кривошей В.М. Упаковка в нашому житті / Кривошей В.М. – Київ: ІАЦ "Упаковка", 2001. – 160 с.
2. Хайн Т. Все об упаковке: эволюция и секреты коробок, бутылок, консервных банок и тюбиков / Томас Хайн; пер. с англ. – СПб : Азбука: кн. Клуб "Тerra", 1997. – 282 с.

---

*Кузнецова І.О.*  
*Доктор мистецтвознавства, професор*  
*НТУУ "КПІ ім. Ігоря Сікорського", м. Київ*  
*Петренко В.*  
*Магістрант*  
*НТУУ "КПІ ім. Ігоря Сікорського", м. Київ*

## **СПЕЦИФІКА ДИЗАЙНУ ЕТИКЕТКИ ПРИ ФЛЕКСОГРАФІЧНОМУ ВИДИ ДРУКУ**

Хоча поняття "флексографії" з'явилося 66 років тому, проблеми, які стоять перед дизайнером етикетки, не вирішені до цих пір. В цілому цю проблему можна ставити в ряд задач, які стоять перед дизайнером поліграфічної продукції. Дана задача настільки актуальна, що, наприклад, компанія "Кодак" проводить в жовтні 2018 р. конкурс дизайну упаковки, виконаної саме флексографічним методом.

Мета: виявити види основних задач, які стоять перед дизайнером етикетки при флексографічному виді друку.

Основна проблема полягає в тому, що вирішувати такі питання повинна команда з дизайнера та технолога, що не завжди "виконується" в маленьких друкарнях в Україні. Друга проблема полягає в тому, що замовники українських етикеток, які повинні друкуватися флексодруком, щиро вважають, що етикетка, отримана таким видом друку, порівняно дорога та має низьку якість. Тому замовники самі пропонують такий "дизайн" етикетки, який ніяк не пов'язаний з поняттям "гармонійна композиція". Особливо велика кількість таких етикеток пропонується для елітної винної продукції. Третя проблема – відсутність конкретних рекомендацій дизайнеру, пов'язаних з друком флексографічним методом. Список нюансів повинен бути складений окремо для додавання до даного виду друку.

Процес використання досліджуваного напрямку в дизайні етикетки передбачає декілька варіантів використання нових технологій у флексодруці: 1) Процес холодного чи гарячого тиснення фольгою - дизайнери використовують для того, щоб виділити такі важливі елементи на етикетці як, наприклад, логотип чи назву рекламованого об'єкту на етикетці. 2) Процес ламінування дизайнери використовують як елемент декору або для захисту етикетки від зовнішнього впливу. Проблемним може виявитися поєднання вищевказаних технологій. 3) Процес конгрева передбачає видавлювання або надання рельєфу зображуваним об'єктам на етикетці. При поєднанні вищевказаних

ефектів з флексодруком, з'єднання текстур різних поверхонь стає серйозною проблемою на стадії друку.

Хоча останні пару десятиліть і проглядається мінімізація графічних зображень в етикетці, в елітних специфічних етикетках, особливо пов'язаних з етнодизайном (наприклад, історично відомих грузинських вин) активно використовується декор. Оскільки етикетка нестандартної форми припускає можливість привернути увагу відповідного сегменту ринку, то вона також часто використовується як етикетка елітного товару. Це теж ставить ряд проблем перед дизайнером такої продукції.

Висновки: перед дизайнером етикетки при використанні флексографії стоять наступні види основних завдань: вивчення специфіки флексографічного друку для роботи в парі з технологом, психологічне завдання по роботі із замовником; створення списку концептуальних рекомендацій при роботі з флексографічним друком і поєднанні його з ламінуванням і конгревом; завдання за визначенням специфіки створення етикетки нестандартної форми в досліджуваних умовах.

---

*Вискварка Яна Миколаївна  
Аспірант*

*Харківської державної академії дизайну і мистецтв*

## **РОЗВИТОК ВІЗУАЛЬНОЇ ГРАФІКИ В ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА**

Процес формування засобів художньої виразності для втілення політичного образу є складовою міжгалузевого процесу і тісно пов'язаний із вираженням політичних ідей, цінностей, принципів, які проголошує політичне спрямування. Вони є важливими засобами комунікації, засвідчують певну політичну позицію, несуть смислове навантаження, емоційне сприйняття, мобілізують електорат. Візуальна складова в політичній рекламі зустрічається найчастіше і вважається найвпливовішою.

Сучасне суспільство знаходиться на новому етапі розвитку інформаційної епохи – нестабільна політична ситуація, швидкоплинність подій, необхідність ідентифікації новоутворених політичних персоналій – усе це зумовлює актуальність дослідження дизайну політичної реклами як найважливішого "комунікатора" між політичними суб'єктами та електоратом. Проблема візуальної складової в політичних кампаніях сучасної України має досить великий значний потенціал і досі залишається недостатньо розкритою.

У сучасному світі візуалізація рекламного повідомлення відіграє важливу роль з огляду на те, що вона дозволяє залучити увагу споживача, сформувані усвідомлений потік інформації та усунути другорядні фактори сприйняття, зацентрувавши увагу на головному. Специфічна особливість графічного дизайну як різновиду художнього мистецтва проявляється у тому, що графічний дизайн має проєктний характер та функціонально-естетичну спрямованість у напрямі масового відтворення візуальних символів мови в умовах сучасної комунікативної сфери.

Графічні рекламні матеріали представлені у вигляді графіків, таблиць, схем, діаграм, карт, реконструкцій, зображень, ілюстрацій, графічних розповідей, інформаційних блоків тощо. Усі елементи рекламного графічного дизайну становлять дизайн-візуалізацію, в якій поєднується декоративний та інформативний складники, тобто емоційність та графіка. При цьому дизайнер вирішує проблему доцільності та кількості використання зображувальних прийомів для максимального розкриття провідної ідеї повідомлення.

Науковці В. Корнієнко та С. Денисюк виділили чотири системотворчі ознаки ментальності українського народу, які з необхідністю слід враховувати при формуванні іміджу політичного лідера для подолання проблем та труднощів під час формування політичного іміджу [1]:

1. Інтровертивність вищих психічних функцій у сприйнятті дійсності, що виявляється у зосередженості особи на фактах і проблемах внутрішнього, особистісно-індивідуального світу.

2. Кордоцентричність, що проявляється у сентименталізмі, чутливості, любові до природи, яскраво відображених у пісенному фольклорі.

3. Анархічний індивідуалізм, партикулярне прагнення до особистої свободи, без належного прагнення до державності, коли бракує ясних цілей, дисциплінованості й організованості.

4. Перевага емоційного, чуттєвого над волею та інтелектом. Уявлення про успіх, благо, про можливості людської особистості в українській думці не розвинуті, примітивні, якоюсь мірою інфантильні.

Особливості засобів художньої виразності при формуванні політичного образу представлені необхідністю раціонально поєднати колір, шрифти, зображення, фото, ілюстрації та знаки для створення бажаного ефекту від рекламного повідомлення.

Важливість створення індивідуального іміджу пов'язується з тим, що цільова аудиторія зазвичай не має особистих комунікаційних зв'язків з політиками, а тому реагує виключно на його візуальний образ, що проявляється у формі іміджевої інформації. Вдало

сформувавши політичний імідж, політичний діяч отримує можливість досягнення політичної влади, перемоги на виборах, здійснення політичного впливу та переконання, підвищення власної або партійної конкурентоспроможності, полегшення доступу до ресурсів.

Отже, можемо підсумувати, що оптимальним іміджем політика є комплекс елементів, на яких базується сутність політичного лідерства із сукупністю іміджеутворюючих рис, які є реальними у досягненні. Оптимальний імідж є гуманістичним, відзеркалюючим розвиток політичної культури, свідомості громадян, демократичних процесів у суспільстві, його духовних здобутків. Політичний імідж допомагає ідеалізувати образ політичної сили, надавши їй ознак доброчесності, антропоцентричності, сучасності та перспективності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – 145 с.

---

*Галицька Олена Валеріївна*

*Старший викладач кафедри дизайну*

*Деркач Сергій Петрович*

*Старший викладач кафедри дизайну*

*Черкаського державного технологічного університету*

## **ЦИФРОВИЙ ЖИВОПИС В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ**

Для дослідження поставленої проблеми необхідно проаналізувати вплив цифрового живопису на створення художнього образу в проектуванні. На сьогоднішній день практично не існує досліджень з цієї проблематики, а дослідження розвитку цифрових технологій в Україні не відображають розвитку цієї галузі. На сьогодні використання цифрових комп'ютерних технологій дозволило образотворчому мистецтву показати нові інноваційні підходи в художньому відображенні дійсності. Цифрові комп'ютерні технології докорінно трансформували структуру образотворчого мистецтва і визначили необхідність його переосмислення та виявлення новизни засобів комп'ютерної графіки в проектуванні візуального художнього образу. Ця новизна полягає в новому підході до створення художнього образу, відбувається відмова від прямого використання звичних засобів створення зображення, таких як фарба, пастель, олівці, пензлі, які замінюються комп'ютерними технологіями, технічними засобами.

Цифровий живопис – це нове явище в сучасному мистецтві, його дослідженням займалися Ф.Наке, П.Берклай, Б.Вендс, Д.Лопес, А.Маркус, К.Паул, Ф.Поппер, Г.Франке, Р.Чан та ін. Д.Френк, Я.Рейхард досліджували лише певні етапи в розвитку цифрового мистецтва, а Л.Врей, Д.Краузе, Б.Лотка – окремі напрямки в мистецтві, які були тісно пов'язані з використанням цифрових комп'ютерних технологій. Цифровий живопис – новий вид мистецтва, в якому традиційні техніки живопису, такі як акварель, олія та ін. імітуються за допомогою комп'ютера, графічного планшету та програмного забезпечення. Цифровий живопис відрізняється від інших форм цифрового мистецтва тим, що в ньому ілюстрація створюється без рендерингу комп'ютерної моделі, натомість техніки живопису використовуються художником безпосередньо в спеціальних комп'ютерних програмах.

Початком визнання комп'ютерної графіки як мистецтва традиційно прийнято вважати конкурс, проведений журналом "Computer and Automation" в 1963 році, переможцями якого стали співробітники військової лабораторії з дослідження балістичних ракет штату Меріленд. Американський художник Майкл Нолл став першим в історії комп'ютерного мистецтва, кого цікавила виключно естетична цінність створених цифрових зображень. Першу свою роботу художник створив у 1962 році, а в одному з ранніх експериментів спробував порівняти картину відомого художника зі створеним за допомогою комп'ютера малюнком. Виставка цифрових робіт Нолла в 1965 році в Нью-Йорку стала першою подібною експозицією в США. В 1980 – 2000 рр. розробка персональних комп'ютерів і поширення комерційного графічного програмного забезпечення зумовили масовий характер використання цифрових комп'ютерних технологій в образотворчому мистецтві. У розглянутий період звернення художників до програмування стало осмисленим вибором стратегії художньої творчості. З кінця XX століття почався бурхливий розвиток цифрового живопису або CG-арт (Computer Graphics Art). На початку XXI століття CG-арт займає міцні позиції в оформленні книг, плакатів, переважає в індустрії комп'ютерних ігор і сучасному кіно.

Розглянемо сучасних представників, які працюють в цифровому мистецтві. Естонський ілюстратор, графічний дизайнер і художник Кулдар Лімент (Kuldar Leement) створює справжні шедеври на яких зображує фантастичні світи та пейзажі космосу, підводні світи, незвідані планети. Естонський художник працює в таких графічних редакторах: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Flash, Adobe InDesign, AutoCad. Художник і ілюстратор Зак Монтойя (Zach Montoya) закінчив Maryland Institute College of Art створює редакційні

ілюстрації та творчі концепт-арти. Зак використовує обережно розміщені кольори, що надає його ілюстраціям враження суму, це він робить для того, щоб потім додати в них контрастну частину, яка буде захоплюючою та красивою. В останніх своїх роботах художник пробує експериментувати, він використовує ті кольори, що викликають у нього дискомфорт, тому в цих роботах переважає фіалковий колір.

Цифровий живопис має великі перспективи розвитку у майбутньому, це можна прослідкувати вже сьогодні. Адже багато художників-ілюстраторів в Україні і за кордоном вже працюють у напрямі цифрового живопису, пропонують свої авторські техніки створення зображень, відео уроків для тих, хто тільки починає знайомитись з цифровим комп'ютерним зображувальним мистецтвом.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Храмова-Баранова О.Л., Комар М. Цифрове комп'ютерне мистецтво, розвиток і перспективи // Художній авангард: пошук нової мистецької парадигми: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (8-10 квітня 2015 р.), ХНТУ. – Херсон, 2015. – С. 52-54.

2. Майкл Нолл (Michael Noll)[Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.citi.columbia.edu/amnoll/>

3. Автореферат дисертації на тему "Естетика цифрового комп'ютерного зображувального мистецтва" / С.В.Єрохін // доктор філософських наук. – 2010. – 360 с.

4. Ірина Ляпичева: "Як розвивався цифровий живопис" [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.mobiledevice.ru/69455-computer-graphic-art-history-wacom-will.aspx>

---

*Дерев'яко Н.В.*

*Кандидат педагогічних наук, доцент, кафедра дизайну  
Хортицької національної навчально-реабілітаційної академії,  
м. Запоріжжя*

## **КОРИГУВАННЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЖИВОПИС ДЛЯ ДИЗАЙНЕРІВ ГРАФІКІВ**

Новітні технології, кількість та якість інформації, що постійно оновлюється, якісні зміни в суспільстві підіймають значення дизайну на новий рівень. Саме тому перед вітчизняною дизайн-освітою постає

завдання підготовки дизайнерів нового покоління, які здатні реагувати на потреби часу, гармонізувати технічну, побутову та естетичну сфери людського буття.

Аналіз сучасного стану професійної підготовки майбутніх дизайнерів-графіків вказує на актуальність проблеми формування професійного мислення на практичних заняттях з живопису. Адже "Живопис" відноситься до фундаментальних академічних дисциплін, викладання яких базується на слідуванні формам класичного мистецтва та характеризується формуванням художніх навичок студентів. Але сучасні стандарти освіти не дають достатньої кількості годин для вивчення та практики живопису на високому професійному рівні, саме тому результати навчання невтішні для студентів і викладачів.

Коригування змісту навчальної дисципліни живопис, на нашу думку, має враховувати особливості сучасних державних стандартів дизайн-освіти, а саме обмеженість часу для аудиторної роботи; викладання дисципліни має бути спрямоване на формування професійного дизайнерського мислення. У зв'язку з цим необхідно зазначити, що зміст та методика викладання живопису має бути більш стислою та орієнтованою на формування та розвиток проектних та образних навичок під час рішення живописних аудиторних постановок, та у виконанні домашніх завдань.

Майбутні графічні дизайнери повинні розвивати аналітичні концептуальні абстрактні риси професійного мислення на заняттях з живопису, а це може відбуватися лише за умов постановки задач гротескного та акцидентного характеру: деформація реальності, амбівалентність форми та змісту, формалізація та узагальнення предметних форм, створення гротескного художнього образу.

Гротеск та акциденція у живописних творах дизайнерів-графіків мають виступати як особливий синтезуючий прийом, що перетворює живописну постановку у форму вираження змісту та художньої образності, де предметна форма поступово перетворюється в символ, а символ набуває ознак акцидентного мотиву. Особливу увагу необхідно звернути не на відповідність натурі, а на створення особливої образної композиції із завданими проектними параметрами, що виявляється у внутрішньому узгодженні, співмірності та упорядкуванні всіх її деталей і форм постановки.

Отже, враховуючи вище сказане, у процес навчання дисципліні "Живопис" нами були внесені завдання гротескного та акцидентного характеру. Аудиторну постановку (натюрморт з предметів побуту, гіпсові моделі та натурні фігуративні постановки) студенти спочатку виконують у вигляді етюду в дусі академічного живопису, де досліджують взаємозв'язок форми і кольору в залежності від



освітлення, після чого, в якості домашнього самоопрацювання виконують ескіз, де розкривають художній образ натурної постановки, після чого в аудиторії виконують образну композицію в обраній техніці.

Серед завдань, базованих на використанні гротескного та акцидентного підходу в живописі, нами запропоновані наступні: "Образна стилізація натюрморту на основі лінії і контуру", "Декоративне рішення аудиторного натюрморту з введенням елементів пейзажу", "Образна композиція з гіпсовою античною головою у стилевих напрямках модернізму", "Декоративне рішення натюрморту з черепом в техніці колажу", "Декоративне рішення скорше на кольоровому контрастному папері", "Портрет натурника в акцидентному стилі", "Людська постать з елементами гротеску".

Створення художнього образу із застосуванням принципів гротеску та акциденції на основі аудиторної постановки вимагає від студента систематизації, аналізу, узагальнення, конкретизації спеціальних знань, що складають орієнтовну основу проектувальної діяльності фахівця-дизайнера. Ці знання отримані в процесі вивчення таких дисциплін як композиція, формоутворення, проектування, кольорознавство, застосовуються на етапі ескізування та творчих пошуків.

Завдання ускладнюється вимогами виконання живописної постановки у певній графічній техніці. Так, для виконання портрету натурника нами запропоновані змішані техніки: акварель + колаж, акварель + аплікація, олівець + акрил, маркер + акрил, акрил + олійна крейда. Основною метою таких завдань є створення художнього образу, який може використовуватись в рекламі, поліграфії, web-дизайні, ілюстрації.

Висновки. Зміст дисципліни "Живопис" має бути скерований на створення художнього образу на засадах гротеску та акциденції з використанням складних змішаних технік. Дизайнери-графіки повинні володіти не тільки основами живописного письма, але і вирішувати творчі завдання в образних художніх стилізаціях аудиторних постановок. Підвищенню якості професійної підготовки майбутнього дизайнера-графіка сприяє розробка системи навчально-творчих завдань, що сприяють формуванню професійного мислення фахівця-дизайнера.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Дерев'яно Н.В. Педагогічні умови формування проектно-образного мислення майбутніх дизайнерів у вищому навчальному закладі: автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.04. Запоріжжя, 2010. 20 с.

2. Ермолаева Л.П. Основы дизайнерского искусства. М.: "Архитектура-С", 2009. 151 с.

3. Карнаев М.А. Подготовка студентов-дизайнеров к проектной деятельности на начальных этапах обучения живописи. Мир науки, культуры, образования. 2011. № 4. С. 156-158.

---

*Михайлова Рада Дмитрівна*

*Доктор мистецтвознавства, професор*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

## **ЕКСЛІБРИС: ІСТОРІЯ, ДОСЛІДЖЕННЯ, ТЕРМІН**

Екслібрис або "книжковий знак" – твір графічного мистецтва, що представляє собою ярлик, власницький знак, позначку-доказ у вигляді відтиску печатки (штемпелю) щодо приналежності книги певному володарю, власнику. Назва "екслібрис", латиною *ex libris* - буквально означає "із книг".

Ярлик, тавро, знак володаря ставили ще на коштовних приватних речах у стародавньому Єгипті, Межиріччі, а саме Ассирії. У Європі, зокрема у германомовних народів, ця традиція увійшла до судового права. Першим книжковим ярликом - екслібрисом вважають знак 1460 р., який належав німецькому лицарю Бернгарду фон Рорбах. Ранні екслібриси являли собою наклейку, яку прилаштовували на внутрішню сторону книжкової палітурки або обкладинки книги-кодекса. У XV ст. в Німеччині, де саме Іоган Гутенберг почав з XV ст. друкувати книги, з'явилися друковані екслібриси, які створювали способом гравіювання. Взірці раннього екслібриса залишили видатні німецькі майстри А. Дюрер (1471-1528), Г.Гольбейн Молодший (1497-1543), Лукас Кранах (1472-1553). Велика кількість екслібрисів початкового етапу їхнього створення не мають позначки авторів, тобто – анонімна.

Німеччина, де ще у XIX ст. виникло Німецьке товариство екслібриса, залишається країною, де дослідженню цього явища приділяють значну увагу. Історією екслібриса вивчали німецькі дослідники Ф.Варнеке (F. Warneske), К. Лейнінген-Вестербург (K.E. zu Leiningen-Westerburg ), Г.А. Зайлер (G.A. Seyler). Дослідженню екслібриса, однак, сприяли науковці та цінителі мистецтва інших європейських країн. До них належали бібліофіли, колекціонери стародруків й антикварних видань, засновники книжкових аукціонів. В Італії серед таких - Я.Джеллі (J. Gelli), у Франції — О. Поле-Малассі (A. Poulet-Malassis), Анрі Бошо (H. Bouchot) та інші.

Екслібрис – твір графічного мистецтва, є його різновидом, який пройшов всі етапи розвитку самої графіки. Відтак, екслібрис має різноманітні форми, зміст, стилістику.

Так, за формою, розрізняють суперекслібрис, відтиснутий на зовнішній частині книги - палітурці або корінці, та паперовий екслібрис, який розміщують на внутрішній стороні палітурки. Виготовлення суперекслібрисів коштувало дорого, тому з демократизацією книжкової справи стали робити паперовий.

Екслібриси також поділяються за типами: гербові відтворюють герб власника; вензельні – його орнаментально розроблені ініціали; емблематичні - спеціальну композицію з знаків та символів; сюжетні – різноманітні зображення, характерні для жанрів образотворчого мистецтва. Тематика та сюжети екслібриса – найрізноманітніші. Це геральдика та символіка, побутові сюжети, пейзажі, портрети, ню, тваринний світ, архітектурні мотиви і т.ін. Екслібрис може вміщувати девіз, лозунг, текст, знак, формулу. Один з найпоширеніших знаків-символів серед композицій екслібриса - образ книги.

Екслібрис вільний у виборі стилістики. Вона може бути пов'язана із рисами історичних мистецьких стилів, а може являти собою новітні стилістичні ідеї та розробки.

Екслібрис дозволяє використовувати різні графічні техніки. Він виконується на міді, дереві, лінолеумі, цинкографічним та літографічним способом, комп'ютерними техніками тощо.

В Україні прототипом екслібриса вважають герб, який прикрашав рукописний Київський Псалтир 1397 р. Поширення екслібриса в Україні припадає на XVI ст. одночасно із Францією, Італією, Португалією, Нідерландами, Чехією, Польщею. Одним із перших став відбиток міського герба на палітурках актових книг магістрату міста Львова (середина XVI ст.). Одним з перших українських майстрів також був гравер зі Львова Іван (Ян) Филипович.

Створені технікою друку з дереворита або мідьорита українські екслібриси XVI-XVII ст. розфарбовували вручну, чим досягали ошатності й декоративності. В Україні екслібриси замовляли та ставили власники книжок - магнати, багаті купці, а також очільники монастирських книгозбірень, державних установ, шкіл-академій. У XVI - на початку XVII ст. в Україні стали робити друковані екслібриси, переважно гербові з девізами. Їх помітив і досліджував видатний український письменник і поціновувач книги І.Франко. У XVII–XVIII ст. замовниками екслібрисів були представники дворянства, духовенства, козацької старшини. Серед них - І. Боярський, М. Ханенко, К. Мокієвський та ін. Довгий час в Україні користувалися попитом суперекслібриси. Вони залишалися актуальними до XX ст..

На першу чверть ХХ ст. припадає і початок наукового систематичного вивчення українського екслібриса. У 1927 р. колекціонер із Херсону С.Сільванський, надрукував каталог "Провінційні книжкові знаки", де було вміщено цінну інформацію про книжковий знак Півдня України. У 30-ті рр. у Львові, де екслібрис розвивався більш інтенсивно, ніж в інших місцях України, була оприлюднена колективна збірка "Екслібрис" (1932) та каталог українських екслібрисів ХУІІІ ст., зібраних та упорядкованих знаним істориком, академіком АН УРСР, директором Інституту суспільних наук АН України, І.Крип'якевичем (1937). З 1994 р. Україна є членом Міжнародної асоціації товариств екслібрисистів FISAE (існує з 1966 р.).

Невеликий, а подекуди мініатюрний за розмірами, вклеєний у вигляді ярлика, етикетки або відбитку штемпеля екслібрис дає можливість встановити приналежність книги або бібліотеки тій чи іншій особі, інституції розпорошених у різних книгосховищах зібрань, визначити етапи розвитку книгозбірень, простежити хронологію їх поповнення, бібліофільські зацікавлення власника бібліотеки, зміну смаків, еволюцію.

Екслібрис, який впродовж століть виконував інформаційну, охоронну, а з часом також декоративну й естетичну функцію, залишається одним із найцікавіших явищ і в сучасній світовій та українській графічній культурі.

---

*Кириллова И.Л.*

*Доцент кафедри дизайну и моды*

*Терлеєва А.А.*

*Студентка*

*УО Витебского государственного технологического университета  
г. Витебск, Республика Беларусь*

## **КОНЦЕПЦИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА "ТриО" Г.ВИТЕБСК**

В торговой сфере актуальны вопросы выживания в конкурентной среде и поддержания положительного имиджа. Более того, нынешние реалии требуют не разовых действий, а систематической работы по управлению репутацией торгового центра и торгово-развлекательного центра.

Торгово-развлекательный центр "ТриО" не только торговый центр, но так же и развлекательный, и эту особенность необходимо учитывать в процессе создания бренда. Развлекательная сфера ориентуется не только на свою основную аудиторию (первая группа: дети, подростки и их родители; вторая группа: партнеры, спонсоры). Другими словами, элементы фирменного стиля должны быть одинаково понятными и узнаваемыми для разных сегментов аудитории.

Одним из основных элементов фирменного стиля является логотип. В контексте торговых услуг более популярно использование текстового логотипа.

Работая над созданием концепции фирменного стиля для торгово-развлекательного центра, следовало отталкиваться прежде всего при выборе названия торгово-развлекательного центра. Оказалось, что начальное название центра должно было называться "ТриО", но такой вариант имел слабую смысловую нагрузку, поэтому его решили объединить вместе и сделать как имя собственное, что в итоге и стало названием торгово-развлекательным центром "ТриО", именно три буквы "О" являются символом слияния трех торговых центров находящихся на проспекте Строителей, такие как: "Омега", "Ольга" и третья "Мега". Поэтому и последняя буква и имеет заглавную букву. Поэтому в качестве основных образов для создания визуальной интерпретации было выбраны внимание разработке самой букве "О".

Доминирующим цветом выбран тёмно-синий являющийся наиболее подходящим для структуры, которая предоставляет образовательные услуги, так как символизирует строгость и дисциплину.

В ходе проектирования было разработано еще несколько концепций, определяющих более явные отсылки к классике, и отсутствием прямых образов.

В основе одной из концепций используется принцип золотого сечения: спираль золотого сечения, которую используют дизайнеры, архитекторы и инженеры при проектировании различных объектов для придания им природной гармонии, что позволяет воспринимать предмет на подсознательном уровне как нечто естественное, что могло бы быть создано природой, а не человеком (рисунки 1-3).

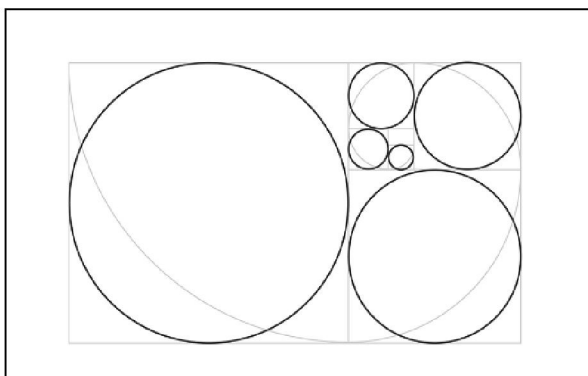


Рис. 1. Концепция создания основы будущего логотипа



Рис. 2. Разработка основы будущего логотипа



Рис. 3. Логотип для торгово-развлекательного центра "ТриО"  
г. Витебск

## ЛИТЕРАТУРА

1. Попова, А. В., Принцип ребрендинга айдентики для УО "Витебский государственный технологический университет / И. Л. Кириллова, М. А. Скурчаева; И. Л. Кириллова, М. А. Скурчаева // Материалы докладов 51-ой Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 2018 г. / УО "ВГТУ". – Витебск, 2018. – С. 41-43. – Библиогр.: с. 137 (3 назв.).
  2. Кириллова, И. Л., Коммуникативный дизайн как дизайн информации / И. Л. Кириллова, Е. А. Иванова; И. Л. Кириллова, Е. А. Иванова // Материалы докладов 51-ой Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 2018 г. / УО "ВГТУ". – Витебск, 2018. – С. 51-53. – Библиогр.: с. 137 (3 назв.).
  3. Тарабуко, Н. И. Знаки и знаковые системы в дизайне / Н. И. Тарабуко – Витебск : УО "ВГТУ", 2009 – 285с.
- 

*Храмова-Баранова Олена Леонідівна*

*Д.і.н., професор кафедри дизайну*

*Столяренко Валерія Романівна*

*Магістрант кафедри дизайну*

*Черкаського державного технологічного університету*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРАКТИВНИХ ВИДАНЬ ДЛЯ ДІТЕЙ В УКРАЇНІ**

Електронні видання відрізняються від друкованих видань способом представлення інформації споживачеві. Електронним виданням є електронний текст, який пройшов редакційну обробку і може містити музичні, графічні, відео і фото фрагменти, що разом становлять цілісний продукт. Отже, електронний формат видання є видом дитячої книги, закінченим продуктом, що містить інформацію, надану в електронній формі і призначений для тривалого зберігання та багаторазового використання. Під інтерактивним виданням може розумітися електронна книга, яка доступна он-лайн через Інтернет. Книга виступає чинником інформаційної культури, здатним відігравати повчальну і виховну функції. Актуальність цього питання підтверджує необхідність проведення аналізу сучасного книжкового ринку дитячої інтерактивної книги, зокрема, основних тенденцій розвитку. Також виникає потреба в урізноманітненні естетичного вирішення дитячої книжкової продукції, пошуку нових дизайнерських

рішень та технічних прийомів.

Дитяча книжка характеризується універсальною цілісною системою світоглядних концепцій, яка формує загальне бачення світу у дитини й утворює її соціальну позицію, що приведе до покращення освітнього і культурного рівня в Україні. У дошкільному віці закладається фундамент культури мовлення й спілкування, розвиваються комунікативні здібності, пізнавальна активність, образне творче мислення, тому саме дитяча книга покликана сформувати у дітей інтерес до пізнання світу та усвідомлення себе у ньому. Сьогодні дитині, крім друкованих видань, доступні і інші канали інформації, комп'ютери, планшети тощо, і обираючи між комп'ютером та друкованою книгою, діти надають перевагу першому, оскільки сучасні книжкові видання шукають альтернативні варіанти традиційного паперового видання і цей пошук дає результати, а саме появу інтерактивної дитячої книги.

Інтерактивне видання стало поширюватися з розвитком комп'ютерної техніки, яка і стала початком революційного перетворення традиційних методів і технологій. Комп'ютер увібрав у собі ідеї та технічні рішення, а книга високого естетичного рівня направляє природну допитливість дитини, розвиває і поглиблює її, відповідає на тисячі питань, які виникають в її уяві, вона формує у дитини особистість, вносить в свідомість маленького читача ідеї гуманізму та справедливості. На зміну звичайного друкованого видання приходить електронне – тобто, електронний документ, що пройшов редакційно-видавничу обробку, має вихідні відомості та призначений для розповсюдження в незмінному вигляді. А от інтерактивна версія видань дозволяє значно урізноманітнити достатньо одноманітну форму пізнання оточуючої дійсності та впровадити більш якісний підхід. Звісно, що в інтерактивній літературі є недоліки. Передовсім, не всі можуть дозволити купити собі той чи інший пристрій, що відтворюватиме таку книгу. Але таке видання зближує дитину з персонажами твору за допомогою різноманітних анімаційних ефектів, відеосупроводу, рухомості візуальних елементів, дозволяє створювати варіанти дій героїв, змінювати середовище подій, що можна використати у виховному процесі.

У найбільш прогресивних у технічному плані країнах інтерактивні книги виходять на національний рівень. Наприклад, у США розпочали програму введення на державному рівні електронних підручників (2014 р.), а дитячі книги інтерактивного характеру є у вільному доступі. В Україні становлення інтерактивних видань лише починається і інтерактивна дитяча книга функціонує досить обмежено, її продукують такі видавництва: "А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА", "Видавництво Старого Лева", "Glowberry Books" та "Gutenbergz".



Подекуди видавництва та різні компанії випускають казки для дітей, наприклад, "Забавлянки", "Снігова королева", "Вовчєна", "Котигорошко" тощо.

Наприклад, книга Катєрини Бабкіної "Гарбузовий рік", ілюстрована Юлією Пилипчатіною, вийшла 2014 року у "Видавництві Старого Лева". В 2015 році книга з'явилась в оновленому вигляді, завдяки застосуванню нових засобів графічного дизайну в інтерактивному виданні компанією "DigitalDealerz", яка саме і створила інтерактивний додаток "The Pumpkin's Year". В результаті – персонажі книги стали динамічними, почали подорожувати сторінками та навіть гратися зі своїми читачами. Така інтерактивність паперового видання для західної книгоіндустрії – не новина, а для українського ринку це – прорив. При створенні додатку була використана технологія доповненої реальності (augmented reality, AR), в основі якої лежить прагнення інтегрувати віртуальне життя у реальне і таким чином зробити його цікавішим.

Підсумовуючи, слід зазначити, що видання інтерактивних книг в Україні ще не набули масового розповсюдження. З огляду на світові технічні інновації та сучасні видавничі реалії, можемо впевнено казати, що інтерактивні дитячі книги набувають неабиякого розвитку. Насамперед, через їх багатофункціональність, компактність та потужну інформаційну ємкість. Оскільки явище інтерактивних видань сьогодні можна назвати нововведенням у світі книговидання, то дослідження даної теми є очевидною.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Про книгу: Електронна бібліотека [Електронний ресурс]: стаття/Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Книга>
2. Інтерактивне видання: Електронна бібліотека [Електронний ресурс]: стаття/Режим доступу: [http://www.hneu.edu.ua/Interactive\\_tutorials](http://www.hneu.edu.ua/Interactive_tutorials)
3. Видавництво Старого Лева: Електронна бібліотека [Електронний ресурс]: стаття/ Режим доступу: <https://starylev.com.ua/old-lion/history>

---

*Хримова-Баранова Олена Леонідівна*  
*Д.і.н., професор кафедри дизайну*  
*Поліщук Ольга Ігорівна*  
*Магістрант кафедри дизайну*  
*Черкаського державного технологічного університету*

## **СТАНОВЛЕННЯ ФОТОМИСТЕЦТВА В УКРАЇНІ**

Актуальність дослідження полягає у визначенні перспектив розвитку фотомистецтва в Україні для чого необхідно ґрунтовно проаналізувати становлення і розвиток фотографії. Мета дослідження: проаналізувати та надати характеристику історіографії фотомистецтва в Україні.

В наш час фотографія використовується в різних мистецьких напрямках і є засобом виразності в графічному дизайні. Мистецтво сучасної фотографії складається з творчих практик, пов'язаних зі створенням, редагуванням, трансформацією і поданням цифрових зображень як авторських творів.

Наприклад, винахідник фотографії Луї Дагер перші фотографії в 1837 році створював у традиційних для живопису жанрах портрету, пейзажу, натюрморту. Фотографи XIX століття, а в минулому живописці і графіки, йшли поступово від фотографічного відображення дійсності, до створення складних робіт. Фотомистецтво все більше вдосконалювалося, розмежовувалося на напрямки, вимагаючи майстерності. Першим етапом існування фотографії стало розуміння її як технологічного винаходу, що служить розвитку науки, суспільства. 1840 – 1880 рр. – період становлення фотомистецтва в Україні. В цей період використовували портативні фотоапарати, стрімко розвивалося їх промислове виробництво, з'явилися ефективні джерела штучного освітлення тощо. Відбулися кардинальні зміни в естетиці фотографії, якщо в перші десятиріччя вона була лише засобом протокольного запису навколишнього світу, то у 1880 р. прийшло розуміння того, що світлина може виконувати й естетичну функцію, передавати почуття фотографа, його сприйняття краси світу. Прогрес у візуальній культурі, естетичне ставлення до фотографії привели до появи нового напрямку – пікторіалізму (1889-1914). Пікторіалізм – естетична течія в європейському та американському фотографічному мистецтві в кінці XIX – на початку XX ст., прихильники якої прагнули до пікторіального (картинного) фотографічного зображення. В цей час з'явилися праці М.Бобира, В.Гречинського, О.Гудшона, Т.Зайнока.

Значне місце зайняла фотопродукція листівок. Наприклад, у 1895 р. друкарня С.Кульженка випустила види Києва, а згодом з'явилися листівки з видами Одеси, Полтави, Чернівців та інших міст ("Українські типи та краєвиди", "Типи і види Малоросії", "Види українських сіл та хуторів"). Найбільший внесок в їх створення зробили фотографи О.Завадський, О.Іваницький, Д.Марков, В.Світличний, Й.Хмелевський. Поява літератури сприяла розвитку фотоосвіти і у 1895-1897 роках було відкрито фотокурси в Києві, Львові та Одесі, а у 1903 р. – Художньо-ремісничу майстерню друкарської справи в Києві, де викладали фотографічні дисципліни. Важливу роль у розвитку фотоосвіти відіграв II з'їзд діячів з фотографічної справи (Київ, 1908), а з 1887 р. по 1911 р. було організовано 12 фотооб'єднань. Спочатку це були фотовідділи відділень Імператорського Руського технічного товариства (Одеса, 1887, Харків та Київ, 1888), а згодом фотографічні товариства в Одесі (1891, 1906, 1911), Сімферополі (1896), Києві (1901), Львові (1903), Кам'янець-Подільському (1908), Житомирі (1910) та Полтаві (1911). У цих об'єднаннях велась активна робота в галузі фотомистецтва. Розвиток світової фотографії у 1880 р. привів до розквіту фотоаматорства (М.Петров, М.Бобир, Х.Миколяш). Перший був головним ідеологом української фотографії 1906 – 1916 років і Н.Розенблом, автор фундаментальної "Світової історії фотографії" (Нью-Йорк, 1984), назвала М.Петрова "художнім директором пікторіального журналу" і підкреслила, що "він ішов поза бездушним уявленням природи, творчо підходив до предмета".

М.Бобир – яскравий представник пікторіалізму, автор збірки "Околиці Києва. Пустищі" та книги "Художня фотографія. Бесіди пейзажиста", де він передав колорит, характер української природи, створив справжні поетичні образи ("Фотографічний листок", 1915). Про львів'янина Х.Миколяша (1872-1931), фотохудожника, теоретика, публіциста, учасника виставок у Кракові (1902), Будапешті, Відні (1903), переможця Слов'янської виставки фотографії (1903), писали в "Американському щорічнику з фотографії" (1928). Як про талановитого фотографа. Наприкінці XIX століття завдяки розвитку фотомеханічних процесів друку (напівтонові процеси) з'явилися перші фотографії в газетах ("Життя та мистецтво", 1894). У 1914 р. в Західній Україні була заснована "Пресова квартира українських Січових Стрільців", а у 1917 р. заснована "Світлописна Українського Січового Війська", що стало початком української фотожурналістики.

Українська фотографія кінця XIX – початку XX століття стала золотим віком розвитку фотомистецтва. Це був час створення широкої мережі професійних фотоустанов, фотооб'єднань та фотоаматорів, перших паростків фотожурналістики, підйому випуску

фотолітератури, розгортання системи фотоосвіти, перших досліджень у галузі наукової фотографії, розгортання широкої виставкової діяльності, перших кроків фотовиробництва, створення системи фототоргівлі. Це був час визнання світом наших блискучих фотохудожників, фотографія сформувала самобутність, яка присутня в фотомистецтві України і намітила перспективи розвитку цієї галузі.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Золотий вік української фотографії Електронний ресурс / режим доступу: <http://primetour.ua/uk/company/articles/1.html>

2. Сучасне фотомистецтво України: соціальний досвід та нові художні рішення Електронний ресурс / режим доступу: [file:///vcpriakc\\_2014\\_37\\_8\\_20.pdf](file:///vcpriakc_2014_37_8_20.pdf)

---

*Попова А.В.*

*Доцент кафедри дизайну и моды*

*Калинина А.М.*

*Студентка*

*УО Витебского государственного технологического университета*

*г. Витебск, Республика Беларусь*

## **АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ ПРЕКТИРОВАНИЯ СЕРИИ ПЛАКАТОВ ДЛЯ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТНОЙ ФИЛАРМОНИИ**

В современных реалиях конкуренция на рынке товаров и услуг растет с каждым днем. Культурно-образовательные компании вынуждены придумывать нечто такое, что может выделить их среди конкурентов. Это может быть и более высокое качество товаров и услуг, и активная рекламная поддержка, и многое другое, на что хватит фантазии. Однако самым основным критерием выбора для потребителя является плакат, который оповещает о предстоящем событии и самое главное помогает потребителю узнать место и время, когда будет проходить само мероприятие. Это и является важным для филармонии.

Актуальность проекта обусловлена необходимостью информирования общественности о проведении мероприятий в филармонии.

Витебская областная филармония каждый месяц проводит десятки мероприятий, а также в числе других учредителей, начиная с 1989 года, ежегодно проходит Международный музыкальный фестиваль им. И.И. Соллертинского. Мероприятия призваны

пропагандировать современное музыкальное искусство и классику, расширять культурные контакты Беларуси с другими странами, открывать новые и возрождать забытые имена.

Филармония должна соответствовать республиканскому уровню, поддерживая свой имидж не хуже любых других культурных учреждений в Республике Беларусь. Для этого необходимо создание новой идеи и стиля для оформления рекламно-информационного носителя (плаката) к мероприятиям. Новый образ позволит привлечь новых потребителей и тем самым увеличить экономическую ценность филармонии, как на республиканском, так и на международном уровне.

Задача проекта – разработать серию плакатов, а также рекламно-информационную поддержку на их основе. Для любого культурно-образовательного учреждения плакат является своего рода "лицом", ведь это первое, на что обращает своё внимание потенциальный потребитель. То есть необходимо создать такой образ, который будет вызывать интерес и только положительные эмоции.

Создание плакатов определяется следующим набором элементов: выбор наилучшего визуального образа, определение цветового решения, выбор шрифтов. Таким образом, задается необходимый уровень комплекта для разработки плаката.

В проекте был разработан образ для каждого плаката по одной стилистике, креативной идеей которого стало использование фотографии с наложением шрифта. Так же при создании серии плакатов использовались методы инверсии (отказ от стереотипных идей образов), ассоциации (образы, связанные с первоначальной идеей). В свою очередь на основе концепции плакатов была разработана сувенирная продукция.

Ключевыми визуалами при работе над созданием серии плакатов были выбраны следующие элементы: фотографии: они дают наглядный образ для восприятия самого предстоящего события, а также помогают потенциальным потребителям узнать исполнителей; шрифты: один из современных способов оформления рекламно-информационных носителей.

В одном из плакатов, в качестве структурного построения используется обобщенное, лаконичное слово "Jazz", которое сразу раскрывает саму суть предстоящего мероприятия (рис. 1). Слово написано вертикально со смещением букв, а также с фотографией исполнителя, на которую накладывается шрифт.

Созданный образ плаката имеет устойчивые пропорции элементов. Он не выглядит массивным, но и легковесным тоже, а также лаконичен и сдержан. Образ размещен в центре плаката и сдвинут кверху.



Рис. 1. Плакат на джазовый концерт

Текстовая часть в плакате должна присутствовать обязательно. Плакат смотрится гармоничным, он оформлен не более двумя видами гарнитур, а главные элементы обладают такими же свойствами, что и основной шрифт.

В основу цветовой палитры плакатов лёг чёрно-белый колорит. Для проекта такой колорит подходит тем, что он выражает элегантность и классику. Это хорошо для филармонии, которая призвана пропагандировать классическую музыку. Цвета используются как в чистом виде, так и с лёгким градиентным переходом, что создаёт ощущение лёгкости и воздушности.

Созданная серия плакатов позволит филармонии привлечь внимание общественности к проводимым мероприятиям, а также качественные афиши поддержат имидж культурно-образовательного учреждения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Кириллова, И. Л., Коммуникативный дизайн как дизайн информации / И. Л. Кириллова, Е. А. Иванова; И. Л. Кириллова, Е. А. Иванова // Материалы докладов 51-ой Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 2018 г. / УО "ВГТУ". – Витебск, 2018. – С. 51-53. – Библиогр.: с. 137 (3 назв.).

---

*Зайцева-Дячок Вікторія Сергіївна*  
*Викладач кафедри дизайну*  
*Суцова Надія Олександрівна*  
*Магістрант кафедри дизайну*  
*Черкаського державного технологічного університету*

## **ЛІНОГРАВЮРА ЯК ЗАСІБ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ В ДИЗАЙНІ**

На основі дослідження робіт в техніці ліногравюри, необхідно дослідити засоби графічної виразності та застосування ліногравюри в дизайні з метою її ширшого втілення в різних видах дизайну, а також задля розкриття творчого потенціалу художника, дизайнера-графіка. Актуальність полягає в необхідності відродження та популяризації техніки ліногравюри, ефективному доборі засобів графічної виразності в дизайні. Недостатня вивченість становлення і розвитку ліногравюри, її вагомого значення та ролі в затвердженні графічної виразності художнього образу визначають актуальність теми.

Ліногравюра – спосіб друку, заснований на вирізанні малюнка ручним способом на лінолеумі. У поліграфії техніка ліногравюри відноситься до ілюстративного друкованого виду високого друку (спосіб друку, який відрізняється від плоского і глибокого друку тим, що друкують елементи на формі розташовані вище пробільних, так що при друку пробільні елементи не торкаються паперу). Ця техніка з'явилася на рубежі XIX-XX ст., майже одночасно з винаходом лінолеуму і має певну схожість з технікою ксилографії. Вперше її використали в 1905 році в якості матеріалу для друку великих плакатів художники німецької групи "Міст" (наприклад, плакати учасника групи "Міст" Фріца Блейля, 1906 р.) [2]. Лінолеум – матеріал не тільки найпоширеніший і доступний, але зручний і легкий для роботи. Лінолеум легко розрізується інструментом і різець без зусиль проводить штрих будь-якої ширини і форми. На лінолеумі можна робити гравюри великого розміру, також можна використовувати в поліграфії – від книжкової і газетної ілюстрації до плаката. Важлива якість ліногравюри – оперативність, оскільки на лінолеумі можна гравірувати набагато швидше, ніж на дереві. Це дає гравюрі свіжість виконання, легкість і безпосередність графічної мови [1].

Існує два основних види ліногравюри: чорно-біла та кольорова. Чорно-біла ліногравюра – це гравюра, виконана на основі чорної фарби у вигляді чорно-білого відбитка. Наприклад, І.О.Фаворський так писав про засоби виразності гравюри: "У гравюрі все складається з

чорних і білих плям і штрихів. Навіть сірого в ній немає. Здавалося б, що такими засобами можна зобразити тільки зиму, сніг, чорні дерева без листя, але це не так. Художник різними штрихами і співвідношенням чорного і білого прагне зобразити всі кольори, які він бачить. Чорною плямою і штрихом передаєш і похмуру хмару, і темну зелень дубу, і шкіру коня, і плащ воїна, і темно-червоний прапор. І якщо придивитися, то бачиш, що чорне і біле весь час здається різним" [3, с. 148].

Кольорова ліногравюра – більш складна техніка, оскільки виконується з декількох "дошок". У цьому випадку, для кожного кольору створюється окремий шар зі своїм вирізаним малюнком, потім шари поєднуються, шляхом послідовного накладення на основний аркуш. При створенні гравюри художники намагаються мінімальною кількістю фарб створити якомога більше колірних відтінків. При цьому враховується те, що при накладенні різних кольорів одночасно на одну й ту ж ділянку вони виступають як складові нового кольору (при змішуванні червоного і синього виходить фіолетовий і так далі). Простіший варіант кольорової ліногравюри – це кольоровий друк, виконаний шляхом нанесення декількох фарб в певних місцях форми або у вигляді вільної плями [2].

Таким чином, можна бачити, що ліногравюра як різновид техніки гравюри зазнала значних змін в порівнянні з тим, якою вона була на початку свого розвитку. Чим ближче до ХХІ століття, тим складніше стає її технологія, тим більше ускладнюється фактура відбитка і колірне рішення композиції. Художники і дизайнери сучасності продовжують пошуки нових засобів для збагачення образної мови ліногравюри, що вимагає безпосередньої, синхронної взаємодії митця з матеріалом, розуміння його примх та особливостей характеру. Сьогодні станкова графіка не є процесом механічного масового друку, вона вимагає живої безпосередньої участі творця з першої до останньої хвилини народження художнього твору. Отже, проаналізувавши техніку ліногравюри як засобу художньої виразності, зроблено висновок, що використання ліногравюри робить дизайн плакату, книги унікальним, неповторним, авторським. Ліногравюра допомагає створити новий емоційно-естетичний образ, який не можливо досягти комп'ютерною графікою.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Лещинский А. А. Основы графики. – Гродно: ГрГУ, 2003. - 194 с.
2. Мирошина М. Ю. Линогравюра: её виды в печатной графике / Молодой исследователь Дона. 2017 – №3. – С. 141-143
3. Фаворский В. А. Об искусстве, о книге, о гравюре, М: Издательство "Книга", 1986. – 240 с.



---

*Галицька Олена Валеріївна*  
*Старший викладач кафедри дизайну*  
*Дихно Дар'я Глібівна*  
*Магістрант кафедри дизайну*  
*Черкаського державного технологічного університету*

## **УКРАЇНСЬКИЙ СКОРОПИС І ЙОГО ТРАНСФОРМАЦІЯ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ**

Сьогодні посилення інтересу до національної культури і історії не обходить і шрифтове мистецтво, а саме український скоропис. Дослідження зразків скоропису, визначення особливостей, виявлення характеру напису, допоможе дизайнерам графікам, шрифтовикам використати ці знання на практиці, формулюючи нову сучасну культуру шрифту з традиційним історичним підґрунтям, що стало актуальністю дослідження. Мета дослідження: дослідити трансформацію українського скоропису в графічному дизайні.

Український скоропис – кириличний шрифт, що набув поширення в документах військових канцелярій Запорозького Війська кінця XVI – початку XVIII століття. Шрифт став виразним стилем кириличної каліграфії, розвинувся на основі напівуставу. Найдавніші взірці скоропису були створені в Києві – це "Остромирове Євангеліє" (1037) та "Київські глаголичні аркуші". Особливості шрифту: просторова-лінійна ритміка; поєднання літер у слові, за допомогою використання горизонтальних і вертикальних лігатур; винесення літер над рядком, закрутки і розчерки на початку напису; основними елементами формоутворення є штрихи, що вибудовують графему літери; горизонтальні рядки складаються у вертикальний масив; в кінці напису характерний розчерк. Прикладами скоропису стали: витяг із Батуринських міських книг 27 вересня 1681 року, уривок з листа Богдана Хмельницького до царя Олексія Михайловича від 8 червня 1648 року.

Дослідник і теоретик українського рукописного шрифту В.С.Мітченко виділяє два періоди формування українського скоропису: перший (з кінця XV – початку XVI ст.), коли прийнято термін "установний скоропис", способи писання за візантійськими традиціями; другий (друга половина XVI ст.), коли відбулися тенденції до злитого написання слів, винесення окремих літер над рядком, нових форм літер.

Трансформація скоропису відбувається в роботах таких діячів ХХ століття як Г.Нарбута та плеяди художників-монументалістів – бойчукістів. В роботах Г.Нарбута прослідковується його графічний стиль, де використовуються елементи, характерні українському скоропису. Г.Нарбут був ознайомлений з українськими шрифтовими традиціями, переосмислював старі зразки. В його працях прослідковується наслідування шрифту "Пересопницького Євангелія". В роботі над титулом для журналу "Мистецтва" він використав шрифт з скорописними формами, а у заставці – експерименти з графемами. У проєктах грошових знаків прослідковуються шрифтові рішення з характерними скорописними літерами "Д", "Р", "К".

Сьогодні дослідженням українського скоропису займаються такі діячі як В.С.Мітченко, В.Я.Чебанік, В.І.Юрчишин. Наприклад, В.С.Мітченко досліджує каліграфічну традицію в Україні, аналізує шрифтові композиції скоропису і зазначає, що "естетично-художні особливості українського скоропису кінця ХVІ – першої половини ХVІІІ століть, напрацьований каліграфами України досвід, можуть виявитися дуже корисними для сучасних митців-шрифтовиків, що працюють у галузі оформлення книги, дизайну, створення фірмових знаків та логотипів".

Каліграф, художник-графік В.Я.Чебанік розробляє сучасний пластичний скоропис на базі старовинного козацького. Його роботам притаманні: цілісні, ритмічні, декоративні, читабельні композиції, що витримані стилістикою, застосування класичного поєднання широких основних штрихів та тонких з'єднувальних, використання розчерків та завитків. Художник розробляє палітурки, титули, шмуцтитули, буквиці. Це проявилось в таких його роботах: обкладинка збірки поезій В.Сосюри "Так ніхто не кохав" (1987), шрифтових композиціях 80-90-х років ХХ ст. Художник розробив шрифт до української абетки, в якому присутнє нове написання графем деяких літер, що повертає до давньої писемності. Наприклад, рядкові прописні літери іноді мають форму українського скоропису, з динамічними виносними елементами та різним натиском лінії, тому з'являється відчуття внутрішнього руху.

В.І. Юрчишин майстер рукописного шрифту другої половини ХХ століття, знавець історичних українських почерків, в своїй роботі "Літопис Самійла Величка" виконав стилізацію під скорописний почерк. В роботах скоропису прослідковуються винесення літер над рядками, живий динамічний характер, форми козацького скоропису, різноманітні перехідні шрифтові форми, авторські розробки. Сучасні шрифтовики практики Вікторія та Віталіна Лопухіни трансформують скоропис за допомогою сучасного інструменту як brush-pen. Каліграф О.Черкаль створює лігатури та написи у дусі українського скоропису, використовуючи завитки та розчерки, для історичних та релігійних видань.

Отже, скоропис – вид історичного письма, який був розповсюджений в письмових документах XVIII ст., а зараз активно використовується в сучасній каліграфії. Характерні особливості скоропису: горизонтальні та вертикальні лігатури, винесення літер над рядком, розчерки на початку і в кінці написів. Ці стилістичні особливості залишаються і в роботах сучасних майстрів, що знаходять власну форму скорописної літери, не втрачаючи традиційної будови літер. Використання українського скоропису є популярним, адже влучно передає історичний характер нашого краю та історії, а тому буде продовжувати розвиватись та інтерпретуватись на новий сучасний лад.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Мітченко Віталій. Естетика українського рукописного шрифту. Видавництво "Грамота" Київ 2007
2. Мітченко Віталій. Естетика українського скоропису // Український світ. – 1992. – № 2. – с. 34-35
3. Чебаник Василь. Графіка української мови / Абетка. — 2004.

---

**Шукліна В.В.**

*К.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу*

**Сизова О.О.**

*Студентка факультету МЕН, управління і бізнесу  
Херсонського національного технічного університету*

## РОЛЬ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В РЕКЛАМНОМУ ПРОЦЕСІ

Словосполучення "графічний дизайн" зовсім недавно використовувалося по відношенню до друкованої продукції і означало структурування друкованого тексту і зображень з метою інформування та розваги читачів. Для цього використовувалися різні графічні способи: лінії і штрихування, вензелі і різні прикрашені шрифти. У сучасній рекламній графіці використовуються ті ж принципи ліній і штрихів – векторна графіка, кольорових плям – растрова графіка, набір шрифтів величезний і можливості колірних рішень необмежені. Вихідний продукт стає більш якісним при застосуванні цифрових технологій. Якщо говорити про графічний дизайн як про одну з складових рекламного процесу, то слід виділити кілька основних напрямків:

- графічний дизайн рекламних засобів (дизайн бланків, конвертів);
- графічний дизайн рекламної продукції (дизайн реклами в ЗМІ, дизайн зовнішньої реклами, графічний дизайн плакатів, презентацій);
- графічний дизайн рекламної поліграфії (дизайн каталогів, флаєрів, листівок, буклетів);
- графічний дизайн сувенірної продукції (дизайн листівок, календарів, блокнотів, ручок, чашок, прапорців і т.д.).

Графічний дизайн можна умовно розділити на [1]: дизайн рекламної графічної продукції й дизайн представницької (або фірмової) графічної продукції. Дизайн рекламної поліграфічної продукції в різних ситуаціях може містити в собі як графічний дизайн, так і верстку, фотозйомку, сканування слайдів, фотографій або друкованих оригіналів, обробку зображень, створення колажів, а іноді навіть копірайтерські послуги й розробку контенту, що прямо не стосуються дизайну, але активно використовувані при оформленні рекламної поліграфічної продукції.

Дизайн представницької поліграфічної рекламної продукції ближче до розробки фірмового стилю, ніж до поліграфічного дизайну, окремих елементів фірмового стилю – бланків, конвертів, візитних карток, фірмових папок і т.д. У підрозділах досить багато інформації про дизайн різної поліграфічної рекламної продукції – це плакати, листівки, буклети, брошури, календарі, візитки, бланки, конверти, папки, факсимільні форми й т.п.

Графічний дизайн нині охоплює широкий спектр проектної діяльності – фактично всі графічні компоненти візуальних комунікацій [2]:

- фірмові константи і носії фірмового стилю,
- промислому графіку,
- інформаційні табло та покажчики,
- піктограми,
- інфографіку,
- рекламну продукцію,
- WEB-ресурси,
- тощо.

Якщо розглядати дизайн як синтетичну дисципліну, то рекламний дизайн (або комунікативний, що частіше використовується в Європі, США) як різновид графічного дизайну є ще більш синтетичною і специфічною діяльністю, де більшою мірою задіяні маркетинг, соціологія, психологія реклами і культурологія. Тому все більш актуальною в рекламному процесі стає інтеграція графічного дизайну, реклами та маркетингу [3].

Рекламну графіку слід розглядати не лише як явище культури на рівні констатації факту або як створення зовнішньо привабливого зображення, а як похідний продукт, обумовлений сукупністю цінностей і норм конкретного історичного періоду певного регіону, застосовуючи аксіологічний підхід.

Для комплексного дослідження візуальних рекламних комунікацій та запровадження його результатів виокремлено такі методологічні підходи [4]: системно-структурний, соціокультурний, аксіологічний, історико-мистецтво-знавчий, кольоро-графічний. Змістове наповнення враховує соціокультурні та маркетингові аспекти при проектуванні рекламного продукту. Найближчим часом потрібна переорієнтація на більш тонкі підходи до споживача: більш індивідуальні, більш коректні, більш естетичні.

Отже, графічний дизайн є одним з найбільш перспективних напрямків розвитку рекламного процесу. Успіх підприємства, його позиціонування на ринку, популярність наданих товарів залежать від візуального образу, який уособлює перед аудиторією споживачів, потенційних партнерів і конкурентів "обличчя бренду", створення якого неможливо без застосування графічного дизайну. Успішний графічний дизайн в рекламі привертає увагу; відображає специфіку діяльності, основні переваги і відмінності продукції; створює певний позитивний настрій; враховує особливості цільової аудиторії; викликає у позитивні емоції; вибудовує асоціативний ряд, що сприяє: формуванню впізнаваного, позитивного образу, просуває товари; є оригінальним, неординарним, креативним; максимально повно і лаконічно інформує споживача при мінімальному зорового контакту.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Антонович Є. А. Дизайн реклами: методологічні підходи / Є. А. Антонович, С. В. Прищенко // *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. – № 5 (52). – 2012. – С. 36-43.
2. Прищенко С. В. Художньо-естетичні аспекти реклами / С. В. Прищенко // *Мистецтвознавство України: збірник наук. праць Академії мистецтв України*. – К.: СПД "Пугачов", 2007. – Вип. 8. – С. 111–118.
3. Дурняк Б. В. Розробка і дизайн рекламних видань: навч. посібник / Б. В. Дурняк, А. Є. Батюк. – Львів: Українська акад. друкарства, 2016. – 315 с.
4. Божко Т. О. Креативність у структурі підготовки дизайнерів-графіків / Т. О. Божко // *Київ-Чернівці: Видавничий дім "Родовід"*, 2009. – С. 211–213.

---

*Чепелюк Олена Валеріївна*  
*Доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*  
*Сидоренко Валерія Віталіївна*  
*Студентка кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **МЕНТАЛЬНІ КАРТИ ТОНІ БЬЮЗЕНА У ПРОЕКТУВАННІ ГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

При проектуванні графічної продукції враховуються її призначення, вподобання цільової аудиторії та останні тенденції в дизайні. Поряд з цим саме замовник приймає рішення про вибір варіанта листівки. Пропонується, окрім наведених факторів, враховувати психофізіологічні особливості замовника. Визначити зазначені особливості можна з використанням традиційних технологій проведення опитування контактної персони, але при цьому людина не завжди дає щирі відповіді. Більш глибокі дослідження можливо провести за результатами аналізу індивідуальної когнітивної карти замовника і виявити елементи, які заданим чином впливають на підсвідомість людини. Крім того доцільним є визначення тактильних та візуальних реакцій, що викликають у людини різні варіанти матеріалів, шрифтів, основних композиційних прийомів.

Тоні Бьюзен розробив техніку ментальних карт, в яких замість лінійного запису використовується радіальний. Головна тема розташовується в центрі листа у фокусі уваги. Внутрішнє коло в карті займають особливості характеру респондента, його вподобання, обмеження, що накладає його професійна діяльність. До наступного кола входять висновки, які можна зробити на основі аналізу даних фактів. Зовнішнє коло формують можливі варіанти стильових, кольорових і концептуальних рішень проекту.

Введено спрощену інтерпретацію терміну "індивідуальна когнітивна схема" як схема, побудована на основі аналізу особливим чином організованих форм реакцій на певні подразники, отримані з минулого досвіду респондента. Запропоновано використовувати індивідуальні когнітивні схеми асоціацій конкретної персони для виявлення елементів, що впливатимуть на підсвідомість людини і викликають задані реакції.

---

*Миргородська Н.В.*  
*К. мист., доцент кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*  
*Тимошенко О.П.*  
*Магістрант кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **АВТОРСЬКИЙ ПЛАКАТ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ КАЛІГРАФІЇ, ЯК ОБ'ЄКТ ІНСТАЛЯЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА**

У сучасному світі плакати є засобами масової інформації, які стають більш популярними. Вони бувають інформативними, рекламними, масовими, авторськими.

Авторський плакат відіграє роль виставкового плакату, який іноді можна трактувати як твір мистецтва, він глибший та суб'єктивний.

У світогляді сучасного споживача спостерігається позитивна динаміка зміни сприйняття авторського плакату. Він стає більш помітним та зрозумілим для пересічної людини. Це пояснює актуальність дослідження зазначеного питання.

Великої популярності набирають плакати з поєднанням графіки та шрифтових композицій або каліграфії у різних стилістиках, які доносять до глядача певну, закладену в нього інформацію.

Каліграфія на сьогоднішні доволі різноманітна, починаючи від запрошень до творів великого мистецтва у вигляді виставок або інсталяцій.

Інсталяція також є новим різновидом форми дизайн-проекування, який передбачає розташування різноманітних композицій у просторі, тому поєднання даної форми мистецтва із авторською каліграфією, є достатньо сучасним.

Попри те, що інсталяція може влаштовуватись у відкритому просторі, все одно презентація її у приміщенні має більше переваг.

Раніше каліграфічне письмо існувало не більше, ніж на плакаті, але зараз воно розширює свої горизонти і виходить за межі 2D-простору, утворюючи певні каліграфічні ілюзії за допомогою як традиційних матеріалів так і сучасних комп'ютерних технологій.

Завдяки правильному, логічному розташуванню полотен із каліграфічними надписами, простір можливо змінювати, закликати глядача бути безпосередньо в контакті із самою інсталяцією, задавати напрям та диктувати маршрут.

Для того, щоб даний підхід у формуванні дизайн-середовища шляхом створення інсталяції із каліграфічної композиції був вдалим, необхідно сформуванню ідею та художнє образне рішення шрифтових плакатів.

Не менш важливим є також лаконічність, легка читабельність, логічна акцентованість компонентів тексту, правильно обраний формат.

Від якості ідеї та втілення в значній мірі залежить ефективність проектування та ступінь впливу на цільову аудиторію.

---

*Крижановський Віталій Миколайович*

*Доцент кафедри дизайну*

*Херсонського національного технічного університету*

## **БРЕНДІНГ ТЕРИТОРІЙ І ТЕРИТОРІАЛЬНА АЙДЕНТИКА: ДЕЯКІ АСПЕКТИ ДИСЦИПЛІНИ ТЕРМІНІВ**

Не так багато часу пройшло з того моменту, коли Україну захлеснула хвиля візуальної ідентифікації держави (як такої), регіонів, великих і малих міст. Розробка, публікація і подальше активне обговорення візуальних ідентифікаторів для футбольного чемпіонату Євро-2012 послужили потужним детонатором для подібного роду активності "на місцях", - спочатку у межах міст, "що приймають чемпіонат", услід - всюди по усій Україні. Організувати конкурси, розробляти, обговорювати численні символи територій в якийсь момент стало модним і посилювало відчуття "присутності в тренді". Вражаючий масив територіальних візуальних ідентифікаторів, включаючи різноманітність в підходах до їх розробки, - безумовно, благодатне поле рефлексій і аналітики для експертів у сфері комунікацій, мас-медіа, маркетингу, дизайну, соціології, тощо. Більше того, - процеси, пов'язані з розробкою символів територій, хоч і втратили формат експансії, але тривають і сьогодні.

Це повідомлення не переслідує мету усебічного аналізу і побудови яких-небудь узагальнень відносно першого колективного досвіду у сфері територіальної візуальної ідентифікації. Розглядається, на перший погляд, таке-собі невеличке питання, - термінологія: "бренд – брендинг", "айдентика як (узагальнено) візуальна ідентифікація". На відміну від термінів "торгова марка", "товарний знак", вказані терміни не мають однозначного юридичного тлумачення, закріпленого у міжнародних нормативних документах. Закріпившись у сучасному професійному лексиконі, ці терміни зберігають статус сленгу



інтелектуальної еліти, або деякої причетності до неї. І цей текст не мав би бажаної актуальності, коли б не один факт, - вихід держави на міжнародні інвестиційні ринки, і що ще важливіше - усвідомлена необхідність і самостійний пошук можливостей залучення інвестицій в регіони і міста України. У цьому аспекті словосполучення "брендінг територій" і "територіальна айдентика" можуть і повинні отримати відмінності у сенсах і доцільності вживання. Айдентика, у даному контексті як візуальна ідентифікація, зберігає універсальність в широкому використанні, оскільки узагальнено означає розробку і використання окремих символів і систем як розширених візуальних текстів. Цілі і функції також укладаються у широкий діапазон - від використання як додаткового ідентифікатора території, (застосування якого не має жорсткого регламенту геральдики) до найрізноманітнішої комунікативної активності у галузях туризму, культури, міжрегіональної і міжнародної співпраці і тому подібне. Бренд (і, відповідно, брендінг) має на увазі наявність товару. І якщо виключно в комерційному аспекті створення і просування товарів і послуг на споживчих ринках тлумачення цих термінів вже не провокує на взаємовиключні сенси, то у використанні термінів "територіальний бренд/брендінг" значно більше журналістського пафосу ніж практичного сенсу. Чи може місто або окремих регіон бути "товаром"? Безумовно, так. Бажана однотайність в цьому питанні досягнута давно. Проблема полягає у тому, що у більшості випадків процес створення і спроб реалізації "територіальних брендів" спираються тільки на декларування позиціонуючих переваг того або іншого міста/регіону. Але на специфічному ринку інвестицій декларування переваг не може бути "товаром". В даному випадку доречно аналогія з "сировиною" або "складовими інгредієнтами" майбутнього "товару". До речі, переліки стратегічних напрямів, що приймаються міськими або регіональними управлінськими і адміністративними структурами, також не мають чіткого формату бізнес-плану і за своєю суттю залишаються у форматі "намірів". Практика інвестицій ставить чіткі умови формуванню бізнес-планів, в яких є однозначна логіка, що підкоряється простій схемі: "об'єкт інвестування - умови і об'єми інвестування - планована вигода від інвестицій". Згадані стратегічні напрями, на жаль, не виходять за рамки першого пункту цієї схеми. Наслідок такої ситуації - регіони з переліком "намірів" не отримують бажаного статусу суб'єкта на інвестиційних ринках і, природно, залишаються поза полем стійких інтересів інвесторів. У візуальності вказана ситуація призводить до того, що у черговий раз розробляються малі або великі кейси ідентифікаторів з узагальненим контентом. Ці кейси з різною мірою ефективності доповнюють вже використовувані елементи і системи візуальної ідентифікації, але ні до процесу

територіального брендингу, ні до самого поняття "територіальний бренд" прямого стосунку не мають. Заклики до системної зміни базових функцій державних і регіональних управлінських структур (від адміністрування до ефективного менеджменту) закладають позитивний вектор в складну проблематику взаємозв'язку (взаємозалежності) інвестицій і територіального брендингу. У будь-якому разі, проблематика айдентики територій і територіального брендингу має на увазі залучення до ефективної участі експертів і фахівців багатьох сфер діяльності. І в умовах робочих комунікацій ясне і однозначне розуміння ключових термінів є перший і обов'язковий крок у складному процесі досягнення ефективного результату та виключення з практики фатальних наслідків "підміни понять".

---

*Івченко Валерія Ігорівна*

*Аспірант кафедри педагогіки*

*ДВНЗ «Криворізький державний педагогічний університет»*

## **ГЕРМЕНЕВТИКА ЯК ФІЛОСОФСЬКА ТЕОРІЯ І ЯК МЕТОД ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ТВОРІВ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА**

В умовах гуманізації та гуманітаризації сучасного освітнього процесу в Україні художня освіта приділяє велику увагу досягненню повноти відтворення особистих здібностей майбутніх фахівців та подальшому вдосконаленню системи навчання. Актуальності набуває проблема підготовки майбутніх дизайнерів до інтерпретації творів образотворчого мистецтва. У сучасному мистецтві все більше творів ускладнюються з точки зору їх змістового навантаження, тому вони вимагають особливих навичок розуміння. Одним із таких ключових умінь є здатність до інтерпретаційної діяльності, яка дозволяє зрозуміти задум автора твору та виявити його прихований сенс. Складність тлумачення твору мистецтва полягає в тому, що епоха сьогодення послабила відчуття сприйняття справжньої живої цілісності в усіх сферах пізнання. Більшості майбутнім дизайнерам те «ціле», на якому вони повинні зосередити свою увагу, уявляється як дещо нереальне, тому вони повертаються до розгляду окремих форм, кольорів і понять, які вважають більш реальними та збагненними для інтерпретації. Однак у дійсності, при такому підході, ні про яке цілісне осягнення мистецьких творів й мови йти не може. Спостереження, розгляд й розуміння елементів без цілого не дає нічого окрім помилкового знання.

Аналіз літератури з теми дослідження дозволяє констатувати, що на відміну від вітчизняної та зарубіжної мистецтвознавчої літератури, в філософських джерелах питання інтерпретації висвітлюється достатньо широко. Ситуація нерозуміння є вихідною для такої науки як герменевтика, яку ще з часів античності розуміли як «мистецтво тлумачення», а її виникнення приписували одному з «Дванадцяти олімпійців» богу Гермесу. Основи ж філософського розуміння процесу інтерпретації було закладено у працях Ф. Шлайєрмахера, М. Гайдеггера та Г. Гадамера.

Попередня наукова систематизація та гармонізація процесу тлумачення належать релігійному мислителю та німецькому філософу ІХХ століття Ф. Шлайєрмахеру. Філософ перейшов від предмета розуміння, до його природи та наголосив, що розуміння є не початком процесу тлумачення, а виникає у його результаті. Необхідною умовою успішного здійснення герменевтичної процедури є «зрівняння» позицій дослідника та автора, завдяки граматичній та психологічній інтерпретації твору. Перша дає змогу визначити значимість кожного слова в мовному контексті (проникнути у «дух мови»). Друга полягає у розуміння основного задуму твору та окремих його частин, виходячи із знання особливостей внутрішнього світу автора (проникнення у «своєрідність письменника»). Обидва моменти розуміння нероздільно пов'язані між собою, та утворюють принцип «кращого розуміння», згідно з яким інтерпретатор повинен розуміти твір та світ його автора краще, аніж сам автор розумів себе і своє власне творіння.

На відміну від Ф. Шлайєрмахера, такі філософи ХХ століття, як М. Гайдеггер та Г. Гадамер у своїх концепціях відмовляються від необхідності долати часову відстань, що розділяє інтерпретатора і твір та не вважають за потрібне «вживатися» у особистість автора твору. Мислителі дійшли висновку, що це неможливо через те, що час подолати не можна, а учасники діалогу не можуть відмовитись від власного буття і бути поза історією. Окрім цього, М. Гайдеггер наголошує на тому, що прихована істина не є атрибутом знання, тому твір мистецтва ніколи не може бути остаточно зрозумілим. Г. Гадамер вважає, що інтерпретація є принципово відкритою й історичний переклад ніколи не буде дорівнювати історичному оригіналу.

Також, зазначимо, що безумовним теоретичним досягненням окреслених мислителів в галузі герменевтики було розроблення та обґрунтування концепції герменевтичного кола, яка висвітлює циклічний характер процесу інтерпретації. Герменевтичне коло включає проєкцію попереднього розуміння, діалогічну структуру питань і відповідей та пов'язане з співвідношенням цілого і його частин у будь-якому прояві інтерпретації. На першому етапі

тлумачення відбувається формальний аналіз твору як сфери чуттєвих знаків, адже шлях до розуміння його змісту лежить через його переживання. Другий етап включає елементи міркування. Для заглиблення в структуру твору, осягнення зв'язків між елементами змісту інтерпретатору необхідно залучити історичні, загальнокультурні, особистісні знання, а також проявити художню ерудованість. У разі успішного подолання другої умови процесу тлумачення, на третій ступені дослідник повертається до первісної простоти, життєвості й сили враження, яке однак тепер збагачене інформацією, яка виникла у процесі інтелектуального розуміння змісту твору.

Отже, сенс твору не можливо повністю осягнути лише екзистенційним шляхом. У процесі інтерпретації творів образотворчого мистецтва майбутнім дизайнерам необхідно застосовувати, як ретроспективний й психологічний аналіз, так і тлумачити твір з позиції сучасників й пам'ятати, що інтерпретація ніколи не буде вичерпаною. Застосування герменевтичного методу інтерпретації до творів образотворчого мистецтва збагачує розуміння художніх робіт, допомагає виявити їх сенс, зрозуміти значення окремих символів, знаків, художніх образів. Це сприяє формуванню у майбутніх дизайнерів особистісно-ціннісного ставлення до дійсності та різностильових творів мистецтва, позитивної установки на їх інтерпретацію, розвитку пізнавальних процесів, творчих здібностей, загальнокультурної та художньої компетентності. Системні знання щодо процесу інтерпретаційної діяльності визначають стратегію творчої діяльності майбутніх дизайнерів, адже в процесі сприймання та тлумачення твору студенти занурюються у світ естетичних і життєвих ідеалів його автора, що робить можливим їх вихід на рівень популяризації загальнокультурних й мистецьких цінностей у власних проектах.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Квіт С. М. Основи герменевтики : [навч. посіб.] / С. М. Квіт. – К. : «КМ Академія», 2002. – 188 с.

*Бондаренко Сергій Дмитрович*

*Кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри графіки  
НТУУ "КПІ ім. Ігоря Сікорського", м. Київ*

## **ФОТОДИЗАЙН ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ ХУДОЖНЬОЇ КУЛЬТУРИ**

У своїй сутності художній добуток можна розуміти як "картинний образ світу" не в тому значенні, що він є універсальним за охопленням життєвого матеріалу, але у тому, що він задає особливий, тільки йому властивий ракурс "світопереживання".

Постійна зміна життєвого середовища у якому існує сучасна людина вимагає рухливої системи символічних образів. За таких обставин мистецтво намагається існувати вже не стільки в просторі, скільки в часі сприйняття, фіксуючи світ у нескінченно малих його проміжках.

Якщо протягом століть змістом та наповненням образотворчого мистецтва слугувало навколишнє життя, а завдання художника полягало, по суті, лише у виборі об'єкта уваги та ракурсі його бачення, то в рамках нової парадигми кардинально міняються акценти творчого процесу. Область інтересів художників переміщується з відображення дійсності на авторські способи її репрезентації, маніфестації, конструювання.

Авторство поняття "віртуальна реальність" належить Джейрону Ланье (Jaron Lanier), що в кінці ХХ століття запустив його в широкий обіг. Але батьком "віртуальної реальності" прийнято вважати Івана Сазерленда (Ivan Sutherland), який у 1965 році публікує статтю, де описує концепцію пристрою "ultimate display". Технологія, за якою працював цей апарат, заклала підвалини практичного створення "нової реальності" за допомогою комп'ютерної симуляції фізичного (природного) світу з яким міг би взаємодіяти користувач.

На нашу думку, віртуальний світ може бути віртуальним лише до тих пір, поки він контрастує з тим, що називають реальним світом. У цьому контексті можна говорити, що віртуальність сучасної дійсності має глибші коріння ніж тільки відкриття у царині цифрових технологій або медійному просторі. Можна стверджувати, що множина "віртуальних реальностей" сьогодні настільки велика, що стан сучасної людини являє собою поступову втрату реальності, тому що з'являється все більше речей, які здаються не цілком реальними,

відокремленими від своєї сутності. Наприклад: молоко, яке не скисає або фрукти, які не їсть гусінь.

Динаміка шляхів розвитку культурного процесу дає підстави стверджувати, що до початку ХХ століття людина дивилася на світ очима художника, у першій половині стала дивитися очима фотографа, а вже після 70-х років людство сприймає світ очима дизайнера. Ми є свідками кардинальної зміни відносин людини та створюваного нею візуального тексту. Враховуючи такі реалії закономірним явищем виглядає поява нового художнього інструментарію, такого як фотодизайн.

Виклики інформаційного суспільства, доступність широкого загалу людей до технічних та програмних засобів призводять до того, що фотодизайн стає невід'ємною частиною багатьох сфер творчої діяльності. Наприклад: візуалізація образів, що органічно існують в сучасному предметно-просторовому середовищі чи у медіапросторі, в Інтернеті або поліграфічних виданнях.

Феномен фотодизайну полягає в тому, що можливо "картину світу" змінювати таким чином, що глядач не помічає "візуального дизайну" репрезентованого зображення. Ця технологія дає можливість створити образ або стилізувати зображення під будь-яке завдання, що сформоване в тому чи іншому мистецькому проєкті.

---

*Билык Анна Анатольевна*

*Кандидат искусствоведения, доцент кафедры дизайна  
Херсонского национального технического университета*

*Баранова Дарья*

*Магистрант кафедры дизайна  
Херсонского национального технического университета*

## **МУЗЫКАЛЬНЫЙ КЛИП КАК ОДИН ИЗ НОСИТЕЛЕЙ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОСТИ**

- Музыкальный видеоклип – это аудиовизуальная продукция, относящаяся к категории короткометражных экранных произведений. Изначально она несет в себе рекламную и развлекательную функции, однако в настоящий момент настолько крепко прижилась в культуре, что возымела неопровержимую социальную роль. И хотя этот носитель нельзя относить к категории "искусство" в виду отсутствия своего принципиально нового категориального аппарата и значения, напротив, его недооцененной особенностью является заимствование и отражение состояния подавляющих масс. В том числе, с помощью эстетических и технических характеристик.

- Музыкальный клип – это, в первую очередь, имиджевая продукция, которую так же нельзя не относить к массовой культуре. Неправильным будет разделение её на музыкальную и визуальную составляющие. Однако, стоит помнить, изображение зависит от непосредственно аудио-дорожки и служит дополнением к нему. Поэтому, уместным будет разграничение визуальных тенденций в целом и художественных решений конкретных видеоработ.

- Принято выделять такие основные виды музыкальных клипов:

1. концертный (выполняется посредством монтажа видеоматериала с живых концертов);
2. игровой (имеет постановочный характер, содержит в себе историю и драматургию);
3. танцевальный (упор делается на реакцию слушателя, а не исполнителя);
4. анимационный (содержит не реальные кадры);
5. любительский (создается зачастую поклонниками и выпускается не официально).

Также возможно нарушение границ между этими категориями, поскольку они действуют в рамках разных характеристик видеоряда, и, по желанию режиссера, могут накладываться друг на друга.

- При формировании визуальных особенностей клипа первичными является имидж группы, их стиль и жанр, в котором они исполняют, а также сама аудио-часть – её атмосфера, сюжетная или смысловая нагрузка, такие характеристики как темп, ритм и прочие. Для режиссера решающими факторами будут хронометраж, желаемые образ и тема, а также финансовые рамки проекта.

- Особенностью данного вида экранного произведения является то, что драматургия закладывается ещё на уровне аудиального ряда. Уже на этом этапе режиссер будет иметь представление о фундаментальных характеристиках продукта. К основным аспектам клипа будут относиться:

1. эстетические составляющие (проблема визуального образа, сюжет, выделение главного и второстепенного, колористика и т.д.);
2. технические особенности (вид съемки, постановочные приёмы и т.д.);
3. принцип соответствия (условное и полное).

В виду синтетичности образа, его оценка может иметь исключительно субъективный характер, и определяется благодаря отклику целевой аудитории, а также приобретением относительного значения "культурного наследия" в рамках этой сферы.

- Музыкальный клип принято относить к динамическому виду искусства, ведь одно из обязательных условий – динамичность

главенствующего образа, т.е. его трансформация в рамках специально построенной сюжетной линии. Стоит понимать, что как образ может действовать в пространстве, так и окружение может взаимодействовать с ним. Приобретение образом любой характеристики, а также его смена уже означает внутреннюю трансформацию и развитие.

Тем не менее, проанализировав определенное количество подобных работ, появляется возможность выделять некоторые элементы, присущие не только жанровым категориям, но и определенному времени или пространству (культуре). Тем самым, музыкальный клип становится важным элементом культуры – отражением тенденций, запрограммированных на определенную аудиторию.

- В последнее время всё чаще можно замечать тенденции к обращению к визуальным особенностям более старой продукции. Современные режиссеры пытаются стилизовать свой проект под продукцию, свойственную историческому либо культурологическому периоду, обращаясь к определенным техническим приёмам, используя постановочные элементы и визуальные символы, дублируя образы и локации, а также обращением к отложенной на подсознательном уровне визуальной памяти зрителя.

- Основой аудиомузыкального продукта является синтетический образ, формируемый в рамках музыкального пространства, с помощью инструментов дизайнера и художественной образности. Некоторое время назад технические возможности определяли критерии производства, однако сейчас происходит искусственное возвращение к заданным характеристикам – как один из мощнейших инструментов взаимодействия со зрителем и его памятью.

---

***Потапенко М.В.***

*Викладач кафедри акторської майстерності та дизайну  
Запорізького національного університету*

***Потапенко Г.М.***

*Старший викладач кафедри дизайну  
Запорізького національного технічного університету*

## **ОСНОВНІ АСПЕКТИ МУЛЬТИМЕДІЙНОЇ РЕКЛАМИ**

Розвиток сучасного мультимедійного дизайну у наші часи набрав високих темпів. Термін "мультимедіа" утворений зі слів "мульти" – багато, і "медіа" – середовище, носій, засіб повідомлення.



Мультимедійні технології почали розбудовуватися порівняно недавно завдяки росту обчислювальних можливостей і розвитку технічних засобів ПК.

Мультимедійні технології застосовуються для інформаційного забезпечення різних сфер людської діяльності. У рекламній діяльності мультимедійні технології є технологіями рекламної продукції. За допомогою засобів мультимедіа будуються рекламні відео та аудіоролики, розробляються логотипи й анімовані банери, оформлюються рекламні буклети.

Поняття "комп'ютерна графіка" відомо досить давно – це рисунки і креслення, створені за допомогою комп'ютера. Комп'ютерна анімація – трохи більш ширше явище, яке поєднує комп'ютерний рисунок (або моделювання) з рухом. Термін анімація походить від англійського "animate", що значить "пожвавлювати, надихати". У наш час комп'ютерна анімація знаходить усе нові й нові області застосування: від традиційної мультиплікації й комп'ютерних ігор до відеофільмів, рекламних роликів.

Сучасні рекламні відеоролики діляться в такий спосіб: ігрові або постановочні, у яких задіяні актори; анімаційні або мультиплікаційні – за участю анімованих мальованих героїв; комбіновані, у яких беруть участь як актори, так і анімовані персонажі.

У рекламній анімації існує ряд переваг, що суттєво розширює можливості впливу рекламного ролика на аудиторію. Частина з них відноситься до області психології. Мультфільм викликає більш привабливе відношення, а участь у комбінованому ролику анімованого персонажа робить ролик кумедним і оригінальним. Тому такий ролик частіше сприймається як гра або розвага, а не спроба змусити глядача купити якийсь товар.

Інші переваги носять технічний характер. Мальовані персонажі допомагають втілити в життя будь-які фантазії сценариста й режисера, зробивши рекламу видовишною, яка легко запам'ятовується. В анімованих роликах часто використовуються фантастичні істоти, "оживають" різні предмети. Крім того, ролик з комп'ютерною анімацією частіше виявляється дешевше ігрового.

Комп'ютерну анімацію прийнято підрозділяти на двовимірну й тривимірну. Загальними словами можна сказати, що двовимірна (2D) графіка й анімація – це сукупність засобів і прийомів для малювання зображень на площині. У той час як тривимірна (3D) графіка призначена для імітації фотографування або відео зйомки тривимірних образів об'єктів.

У сьогоденні існує, постійно розширюється й удосконалюється значна кількість програмних продуктів, які дозволяють реалізувати ті або інші методи анімації. До найпоширеніших програм двовимірної

анімації відносяться Adobe Animate, Adobe Edge Animate, Macromedia Flash, Adobe Photoshop та ін.

Тривимірне моделювання й анімація виконуються в програмах 3D Studio Max, Adobe After Effects, Maya, ZBrush та ін. В 3-D графіці вводяться нові поняття, пов'язані з моделюванням об'єктів і навколишнього середовища, такі, як сцена, вікна проєкцій, модифікатори, візуалізація.

Таким чином, мультимедійні технології застосовуються для інформаційного забезпечення різних сфер людського життя. У рекламній діяльності мультимедійні технології є технологіями створення рекламної продукції.

Одним з найпопулярніших видів анімаційної реклами є дудл-відео презентації.

Doodle-відео представляє собою оригінальний спосіб подачі інформації у вигляді мальованої анімації. Це розповідь якоїсь короткої історії. Частіше з присутнім гумором. Особливістю такої відео-презентації є її наповнена інформативність при невеликій тривалості. Головне завдання дудл-відео – зацікавити глядача й утримати його увагу за рахунок захоплюючого опису переваг товару або компанії під час розповіді.

Максимальний ефект відео в даному стилі досягається в рекламній сфері при демонстрації переваг і сильних сторін компанії. Саме власники бізнесу намагаються використовувати дудл-відео в якості цікавого способу реклами при участі в різних тематичних презентаціях, форумах і виставках, коли застосування традиційних способів буде виглядати тривіальним і нудним. Завдяки фантазії й майстерності дизайнерів динамічне дудл-відео є знахідкою для підприємців і неодмінно викликає захват у потенційних клієнтів. Основними замовниками анімаційних роликів є керівники порталів, власники Інтернет-магазинів, рекламщики та піар-менеджери.

Процес створення дудл-відео складається з наступних етапів: розробка сценарію; створення ілюстрацій художником; професійна озвучка диктором; добір музичного оформлення; зведення звуку й відео; одержання готового ролика.

Ефективність такого відео у тому, що людині набагато цікавіше й простіше сприйняти інформацію, яка подається у ненав'язливій оригінальній формі. Спостереження за рухами художника й при цьому прослуховування відповідної інформації не дозволяє занудитися глядачеві. Це схоже на творчий "гіпноз", ефективність якого не змушує сумніватися. Формат дудл-відео є досить новим, тому створенням таких міні-фільмів в основному займаються професійні дизайнери.

---

*Полтасєва Ганна Норайрівна*  
*К.т.н., доцент, професор кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **СУЧАСНИЙ ЕТАП ЗАСОБІВ ВИРАЗНОСТІ В АНІМАЦІЇ**

Проблема вивчення засобів анімаційної виразності піднімалася дослідниками кожен раз, коли анімаційне мистецтво здійснювало перехід на новий технологічний рівень, який відкриває нові художні можливості.

Сучасний стан анімаційних образних засобів багато в чому обумовлено яскраво вираженим дуалізмом розвитку даного жанру. З одного боку, всі анімаційні твори, що показані на екранах кінотеатрів або на телебаченні, є комерційними продуктами, розрахованими на залучення глядачів будь-якими можливими засобами. З іншого боку, завдяки розвитку мережі Інтернет, спостерігається тенденція до появи значної кількості нових анімаційних творів зі сміливими, свіжими, несподіваними рішеннями, нової художньої образністю, переосмисленням фізичної реальності.

Специфіка створення анімаційних творів в контексті розвитку виразних засобів анімації на рубежі століть, має на увазі два основних аспекти: творчий момент пошуку нових, цікавих аудіовізуальних, сценарних форм втілення ідей автора, й технічний момент реалізації цих ідей, на всіх стадіях створення твору.

Сучасне анімаційне мистецтво перейшло на нову виразно-образну і технологічно вдосконалену ступінь свого еволюційного розвитку. Комерційна анімація завдяки увазі до творів незалежної анімації, використання досвіду кінематографу, використанням новітніх досягнень науки і техніки, відкриттям нових засобів впливу на сприйняття, визначає подальший вектор розвитку анімації, що полягає в ускладненні художньо-образної мови та пошуку нових засобів виразності.

---

*Алфьорова Зоя Іванівна*  
*Декан факультету кіно-телемистецтва*  
*Доктор мистецтвознавства, професор*  
*Харківської державної академії культури*

## **ПРОЦЕСУАЛЬНА ХУДОЖНЯ ФОРМА ЯК "СТРИЖЕНЬ" МОРФОЛОГІЇ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ДИЗАЙНУ**

Мультимедійне проектне середовище стало похідним від проектного середовища як такого, поступово сформованого в контексті культури доби модерну епохи індустріального капіталізму. Морфологія дизайну як культурної, художньо-естетичної та конструктивно-формотворчої системи до кінця ХХ ст. практично була сформована як змістовно, інституційно, так і організаційно.

Постіндустріальна доба з її віртуалізацією соціокультурного простору вплинула на формування новітньої дизайнерської морфології: онтологічно віртуальної і формально-конструктивно процесуальної. Процесуальні художні форми, які складають основу цієї морфології монтажні, але на відміну від модерних форм,— нестійкі і, навіть, випадкові.

В постмодерній художній ситуації середини та кінця ХХ ст. процес руйнації "сміслового" та формотворчого "центра" в художній формі вкрай посилюється. Наслідком цього стало те, що "процесуальність" новітньої художньої форми формується завдяки "міжгібридним" оповідним конструкціям (тобто цитатам з інших художніх форм) і потребує корегентності, тобто суголосності між її елементами. Це зумовлює насичення художньої форми атракторами та "точками біфуркації". Художня форма, з одного боку, завдяки цим принципам монтажності ускладнюється, але відсутність єдиного смислового "ядра" надає їй кліповості. Така художня форма програмно будується за принципом "нелінійності" пластичного мислення, який поширюється і за межі художньої форми. Сміслова та структурна ризомність посилюється тим, що структурними її елементами стають не власні оповідні конструкції, а цитати. Тобто "процесуальна" художня форма заміщується "процесуальним гібридом", де категорія часу нелінійна для кожної складової цієї форми (враховуючи і мультимедійний простір). Ця форма ускладнюється не просторовими, а часовими структурами (за формулою: "одне місце, але різний час"). Виникає процесуальний художній простір з безліччю процесуальних художніх форм — мультимедійне проектне середовище. Воно існує

завдяки поєднанню двох методологічних принципів: детермінованості (дизайнерських проектних систем) з недетермінованістю (випадковістю) у творенні процесуального художнього простору, який потребує корегентності. Механізмом цього процесу стають дві стратегії: концептуалізація та риторизація художнього простору. В одній частині цього простору бінарні опозиції існують, а в іншій — ні. Реалізується принцип "розростання малого" або "посилення флуктуації" в будь-якій художній системі. Система стає дисипативною (нестійкою).

Таким чином, згідно окресленій обумовленості, морфологія мультимедійного дизайну як система є одночасно і нестійкою і стійкою, випадковою та детермінованою. На сьогодні постмодерну ризомність таких систем змінюють холізм та міжрівнева подібність. А це, у свою чергу, реалізує принцип корегентності різних за походженням художніх форм — традиційних, цифрових та гібридних — у єдину процесуальну дисипативну художню систему — мультимедійну.

---

*Полтаєва Ганна Нораїрівна*

*К.т.н., доцент, професор кафедри дизайну  
Херсонського національного технічного університету*

*Щербачук Дмитро*

*Магістрант кафедри дизайну  
Херсонського національного технічного університету*

## **ВЗАЄМОДІЯ ТЕХНІКИ ТА ВЛАДИ В КІБЕРПАНКУ**

Кіберпанк - це суто технічно детермінована література, що відображена в назві приставкою кібер-. Більш того, саме з кіберпанку художні течії визначаються характером зображуваних технологій.

Ключові для кіберпанку постіндустріальні технології, володіють істотним владним потенціалом і отримали статус технології віртуальної реальності, штучного інтелекту та кіборгізації. Віртуальна реальність виявляє конкретний соціокультурний і онтологічний вплив на людину і владні відносини, в якому умовно виділені два напрямки:

- 1) знищення межі між реальним і віртуальним світами;
- 2) віртуалізація тілесності.

Технології штучного інтелекту та віртуальної реальності в кіберпанку найбільше пов'язані з різними езотеричними й релігійними мотивами. Наприклад, в трилогії Гібсона автономні програми, що мешкають в Матриці, асоціюються з лоа, божествами Вуду.

Образ кіборгу стає, мабуть, одним з найвпливовіших технічних образів в західній культурі. Уже в 1970-ті рр. кіборги фігурують в

серіалах (Star Track), коміксах (антологія "Дивовижні історії" видавництва "Марвелл") і літературі (твори А. Азімова і Ф. Діка). Однак остаточне закріплення образ отримує в 80-і рр. завдяки культурі кіберпанку, перш за все кінематографу - фільмами "Той, що біжить по лезу бритви" (1982), "Термінатор" (1984) і "Робокоп" (1987).

У кіберпанку кіборгізація стає технологією, що отримала ідеологічний і філософський статус. Технологія кіборгізації, що зображена в літературі кіберпанку, безпосередньо пов'язана з проблемою співвідношення техніки та влади.

---

**Шукліна В.В.**

*К.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу*

**Поздняков В.А.**

*Студент факультету МЕН, управління і бізнесу*

*Херсонського національного технічного університету*

## **ПЕРЕВАГИ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕКЛАМІ**

Одним із перспективних напрямів у інформатизації рекламного процесу є мультимедійні технології, що інтегрують у собі потужні ресурси забезпечення реалізації його функцій і відкриття принципово нових методичних підходів його організації. Питанням розробки і вивчення технологій створення реклами присвячені роботи В. Бернбаха і Л. Бернетта, С. Алаєва, К. Веркман, М. Демченко, Є. Доценко О. Почапська-Красуцької, В. Музикант, А. Ляшенко, Д. Райгородської, Дж. Сівулкі та ін. У багатьох наукових джерелах зазначається, що при розробці сучасних рекламних технологій широко використовуються психологічні знання, накопичені в області психолінгвістики. Наявні в цій сфері дані істотно розширюють можливості ефективного застосування мовно-інформаційного впливу на споживачів. На підставі проведеного ретроспективного аналізу, можна зробити висновок, що реклама, як вид психологічного впливу спирається на сукупність характеристик особистості потенційних споживачів, а також на ряд загально-психологічних чинників, що детермінують ефективність цього впливу. Важливим є також те, що в процесі розробки сучасного рекламного продукту використовуються і тісно переплітаються різні моделі впливу [1-2]. Розвиток і об'єднання інформаційних середовищ, що використовують електронні технології, дозволяє все більш активно впливати на свідомість і поведінку особистості через засоби масової інформації.

Мультимедійні технології в рекламі є системою комплексної взаємодії візуальних і аудіо ефектів під управлінням інтерактивного

програмного забезпечення з використанням сучасних технічних і програмних засобів, які об'єднують текст, звук, графіку, фото, відео тощо в одному цифровому відтворенні; розподіляються на лінійне (без зворотного зв'язку) середовище і інтерактивне середовище [3]. Як складова інформаційних технологій, вони дозволяють вводити, зберігати, переробляти і відтворювати не тільки текстову, а й аудіовізуальну, графічну, тривимірну та іншу інформацію. Головною властивістю мультимедіа є художня привабливість, починаючи з кольорової палітри, шрифтів, композиційного рішення, поєднання текстової і графічної складових, продовжуючи застосуванням анімації, звукових ефектів.

Передові технології ринку інтерактивної реклами дають можливість формувати нові і ефективні рекламні продукти. Сучасна мультимедійна презентація – один з найперспективніших рекламних інструментів, що дозволяє одночасно задіяти графічну, текстову і аудіовізуальну інформацію [4-5]. При цьому її основою в рекламі є сюжетна лінія, сценарій і навігаційна структура (як відмінна риса, яка забезпечує користувачеві перевагу інтерактивності – можливість безпосередньої взаємодії з мультимедіа). При розробці рекламних роликів та інформативних блоків мультимедійних презентацій застосовуються технології flash- і 3D-анімації, комп'ютерного та графічного дизайну, цифрової обробки відео та фотоматеріалів, монтажу, програмування внутрішньої структури і створення інтерфейсу.

Таким чином, стрімкий розвиток і масштабність застосування мультимедійних технологій в сфері реклами пояснюється в першу чергу їх численними перевагами використання в якості практичного інструмента, а саме:

- інформаційна ємність – дозволяють в повній мірі продемонструвати переваги і специфіку рекламованого продукту;
- компактність (диски, USB-карти, електронні візитні картки, USB-годинник для зберігання);
- емоційна привабливість через зручну форму, послідовність, ефектне поєднання для сприйняття;
- наочність – дозволяє реалістично продемонструвати;
- мобільність;
- інтерактивність – можливість безпосередньо впливати;
- економічна вигода;
- багатofункціональність – може мати до десятка різних способів використання, починаючи від застосування мультимедіа для підтримки PR-акцій і виставкових заходів, до демонстрації при особистих контактах з потенційним клієнтом або партнером.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Демченко М. Реклама як чинник формування мотивації поведінки споживача / М. Демченко // Діалог: Медіа-студії : зб. наук. праць / ред. кол.: відп. ред. Александров О. В. – Одеса : Астропринт, 2014. – Вип. 11. – С. 37-45.
2. Лященко А. В. Реклама як соціокультурне явище в системі масової комунікації : автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій / А. В. Лященко. – К., 2017. – 16 с.
3. Вітренко А. Процеси глобалізації світового ринку рекламних послуг та їх вплив на розвиток національного ринку реклами України / А. Вітренко // Вісник КНУ імені Т. Шевченка. Серія "Економіка". – 2017. – № 123. – С. 57–61.
4. Хамініч С. Ю. Реклама та рекламна технологія у сучасному вимірі / за заг. ред. С.Ю. Хамініч; Дніпропетр. нац. ун-т ім. О. Гончара. – Дніпро: Маковецький, 2015. – 143 с.
5. Медійна реклама. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://igroup.com.ua/seo-articles/medijna-reklama>



*Яковець І.О.*

*К. мист., доцент, професор кафедри дизайну*

*Хабло І.В.*

*Студентка магістратури кафедри дизайну  
Черкаського державного технологічного університету*

### **ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ВИСТАВКОВИХ КОМПЛЕКСІВ: ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ**

Виставкова галузь в Україні динамічно розвивається і знаходиться у сфері особливої уваги держави. Визнання у світі українських виставкових компаній, створення виставкових центрів міжнародного рівня, з одного боку, відкриває нові можливості, з іншого – вимагає належної професійної підготовки та оцінки виставкових заходів та виставкового дизайну.

Виставковий комплекс (виставковий центр) – спеціальна територія з розташованими на ній будівлями/спорудами, що використовують для проведення виставок/ярмарків. На сьогоднішній день виставковий комплекс – це об'ємна, великомасштабна територія, на якій розташовані необхідні експозиційні приміщення. Для належної організації великих проектів та інших тематичних подій в стінах комплексу повинні функціонувати повністю обладнані сучасні зали і галереї. Їх стіни вміщують в себе масштабні стенди будь-якого типу, розміру та об'єму.

У свою чергу виставкові приміщення являють собою ізольовані території певних габаритів, основна мета яких – демонстрація досягнень у сфері мистецтва, науки, машинобудування тощо. Як правило, вони здаються в оренду організаторам на час проведення заходів.

Незважаючи на різноманітні призначення і тематику виставок, їх проектування виходить з ряду загальних умов, які визначають необхідний набір приміщень, функціональні вимоги до цих приміщень, до ділянки. Будь-яка виставка передбачає відкриту експозицію частини експонатів. На художній виставці ними є деякі скульптури, на промисловій чи сільськогосподарській – частина особливо великих агрегатів, сільськогосподарських машин тощо.

У зв'язку з цим територія відкритої експозиції повинна бути не менше площі закритої. Сама територія, відведена для виставки, як правило, повинна розташовуватися в парковій зеленій зоні міста з тим,

щоб відвідування виставки та засвоєння нової інформації поєднувалися з відпочинком. Крім майданчиків відкритої експозиції генпланом повинні передбачатися резервна територія для розширення експозиції, господарський двір, місця для стоянки автомашин.

До складу приміщення виставкової будівлі повинні входити: експозиційні зали; група приміщень обслуговування відвідувачів; група виробничих приміщень – для підготовки експонатів до експозиції, фотомайстерні, майстерні декоративно-оформлювальних робіт, адміністративні приміщення, вхідна група приміщень.

За функціональною схемою передбачається безпосередній зв'язок експозиційних приміщень з вхідною групою, приміщеннями для обслуговування відвідувачів і адміністрацією. Виробничі приміщення проєктують з окремим входом і пов'язують з експозиційними приміщеннями.

Експонати повинні розміщуватися та освітлюватися найбільш сприятливо і з урахуванням тієї обставини, що до 80% інформації відвідувач виставки отримує за допомогою зорового сприйняття, причому найбільш активною зоною по висоті у вертикальній площині служить зона між відмітками 0,8-0,9 і 2,5 м від рівня підлоги, вертикальний кут зору – 27°, а горизонтальний – 50-55°. Виходячи з цих параметрів встановлюються оптимальні розміри проходів по ширині при односторонній експозиції плоских предметів – 5 м, при двосторонній – 9 м, а при розміщенні між ними об'ємних об'єктів експозиції – 24 м.

Графік руху відвідувачів і побудова експозиції при розташуванні на одному рівні будується зліва направо, в декількох рівнях – зверху вниз і зліва направо з виключенням зустрічного руху відвідувачів.

Експозиція організовується найбільш часто з прямолінійним або кільцевим графіком руху, який направляється вигорodkaми з щитів та експозиційних стендів.

На відміну від всіх раніше розглянутих будівель у виставкових приміщеннях допускається застосування природного, змішаного або штучного освітлення. Природне освітлення проєктують верхнім (повним, центральним, периферійним – прямим або спрямованим) або бічним (одностороннім і двостороннім з високим або низьким розташуванням скління).

Для штучного освітлення застосовують системи загального рівномірного розсіяного освітлення, периметрального (уздовж експозиції), софитного, спрямованого на експонати. Додатково застосовують бічне освітлення від світильників, укріплених на стінах або перегородках, і, нарешті, місцеве для підсвічування художніх експонатів.

Джерела штучного освітлення проєктують, як правило, прихованими, розміщуючи їх за будівельними елементами (карнизами, плафонами), а при неможливості такого розміщення постачають відбивачами і розсіювачами. Штучна освітленість окремих експонатів змінюється в залежності від їх світлини, але характеристика насичення світлом всього простору зали на рівні 1,5 м від підлоги повинна становити не менше 150 лк.

Таким чином, створення єдиної концепції організації певного виставкового простору з урахування дизайн-ергономічних вимог до проєктування дозволяє в більшості випадків знайти унікальне і неповторне рішення для різних типів виставкових комплексів.

---

*Абрамюк Інна Георгіївна*  
*Кандидат архітектури*  
*Луцький національний технічний університет*

## **ДИЗАЙН СЕРЕДОВИЩА ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ**

Вищі навчальні заклади як освітні системи, пройшли складний шлях історичного розвитку, відображаючи розмаїття кардинальних змін, які відбувалися в соціумі, науці і культурі, й здійснювали значний вплив на нагромадження знань й прогрес світової культурної спадщини. Реалізація освітньої функції завжди була і є основною складовою діяльності вищого навчального закладу. Інноваційна парадигма сучасної освіти, яка прийшла на зміну "просвітницькій", характеризується якісно новими рисами: орієнтацією на пріоритет особистості, яка розвивається; переходом від репродуктивної моделі освіти до продуктивної, гуманістичної, культурно-орієнтованої, з діяльним характером освіти. Що, в свою чергу, призводить до створення у вищих навчальних закладах толерантного культурного середовища, яке одночасно підкреслює традиційність вищої освіти та надає свободу особистості у виборі ціннісних пріоритетів, а також спонукає студентів до культурної активності та творчого саморозвитку.

Власне, за своєю концептуальною ідеєю сучасний університет як універсальне явище є динамічним й відкритим середовищем для дискусій і вільного перетину думок, а його багатофункціональність передбачає гнучкість і трансформативність, які проявляються у постійній зміні функцій одного і того ж простору. При цьому

архітектурно-дизайнерське проектування відіграє одну з головних ролей в організації сучасного освітнього середовища.

Планувальні схеми університетів пройшли тривалий шлях розвитку від відкритих майданчиків у тіні дерев (Академія Платона), перших найпростіших корпусів у середні віки, планувальних схем типу базиліки в епоху Відродження, до складних утворень павільйонного типу в Англії та Німеччині XIII-XVIII ст. Американський досвід будівництва університетських комплексів на початку XIX ст. дав новий імпульс для переходу до нових планувальних принципів. Вищий навчальний заклад розглядався як "антимісто" в місті зі своїм "світом і духом". У сучасній архітектурно-дизайнерській практиці спостерігаються тенденції до створення університетського середовища відкритого типу. Наприклад, замість лекційних залів, проектуються простори за типом близьким до моделі спільної роботи (co-working) або ж у масштабі Googleplex. Наприклад, концепцію гнучкості та відкритості освітнього простору втілено у будівлі університету Раєрсон, що в Торонто (Канада). Будівля спроектована студією Snohetta, де кожен поверх пропонує різні типи просторів з унікальною атмосферою і має свою назву й кольорове рішення (рис. 1).



Рис. 1. Навчальний корпус університету Раєрсон, Торонто, Канада (архітектурне бюро Snohetta)

Корпус університету Раєрсон репрезентує себе як бібліотека без книг, проєкт створює природні умови для взаємодії груп людей, в той же час, пропонує зони для регульованого навчання. Або ж у коледжі Орестад (Копенгаген, Данія), спроектованого архітектурним бюро 3XN. Основна ідея розробки полягала у створенні університету "без аудиторій", середовище якого сприяє колаборації та спільній творчості. Це спонукає студентів вчитися, спілкуватися, розвиватися (рис. 2).

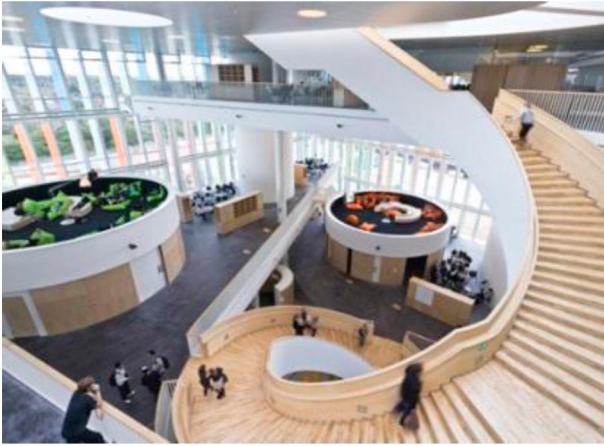


Рис. 2. Корпус коледжу Орестад, Копенгаген, Данія  
(архітектурне бюро 3XN)

Не менш важливим засобом формування дизайну університетського середовища є образ, котрий повинен залучати, запам'ятовуватися і в той же час бути лаконічним, виходячи із різноманітності функціональних процесів. Зазвичай образне рішення утворюється за рахунок надання символічної форми та виразності фасадам головних корпусів університетського містечка (адміністративним, навчальним корпусам, бібліотекам, культурним центрам) або ж простору в цілому.

В побудові образу вищого навчального закладу як соціокультурного знакового простору можуть використовуватися метафора, символ форми і кольору, зв'язок з контекстом, котрі відображають освітню парадигму університету. Це проект Інституту Моди і Технології, Нью-Йорк, США від бюро SHoP Architects, що ґрунтується на поєднанні скляних фасадів та великої кількості кубічних сходових кліток та галерей, котрі то об'єднуються в одну горизонтальну лінію, то розходяться по різних поверххах, а металеві стяжки уподібнюють фасад застібці-блискавці, яка є невід'ємним атрибутом індустрії сучасної моди (рис. 3). Або ж глобальну соціально значущу ідею. Наприклад, проект інженерного коледжу в Катарі (Доха, ОАЕ) від архітектурної студії Mimar Emirates, що орієнтований на охорону навколишнього середовища узбережжя Перської затоки та має образ "гірського хребта", який символізує безперервний зв'язок між ландшафтом та урбосередовищем (рис. 4).



Рис. 3. Проект Інституту Моди і Технології, Нью-Йорк, США  
(архітектурне бюро SHoP Architects)

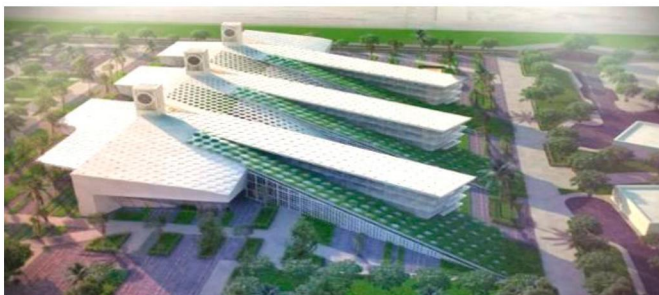


Рис. 4. Проект інженерного коледжу в Катарі, Доха, ОАЕ  
(архітектурна студія Mimar Emirates)

Таким чином, спостерігається тенденція до створення нового середовища вищого навчального закладу, архітектурно-дизайнерські рішення якого все частіше орієнтуються на створення умов, що дозволяють поєднувати освітню, культурну, пізнавальну діяльність в структурі одного об'єкту. Власне, безперервність, перетікання внутрішніх просторів, динамізм, а також символізм та соціальна значущість проектних пропозицій й дає можливість трактувати середовище університету як соціокультурний простір.

---

*Скляренко Наталія Владиславівна*

*Канд. мистецтвознавства, доцент*

*Калитюк Марія Сергіївна*

*Магістрант*

*Луцького національного технічного університету*

## **КОНТЕКСТУАЛЬНІ ВЛАСТИВОСТІ СЕРЕДОВИЩА**

У процесі формування предметно-просторового середовища виникає поняття "контекст", яке набуло широкого використання у дизайні. Багато дизайнерів про контекст зазвичай не згадують. Проте він має відношення до всіх етапів дизайнерського проектування – від ідеї до готового продукту. Сьогодні поняття "контекст" переосмислюється з позицій системного підходу, виступаючи важливим чинником у проектуванні гармонійного середовища життєдіяльності людини.

Аналіз досліджень, присвячених поняттю "контекст", дозволяє виділити три популярні точки зору. У першому випадку в якості контексту розглядають групи предметів, які практично не піддаються контекстному осмисленню, але пов'язані між собою спільною метою [1, 4]. До другої точки зору належать роботи, в яких контекст представляється як формально позначені варіанти моделей, що піддаються контекстному осмисленню і мають певну мету [3]. У третьому випадку, контекстом вважається оточення розглянутого предмета [2]. Проте цілісного дослідження контекстуальних властивостей середовища поки не проведено.

Метою роботи є виявлення контекстуальних властивостей середовища.

Поняття "контекст" використовується в різних областях гуманітарних і технічних наук: в філософії, історії, математиці, інформатиці, фізиці, архітектурі і дизайні. У широкому значенні контекстом називають сукупність обставин, що оточують будь-який об'єкт дизайну [4].

Контекст з позицій системного підходу в дизайні може розглядатися як форма репрезентації проектного рішення у середовищі, що потребує самостійного теоретичного дослідження. Генерованою контекстом проектною ідеєю може стати актуалізація несуттєвих значень об'єкту в новому смислового забарвленні або нове застосування одного з його значень в іншому оточенні. Тоді середовище набуває контекстуальних властивостей.

З точки зору дизайну важливою властивістю контексту є можливість бути фоном або доповненням до об'єктів. Так, людина або частини її тіла в цьому випадку виступають контекстом у проектуванні (поручні у тролейбусі сприймаються як годинник на руці людини (рис. 1, а); реклама чіпсів Lays дозволяє створити ідеальну посмішку). Об'єкт виступає складовою частиною середовища, у якому знаходиться.

Ще одна властивість контексту – здатність розкривати зміст об'єкту, виявляючи його нові сторони. Контекстом можуть виступати природні явища (дощ, сонячне світло, вітер та ін.), які підкреслюють ідею (реклама бюстгалтерів Calvin Klein демонструє нижню білизну під час дощу). Також джерела освітлення (дія зубної пасти Colgate проявляється вночі при ввімкненому джерелі освітлення) і конструктивні зміни об'єктів предметно-просторового середовища (параметри швидкості машини зростають при розведенні моста) дозволяють виявити різні сторони проектного задуму.

Контекст змінює сприйняття об'єкта, розкриває його багатогранність. Наприклад, символ в оточенні інших символів може бути сприйнятий по-різному. На рис. 1, б все залежить від того, як читати: зверху вниз або зліва направо. При русі очей по вертикалі ми бачимо літери А і С, тому символ в центрі читається як літера В. По горизонталі той же самий символ в контексті чисел 12 і 14 сприймається як число 13. Літера В і число 13 складаються з одних і тих же елементів. Різниця в сприйнятті знака – число перед нами або літера – визначається контекстом.

Дизайн-об'єкт здатний сам формувати контекст: до об'єкта додаються інші елементи, які виявляють його зміст та організують навколишнє середовище (реклама кремезного чоловіка з гойдалкою, що стає частиною середовища (рис. 1, в)). Це доводить, що гармонійно спроектоване, штучно створене дизайнерське рішення, яке розміщене в середовищі життєдіяльності людини впливає на якість сприймання інформації.

Таким чином, з точки зору теоретичного значення і практичного втілення, контексти можна характеризувати як організовані, смислові, динамічні системи для різноаспектного розуміння, опису та проектного перетворення об'єктів і їх комплексів в середовищі.

Контекстуальні властивості проявляються через можливість середовища набувати ознак фону або доповнення до об'єктів, його здатність розкривати зміст об'єкту, змінювати його сприйняття або через прояв самостійного формування контексту власне дизайн-об'єктом.



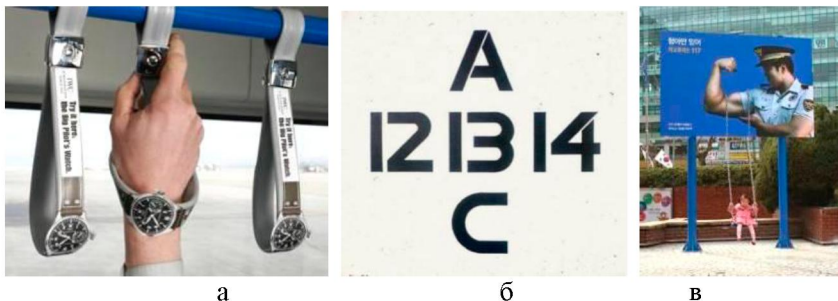


Рис. 1. Контекстуальні властивості середовища:  
 а – реклама годинників; б – графічна композиція, що змінює сприйняття; в – соціальна реклама поліції

### ЛІТЕРАТУРА

1. Брінгхерст Роберт. Основи стилю в типографіці. М.: Видавець Д.Аронов, 2008. 480 с.
2. Лаврентьева Є. А. Текст і контекст в графічному дизайні: актуальні проблеми та тенденції візуалізації тексту. М.: Московський державний художньо-промисловий університет ім. С. Г. Строганова, 2008. 230 с.
3. Серов С.І. Графіка сучасного знака. М.: Лінія графік, 2005. 408 с.
4. Мкртчян С.В. Контекст как понятие средового дизайна. Вестник Оренбургского государственного университета. 2015. № 5 (180). С.44-49.

---

*Скляренко Наталія Владиславівна*  
 Канд. мистецтвознавства, доцент  
*Панасюк Олена Петрівна*  
 Магістрант

*Луцького національного технічного університету*

### **ПРИНЦИПИ ПРОЕКТУВАННЯ НОВОГО НАВЧАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ**

Навчальне середовище є системою, що включає в себе загальноосвітні заклади освіти: школи, гімназії, ліцеї, колегіуми, школи-інтернати. Воно посідає важливе місце у сучасному світі, особливо у період інтенсивного розвитку новітніх інформаційних технологій. Проте існує низка проблем, пов'язаних з реформуванням

шкільної освіти, які потребують впровадження інноваційних підходів до проектування навчального закладу з метою забезпечення високого творчого потенціалу та рівня освіти школярів. Таке середовище передбачає проектування культурної, оздоровчо-спортивної та відпочинкової інфраструктури, створення комфортних приміщень для інклюзивного та групового навчання.

В Україні навчальне середовище загальноосвітніх закладів не відповідає реальним суспільним потребам учнів. А тому виникає необхідність проектування навчального середовища із відповідними естетичними, екологічними показниками, що формує свідомість та культуру молодого покоління.

Метою дослідження є висвітлення принципів проектування нового навчального середовища загальноосвітніх закладів.

Об'єктом дослідження виступає навчальне середовище загальноосвітніх закладів. Предметом дослідження є принципи проектування нового навчального середовища.

Поняття навчального середовища є досить актуальною темою у педагогічній сфері та у сфері психології. Виділяються три напрямки досліджень: педагогічного, психологічного, архітектурно-проектного напрямку. Принцип "зеленого" проектування навчальних закладів розглядала Є.Н. Мигулько [2]. Питання формування відкритого простору для навчання у природному середовищі досліджували Ю.Д. Мироненко, О.В. Масловська [1]. Проте принципів проектування навчального середовища поч. XXI ст. дослідниками не сформульовано.

Навчальне середовище загальноосвітніх закладів – це соціокультурний простір, в межах якого здійснюється формування розумового розвитку молоді. Особливістю формування нового навчального середовища загальноосвітніх закладів є зміна принципів його проектування.

Відкритість навчального простору пов'язана із зникненням традиційних класів. Формується відкрита школа як експериментальний навчальний заклад, внутрішній простір якого не обмежується стінами [3]. Для даних шкіл облаштовуються спеціальні середовища, добре обладнані і технічно оснащені. Мобільні стіни-перегородки та меблі створюють потрібний простір.

Різновидом принципу відкритості є прозорість (проявляється у використанні прозорих матеріалів як символ "прозорого" навчання). Головна особливість формотворення навчального середовища – використання скла як основного матеріалу для будівництва. Найяскравішим прикладом прозорості освітнього середовища стала Японська скляна школа, усі конструктивні елементи якої скляні. При цьому створюється враження єднання будівлі школи з ландшафтом.

Принцип багатофункціональності дозволяє приміщенню навчального закладу стати культурним та навчальним осередком для дитини впродовж шкільного життя, окрім навчання проектується місце для розваг та здобуття навичок. У навчальному середовищі загальноосвітніх закладів передбачається чіткий поділ на зони за допомогою кольору, форми, конструктивних елементів. Мобільність стає основою принципу багатофункціональності навчального середовища за рахунок використання мобільного обладнання, що забезпечує швидку адаптацію до архітектурного планування та зонування приміщень.

Змінюється підхід до освіти за рахунок принципу адаптивності, що дозволяє дітям пристосуватися до навчальних потреб та середовища школи. Ключовим моментом даного підходу є впровадження інклюзивного навчання. Інклюзивне навчання передбачає комплексну систему забезпечення освітою дітей з особливими потребами, це реалізується шляхом залучення до навчання таких дітей у загальноосвітніх школах поряд із звичайними дітьми. Підвидом принципу адаптивності є принцип інформаційності (зручності навігації, проектування мобільних бібліотек) та інноваційності (використання сучасних технологій).

Екологічність як принцип проектування нового навчального середовища формується завдяки інтеграції природи та предметно-просторового середовища навчального закладу. Напрямами забезпечення екологічності у навчальному середовищі є: відтворення елементів природи в інтер'єрі; створення зелених зон; використання енергозберігаючих технологій; інтеграція архітектурного простору у ландшафт ("зелені школи", зелені дахи).

Нове навчальне середовище, створене на основі сучасних принципів проектування, формує ергономічне, гуманістичне, екологічне, інноваційне навчальне середовище. Принципи проектування нового навчального середовища: відкритість, екологічність, багатофункціональність (мобільність) та адаптивність забезпечують створення універсального навчального середовища загальноосвітніх закладів. Такий навчальний простір пропагує створення і функціонування ергономічного, екологічного, інклюзивного та культурного навчального середовища, яке сприяє розвитку освіти та формує в учнів цікавість та розвиток творчих здібностей при навчанні.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Масловская О.В. Проектирование открытых образовательных пространств в рамках учебного процесса ВГУЭС, 2011, № 2. – С. 111–117.

2. Мигулько Е.Н. "Зеленая" архитектура современных зарубежных школ. *Науки о Земле "Наука. Инновации. Технологии"*, 2013, №4. – С. 78–88.

3. Мироненко Ю.Д. Создание и использование открытого образовательного пространства как культурной и профессиональной социализации детей, подростков и молодежи. Москва, 2015. – 143 с.

---

*Полякова Ольга Володимирівна*

*Асистент кафедри дизайну*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

### **ФОРМУВАННЯ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ ІНТЕР'ЄРУ СУЧАСНОГО ЖИТЛА НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ СЦЕНАРНОГО ПІДХОДУ**

На дизайн інтер'єру сучасного житлового середовища активно впливають динамічні зміни у способі життя людей, що призводить до змін і у методах проектування. Наразі у сфері дизайну пріоритетним стає нове покоління методів, які базуються на людино-орієнтованому підході [1] та активно включають у процес проектування користувача та спираються на використання його досвіду. Актуальність такого підходу особливо актуальною є в дизайні житлового середовища, що має максимально відповідати індивідуальним потребам його мешканців.

Дослідженнями сценарного підходу в проектуванні житла займалися Бранци А., Єфімов А. В., Лазарева М. В., Шимко В. Т., Розенсон І. О., О' Коннор Дж. та ін. Результати досліджень авторів формують міцну теоретичну базу для використання підходу при створенні сучасних методик проектування житлового середовища. Формування художнього образу об'єктів дизайну тісно пов'язане з появою технологічних новацій та розвитком методів проектування. Динаміка змін цих факторів в останнє десятиріччя потребує комплексного дослідження.

Основними засобами формування художнього образу середовища є: форма та композиційні засади; колір предметного наповнення та просторового оточення; світло та проекції; трансформація планування та конструктивна трансформація предметного оточення.

Проектування житлового середовища завжди орієнтується на задоволення індивідуальних потреб певної родини та кожного з її членів. Протікання у помешканні різноманітних побутових функціональних процесів, що змінюються з плином часу і зміною складу сім'ї, потребує від дизайнера прогностичного бачення

потенціалу житла. Передбачення змін в предметно-просторовій організації середовища на етапі проектування дозволить у майбутньому адаптувати житло під нові потреби без радикальної реконструкції. Практичним інструментом дизайнера у реалізації цього процесу є сценарний підхід в проектуванні житлового середовища.

Сценарний підхід полягає у розробці сценаріїв, що дають можливість уявити різні сторони функціонування створюваного дизайн-об'єкту у реальності. Таким чином розкривається не лише ідея зовнішнього вигляду, а і його зв'язків з оточуючим середовищем та людиною. Результатом аналізу моделі дизайн-об'єкту стає висновок про перелік вимог до нього та про характеристики, що необхідно йому надати [2]. Формування сценографії інтер'єрного житлового середовища включає у себе наступні елементи: просторове середовище (постійна архітектурна оболонка); побутові процеси, зумовлені функцією приміщень та способом життя родини; предметне наповнення, що технологічно забезпечує виконання процесів та декоративно доповнює образ середовища.

В результаті аналізу можливостей сценарного підходу як методу прогностичного проектування при формуванні дизайну інтер'єру житлового середовища та узагальнення етапів організації процесів проектування, було розроблено послідовні етапи сценарного моделювання інтер'єру сучасного житла (Рис. 1). Процес творчого сценарного моделювання складається з 3-х етапів. Задача першого "Аналітичного" етапу полягає у виявленні складових елементів системи сценарію. Другий "Концептуальний" етап моделювання орієнтований на формування комплексного сценарію функціонування середовища житла. Третій "Деталізуючий" етап має завершитись деталізованим комплексним проектним рішенням інтер'єру житла.



Рис. 1. Етапи сценарного моделювання інтер'єру сучасного житла

Процес сценарного моделювання інтер'єру житла є максимально орієнтованим на індивідуальні потреби та побажання мешканців житлового середовища. Саме тому він потребує залучення усіх майбутніх користувачів та використання їх життєвого досвіду. Такий підхід дозволить наблизити як функціональну, так і художньо-образну складову дизайну помешкання до очікувань замовника.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Eggen B., van den Hoven E., Terken J. Human-centered design and smart homes: How to study and design for the home experience? [Текст] // Handbook of smart homes, health care and well-being. – 2017. – С. 83-92.
2. Розенсон И. А. Основы теории дизайна [Текст] : учебник для вузов / И. А. Розенсон. – СПб. : Питер, 2008. – 219 с.

---

*Скляренко Наталія Владиславівна*

*Канд. мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну та архітектури*

*Романюк Іванна Володимирівна*

*Магістрант*

*Луцького національного технічного університету*

## **ХУДОЖНЬО-ГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТІНІ У КОНТЕКСТІ ПРОЕКТУВАННЯ**

Тіньове мистецтво (shadow art) – це унікальна форма мистецтва, де двовимірні тіні, відтворені тривимірними об'єктами, мають важливе значення для створення художнього ефекту. Тіньове мистецтво на початку ХХІ ст. здобуває популярності в дизайні як напрям проектування, пов'язаний із створенням тіньового середовища.

Значна кількість джерел охоплює дослідження світлових ефектів, а тінь лишається поза увагою дослідників. Проектний напрям засвідчує широке використання тіні у архітектурі та дизайні. Приклади використання світло-тіньових ефектів в архітектурному середовищі та їх аналіз здійснила Н.Р. Сидоренко [3]. Важливим для створення тіньових ефектів є обчислення патернів на фасадах будинків, завдяки побудові конструкцій параметричним методом (Н.М. Надиршин [2], І.А. Добриціна [1]).

Метою дослідження є визначення художньо-графічних особливостей тіні.

Об'єктом дослідження виступає тінь та тіннові ефекти, що набули поширення у проектуванні. Предметом дослідження є художньо-графічні особливості тіні.

Тіннове мистецтво в останні два десятиріччя набуло стрімкого розвитку і проникло як продукт дизайну у всі сфери людської діяльності, стало невід'ємною частиною середовища життєдіяльності. Завдяки проектним можливостям тіні формується тіннове середовище з широким спектром функцій.

Художньо-графічні особливості тіні залежать від об'єктів, що дають тінь (тіньоутворюючі об'єкти). В основі появи тіннових ефектів лежить взаємодія об'ємно-просторової структури тінньоутворюючого об'єкту, джерела світла та площини, на яку падає тінь. При цьому утворюються тіннові плями, що мають художньо-естетичну сутність. Графічні властивості тіні проявляються у суцільних тінях або тінях, що перериваються світловими проміжками (використовується для зменшення простору у великих приміщеннях та вузьких коридорах).

Важливою ознакою тіні є світлота її плями. Одношарові об'єкти використовуються як тінньоутворюючі у монтуванні фасадів патернами в один шар. Вони забезпечують відтворення тіней з однаковою світлотою плям. Багатошарові тінньоутворюючі об'єкти знаходять застосування переважно для зміни мікроклімату у приміщеннях. Створити тінь від багатошарових об'єктів проєктанти свідомо намагаються досить рідко, оскільки це вимагає додаткових витрат, пов'язаних з монтажем конструкції, її вартістю тощо. У результаті використання багатошарових об'єктів утворюються оригінальні тіннові зображення з різною світлотою плям. Форма та світлота тіні від таких об'єктів змінюється залежно від відстані між джерелом світла та тінньоутворюючим об'єктом.

Напівпрозорі тінньоутворюючі об'єкти з колірною або світлотною градацією забезпечують зміну світлоти тінгової плями, плавний перехід плями тіні від світлого до темного. Графічні об'єкти є оригінальним доповненням до перекриттів або дахів різноманітних об'єктів ландшафтного дизайну. Така тінь виконує не лише захисну функцію (зміну мікроклімату), але й навігаційну (тіні від об'єктів є вказівником напрямку руху).

Із світлотою тіні пов'язані поняття прозорості та кольору. Прозорість тіні визначається залежно від ступеня прозорості тінньоутворюючого елемента. Забарвлення променів джерела світла та тінньоутворюючого об'єкта формують колір тіні. Кольорові тінньоутворюючі об'єкти складаються з декоративних металевих конструкцій, в які вмонтовані скляні деталі. При потраплянні на них світла на площині утворюється кольорова тіннова композиція.

Взаємодія тіні з тіньютворюючим об'єктом забезпечує появу низки художньо-графічних властивостей, пов'язаних із динамікою: статична тінь (характеризується сталістю у будь-який час доби) та динамічна тінь (формується на основі руху тіні).

Художньо-графічні особливості тіні широко використовуються в різних сферах дизайну. Трансформація сутності тіні пов'язана із зміною та перетворенням істотних властивостей тіні. Наприклад, тіні широко використовуються для формування графічних комплексів в інтер'єрах. Тінь виступає в якості символу та використовується для позначення номерів будинків або заміняє вивіски в інтер'єрі та екстер'єрі.

Тіні набувають широкого використання у формуванні систем візуальної навігації. Точка відліку (тінюва людина символізує початок руху у середовищі) або напрям руху можуть позначатися за рахунок реалізації світло-тінювих ефектів, утворених тінювими конструкціями та джерелами світла.

Художньо-графічні особливості тіні (світлота і насиченість плями; прозорість, ароматичність та ахроматичність) знаходять застосування у різних сферах дизайну. Контекстне та концептуальне використання цих особливостей призводить до трансформації сутності тіні. Формування графічних комплексів та систем візуальної навігації базується на пошуку нових змістів тінювих об'єктів. Мистецтво тіні можна розглядати як напрям проектування у дизайні, що дозволяє розширити можливості тінювих ефектів в контексті інновацій технічного характеру.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Добрицына И.А. От постмодернизма – к нелинейной архитектуре. Архитектура в контексте современной философии и науки. Москва, 2006. 412 с.
2. Надыршин Н.М. Параметризм как стиль в архитектурном дизайне. Вестник ОГУ. №1 (150). Казань, 2013. С. 53-57.
3. Сидоренко Н.Р. Свето-теневые эффекты как "нематериальные" средства организации формы в современной архитектуре. Вектор науки ТГУ. № 15. Ростов-на-Дону, 2009. С.527.



---

*Скляренко Наталія Владиславівна*  
*Кандидат мистецтвознавства, доцент*  
*Луцького національного технічного університету*

## **ЧАСОВИЙ ФАКТОР У ПРОЕКТУВАННІ ВІЗУАЛЬНО-ГРАФІЧНОЇ СИСТЕМИ НАВЧАЛЬНОГО ПРОСТОРУ**

Інтенсивність змін, що відбуваються в суспільстві, у свідомості та способі життя людей, призводять до всезагального переоцінювання часу і переосмислення його візуальних концепцій. Ця тенденція успішно втілюється і в дизайн-розробках середовища життєдіяльності людини, зокрема у художньо-графічному забезпеченні навчального простору.

Феномен часу як одна із неочевидних властивостей матеріального світу постійно знаходиться в центрі уваги філософії [1], фізики, синергетики [2] та інших наук, проте в дизайні йому приділяють незначну увагу [2].

Метою роботи є визначення особливостей використання часу у проектуванні візуально-графічної системи середовища навчальних закладів.

Об'єктом дослідження є навчальний простір освітніх закладів. Предметом дослідження є роль часового фактора у проектуванні художньо-графічних комплексів в інтер'єрах освітніх закладів різних рівнів акредитації.

Час як важливий фактор формотворення графічних комплексів стає невід'ємним елементом візуально-графічної системи соціокультурного простору навчального закладу. Формування розумового розвитку учнів та студентів потребує можливостей постійного перетворення, швидкої адаптації такого середовища до оновлення людського ресурсу, усвідомленої динамічної реакції на перебіг навчального процесу тощо. Саме системне проектування дозволяє забезпечити просторово-часову і суб'єктивно-об'єктивну цілісність сприйняття навчального простору.

В першу чергу, час можемо розглядати як схему, що впорядковує і формує простір. Форма виникає в русі, безперервно розвиваючись і видозмінюючись, демонструючи при цьому закономірність процесів формоутворення [2]. Зміна форми художньо-графічного зображення відбувається з часом. Серед усіх зразків навчального простору вирізняється актовий зал приватної єврейської школи Gray Academy (Манітоба, Канада). Образне рішення залу

формується впродовж років, оскільки випускники школи залишають відбиток долоні на його стінах, постійно змінюючи конфігурацію зображення. Час змінює простір, і зміна фіксує цю відмінність у часовому зрізі [1].

Часовий фактор дозволяє сформувати динамічну концепцію руху/зупинки часу у контексті розвитку навчального простору, забезпечуючи зміну функції візуально-графічної системи. Інтерпретація часу пов'язана із емоційно-психологічним відчуттям руху людиною і проявляється у вигляді інфографіки та навігаційних схем. Час, таким чином, моделюється за допомогою геометричних ліній, які стають символом одночасно і часу, і простору. Час слугує своєрідним фоном для поступового пізнання навчального середовища. На цьому рівні відбувається представлення часу в якості навігаційної лінії, що характеризує тривалість як властивість часу, яку можна виміряти, порівнявши з відстанню.

Зміна функції графічного зображення пов'язана і з можливістю створення постійно оновлюваних площин простору (за рахунок нових графічних зображень). Час сприймається як абстракція становлення, безперестанне зняття відмінності [1]. Поверхні, на яких можна малювати, створюють зони для малювання крейдою чи маркером. Завдяки сучасним матеріалам – грифельній плівці та фарбі – можливе створення дизайну інтер'єру у навчальних закладах без використання предметного обладнання для різних категорій дітей.

Час у проектуванні навчального простору виступає фактором зміни його сприйняття. Формування у навчальному просторі динамічних графічних комплексів (генеруюча ейдетика (Generative Identity) дозволяє виявити специфічні системотворчі властивості часу і простору, характерні тільки для соціуму. В основі концепції динамічних систем закладний параметр часу, який можна відслідкувати за допомогою періодичних процесів (візуально-графічні системи дослідницьких та навчальних інститутів MIT Media Lab, Design Academy Eindhoven і OCAD University). Час у проектуванні динамічної ейдетики навчального закладу розглянуто як фундаментальну характеристику людської культури, естетичні концепції якої постійно змінюються на рівні форми, функції і змісту.

Навчальний простір генерує нові образи, зробивши його багатовимірним, варіативним і таким, що постійно трансформується, адаптуючись до довкілля. Образи з динамічними властивостями змінюються з часом. Постійна зміна та можливість адаптації до будь-якого середовища зробили візуально-графічні системи придатними до постійного розвитку. Питання збереження функціональності при зміні візуально-пластичної мови є важливим для проектування системи візуальних комунікацій навчального простору. Введення часового

фактору є невід'ємною складовою системного підходу до проектування навчального простору: він узгоджує безліч елементів, створює гнучкий зв'язок між ними, об'єднує їх в одне ціле.

Отже, роль часу у формуванні візуально-графічних систем навчального простору полягає у змінах на рівні форми (час як конструктивний фактор формотворення); функції (час як геометрична модель простору) та сприйняття (час як системоутворюючий фактор). Часовий фактор забезпечує системну зміну художньо-проектних рішень навчального простору, що є важливим для підвищення рівня зацікавленості навчанням, можливості розширення функціональності та реорганізації простору.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гурьянов А.С. Диалектика времени и пространства: феноменологические недоразумения. Ученые записки Казанского государственного университета. Том 152, кн. 1. Гуманитарные науки, 2010. – С. 74-81.
2. Дмитриева Л. М., Балюта П. А. Исследование дизайна в контексте общих закономерностей синергетики. Омский научный вестник. 2014. № 1 (125). – С. 110-112.
3. Кузнецова І.О., Сірак В.В. До питання про визначення терміну "рух в дизайні". Актуальные научные исследования. Теория, практика : сб. научн. докл. Познань, 2015, Ч. 1. – С. 57-61.

---

*Авраменко Д.К.*

*Канд. мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну і архітектури  
Луцького національного технічного університету*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ГАРМОНІЙНОГО ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА ОФІСУ У КОНТЕКСТІ ЙОГО ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНОГО ОПРАЦЮВАННЯ**

Зважаючи на циклічність кризових явищ в економіці України, відбулось остаточне усвідомлення, що саме від якісного дизайну, найбільш оптимального компонування функціональних зон і розміщення робочих місць та техніки, а головне його художньо-образного рішення залежить ефективність роботи, комфорт та психологічний стан всіх співробітників колективу. Адже формування художньо-образного рішення офісного середовища сприятиме

підвищенню конкуренції в умовах перехідної економіки. Крім того, проектування дозволяє створити унікальний інтер'єр, який відображає напрямок діяльності організації і підкреслює особливості стилю роботи.

Метою роботи є визначення особливостей художньо-образного опрацювання офісного середовища.

Природно, що детальне обґрунтування компонування функційних зон офісного середовища на загальному і приватному рівні та їх відповідна організація у будівлях з ізольовано-закритим і відкритим плануванням, саме по собі ще не забезпечує його високих естетичних і художньо-образних якостей. Для цього необхідно застосувати художньо-композиційні засоби, які у відповідності до сучасних дизайнерських підходів формування інтер'єру офісу засновані на корпоративній ідентифікації. Адже наочна демонстрація корпоративної філософії, цінностей і завдань стає одним з факторів, що на поч. XXI ст. визначають успіх організації. Образ компанії формується її історією, засновниками, продукцією, послугами, а також соціальною культурою, а головне корпоративною ідентифікацією, що втілюється у інтер'єрі офісу в візуалізації кольоро-графічних елементів фірмового стилю, особливостях компонування функціональних зон загального та приватного рівня, а також у загальній тектонічній структурі будівлі. Зазначене синтетичне утворення і визначає особливості художньо-образного опрацювання офісного середовища.

Для розуміння поняття особливості художньо-образного опрацювання офісного середовища застосуємо рівневу систематизацію використання і втілення корпоративної стилістики у інтер'єрі компанії, зокрема умовно найнижчим, першим рівнем є використання фірмових кольоро-графічних елементів; другий рівень передбачає втілення корпоративної стилістики у загальному комбінуванні компонентів функціонального зонування; на третьому рівні передбачається втілення корпоративної стилістики у ексклюзивній конструкції меблів і обладнанні офісу; найвищий, четвертий рівень передбачає побудову спеціальних офісних будівель. Зауважимо, що сутність втілення корпоративної стилістики у контексті рівневої класифікації художньо-образного рішення на зводиться до застосування усіх попередніх рівнів, а має вибірковий характер. Розглянемо детальніше рівневу систематизацію особливостей художньо-образного опрацювання офісного середовища.

Практично обов'язковим, мінімальним рівнем художньо-образного опрацювання офісного середовища є втілення графічних об'єктів та елементів фірмової стилістики, а саме: візуалізації логотипу, кольорової гамми, шрифтових написів у всіх загальних офісних зонах. Особливо активно фірмові кольоро-графічні елементи

використовуються у фрон-офісі, а саме у просторі рецепції і зони очікування прийому.

Втління особливостей художньо-образного опрацювання офісного середовища на другому рівні передбачає індивідуальне компонування функціональних зон.

Третій рівень особливостей художньо-образного опрацювання офісного середовища передбачає втілення елементів корпоративної ідентифікації у меблях, обладнанні та декоративних об'ємно-просторових деталях. Проте, у сучасних дизайнерських підходах формування інтер'єру офісу чітко простежується тенденція до універсалізації приватного рівня, що практично унеможливує процес втілення ексклюзивного обладнання працівників у відповідності до корпоративної стилістики. Виключенням з цього твердження є стійка рецепції, об'ємно-просторовий образ якої, як правило не тільки виражає корпоративну стилістику але і візуалізує філософію ведення бізнесу та специфіку діяльності компанії.

Втління четвертого рівня особливостей художньо-образного опрацювання офісного середовища передбачає побудову спеціальних офісних будівель – штаб квартир архітектурне образне рішення яких відповідає корпоративній стилістиці або призначенню компанії.

Таким чином, вибір втілення художньо-композиційні засобів у формування інтер'єру офісу має бути обґрунтований системним підходом, що дозволяє вирішувати завдання, починаючи з аналізу умов і призначення середовища, виявлення ряду взаємодіючих рівнів художньо-образного втілення, які в сукупності вплинуть на вибір художніх засобів, і втілити задум у матеріалі який відповідає характеру даного простору. Результати аналізу повинні привести до синтезу значень виявлених компонентів інтер'єру офісу, визначенню його структури, як стійкої єдності елементів і цілісності системи.

Отже, у процесі дослідження особливостей художньо-образного опрацювання офісного середовища з'ясовано, що ця стадія дизайну є як правило завершальною у створенні предметно-просторового рішення офісу. Особливістю цього процесу є відповідність тенденціям естетичних уявлень епохи та корпоративної ідентифікації компанії і передбачає поділ на умовні рівні художньо-образного рішення офісного простору, що передбачає відносний розподіл на: кольорографічну візуалізацію фірмової стилістики; здійснення загального комбінування компонентів функціонального зонування у відповідності до діяльності компанії; втілення корпоративної стилістики у ексклюзивних конструкціях меблів і обладнанні офісу; побудову спеціальних будівель – офісних штабів.

---

*Сергієнко О.М.*

*Старший викладач кафедри дизайну  
Національного університету кораблебудування  
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв*

*Виноградова В.В.*

*Студентка Національного університету кораблебудування  
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв*

## **СТИМПАНК В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ**

Дизайн - це важливий аспект нашого життя. Саме завдяки правильно підбраному дизайну можна створити індивідуальну атмосферу для кожного.

Стимпанк - сучасний стиль дизайну, що зародився у вісімдесятих роках минулого століття. Спочатку стимпанк був напрямком наукової фантастики, що моделює цивілізацію, де досконало освоїли механіку і технології парових машин.

Стимпанк, як напрям в дизайні, використовуючи характерні риси стилю вікторіанської епохи, акцентує при цьому увагу на механічність в стилі ретро. Цей стиль вимагає поєднання контрастів. Наприклад, часто елементами декору виступають тендітні квіти, крихкі комахи, виконані з грубих металевих шестерень та інших деталей техніки. В стилі поєднуються романтичний та авантюрний характер.

В сучасній моді стимпанк став самостійним напрямом. В одязі головна родзинка стилю в використанні атрибутів спеціального одягу тих, хто освоював техніку. Шанувальники стилю роблять моддинги гаджетів, комп'ютерної техніки, побутових предметів, схожими на старовинні механізми.

Дизайн інтер'єру в стилі стимпанк поєднує в собі елементи вікторіанського стилю і індустріальний декор, класичні і футуристичні образи. Стіни можуть бути стилізовані під цегляну кладку або ткану обшивку. Поряд використовують грубі оздоблювальні матеріали: шкіра, дерево, необроблений камінь і цегла.

Меблі (бажано із натуральних матеріалів), освітлювальні плафони і абажури за стилем наслідують вікторіанську епоху, іноді мають унікальний дизайн за рахунок використання труб та шестерень.

Стимпанк не може існувати без індустріальних елементів, оформлених у вінтажному стилі, це всілякі літальні апарати, моделі дирижаблів, парові машини, повітряні кулі, або їх зображення, а

також старовинні компаси, барометри, креслення складних і незрозумілих пристроїв.

Сьогодні за допомогою єдності стилю складно виразити дух епохи, тому у стимпанку виникають підвиди:

Дизельпанк ґрунтується на ідеї паралельного світу, який досяг високого рівня техніки, що працює на дизельних моторах. Відрізняється брутальністю, незграбністю, значною вагою елементів. Найкраще цей стиль підійде чоловікам, які захоплюються автомобілями і технікою, дослідникам, або мандрівникам. Він для тих, кому в романтиці стимпанка бракує чоловічої жорсткості. Інтер'єр дизельпанка вигідно підтримується елементами стилю арт-деко тридцятих років.

Теслапанк натхненний геніальним вченим кінця дев'ятнадцятого століття Ніколою Тесла. Головною особливістю напряду являється використання виробів на основі електрики в якості атрибутики та декору, а також приладів, які зустрічаються у побуті. У чистому вигляді це відгалуження стилю не існує, використовується в основному лише для підтримки незвичайності атмосфери. Така атмосфера стане у пригоді для оформлення кафе або молодіжного клубу.

Сейлпанк - всесвіт, який являє собою світ з літаючих островів, або світ-місто, в якому вільним залишилось тільки небо. Тут загальною ідеєю є кораблі, повітряні і водні баталії і пірати, що чудово підійде для кімнати підлітка. Фентезі-стимпанк - це ельфи, дракони і магія, як один з найяскравіших прикладів - чудова комп'ютерна гра Arcanum. Саме тому найкращим об'єктом для дизайну буде комп'ютерний клуб.

Клопанк переносить нас в епоху Ренесансу та Бароко. У цьому світі технології засновані на енергії маховиків, пружин і важелів. Міфологія клопанка заснована на винаходах Леонардо да Вінчі і Архімеда та відштовхується від стилю бароко, але ґрунтується на назві самого стилю клопанк. Важлива наявність годинників і заводних механізмів. Даний стиль може вибрати доросла людина, що захоплюється історією і культурою і має широкий кругозір.

Стимпанк – перспективний стиль сучасного дизайну, близький по духу як для представників молодого покоління, так і для людей старшого віку, культурно розвинених і захоплених читанням фантастичних романів. Це можуть бути дослідник або фанатичний вчений, або авантюрист-мандрівник, майже майстер на всі руки, забезпечений енциклопедичними знаннями, інженер, винахідник, приватний сищик, або найманець. Він досі залишається актуальним, розширює сферу використання та продовжує завойовувати шанувальників.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Конран, Теренс. Современный дом: Искусство дизайна = The Essentialhousebook: Популярная энциклопедия. - Лондон: "D&S Group Limited", 1997. - 264 с.
2. Шумегга С. С. Дизайн. Історія зародження та розвитку дизайну. Історія дизайну меблів та інтер'єра: Навчальний.- К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 298, с.
3. "Дизайн сучасного інтер'єру: креативні технології" [Електронний ресурс]//Режим доступу: <http://referat-ok.com.ua>
4. "Дизайн і його місце в духовній і матеріальній культурі" [Електронний ресурс]//Режим доступу: <http://открытыйурок.рф>
5. "Стиль стімпанк в інтер'єрі: оживіли книги Жюльє Верна" [Електронний ресурс]//Режим доступу: <http://www.ivybush.ru>

---

*Кащенко Олександр Володимирович*  
*Доктор технічних наук, професор*  
*Декан архітектурного факультету*  
*Київського національного університету будівництва і архітектури*  
*Заслужений працівник освіти України*  
*Член національної спілки архітекторів України*  
*Дійсний член Української академії архітектури*

### **МЕТОД БЮДИЗАЙНУ В КОНТЕКСТІ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Серед нагальних проблем розвитку сучасного суспільства суттєве значення набуває створення гармонійного природно-архітектурно-предметного середовища. Вирішення цієї задачі потребує розробки інноваційних методів проектування об'єктів дизайну та архітектури, нових концептуальних підходів.

Системне розуміння розвитку суспільства та еволюції природного середовища визначило сутність концепції сталого розвитку, основні положення якої було проголошено в документі "Порядок денний на XXI століття" на Всесвітній міжнародній конференції в Ріо-де-Жанейро (1992 р.). Головні засади концепції сталого розвитку базуються на положенні, що сталий розвиток дозволяє задовольнити потреби сучасного суспільства і забезпечити майбутнім поколінням таку ж можливість.



В Україні у 2015 р. прийнята Стратегія сталого розвитку "Україна – 2020", яка передбачає виконання першочергових пріоритетних напрямків щодо розвитку енергоефективності, безпеки та збереження навколишнього природного середовища.

Принципи сталого розвитку поєднують екологічні, економічні та соціокультурні аспекти та впроваджуються в різних сферах людської діяльності, в тому числі, в сфері архітектури і дизайну. В екологічному аспекті це реалізується через охорону природних ресурсів та збереження екосистем; в економічному аспекті – як мінімізація витрат на забезпечення життєвого циклу архітектурних та дизайн-об'єктів, покращення економічних показників; в соціокультурному аспекті – створення безпечного, здорового та комфортного середовища, досягнення високої функціональності архітектурних та дизайн-об'єктів.

Сталий розвиток суспільства вимагає, серед інших умов, підвищення утилітарних та естетичних якостей створюваного архітектурно-предметного середовища. Задача сталого розвитку предметного середовища споріднює сферу архітектури і дизайну щодо цілей формоутворення об'єктів архітектури і дизайну.

Актуальним методологічним спрямуванням розвитку архітектури і дизайну є залучення інтегральних підходів, що об'єднують художньо-творчі та аналітичні методи. При цьому створюється єдина система "людина - архітектурно - предметне середовище – природа".

Ефективним методом реалізації інноваційних підходів формоутворення об'єктів архітектурно-предметного середовища є біодизайн.

Мета біодизайну — створення ефективних, досконалих об'єктів архітектури і дизайну на основі моделювання раціональних кількісних або якісних характеристик природних форм, розробка теоретичних основ моделювання доцільних способів організації просторових форм і структур, їхніх елементів, композиційних і художньо-декоративних якостей.

Ідеї біодизайну реалізуються в художньо-технічній творчості через наближення до методів природного формоутворення у процесі конструювання нових об'єктів - ефективних із погляду функції, конструкції, естетики, ергономіки та економіки. Основною ідеєю біодизайну є розвиток теоретичних основ та методів моделювання природних утворень з метою створення раціональних архітектурних та дизайн-об'єктів на основі парадигми спільності закономірностей формоутворення матеріальних об'єктів природи та штучного середовища.

На основі моделювання природних прототипів вирішується основні задачі сталого розвитку - створення інноваційних, раціональних за своєю формою, структурою, функцією об'єктів, що відповідають регіональним, місцевим традиціям і відзначаються естетичною досконалістю.

---

*Саєнко Ірина Федорівна*  
*Викладач кафедри дизайну*

*Черкаського державного технологічного університету*

## **МИСТЕЦТВО ПЛЕТІННЯ В УКРАЇНІ: РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ**

Художнє плетіння виробів з рослинних матеріалів, таких як лоза, рогаза, солома, відоме українцям з давнини, але зразки минулих часів, завдяки недовговічності таких матеріалів, практично не збереглись. Отже, можливо припустити, що види та мистецька виразність солом'яних, рогаз'яних, лоз'яних предметів, які були поширені в Україні у XVIII–XX ст., побутували і набагато раніше. Деякі аспекти проблеми викладені в працях Д.П.Крвавича, Г.С.Меднікової, М.Р.Селівачова, Р.В.Чугай та ін.

Плетіння має особливі художні, мистецькі риси, а саме: ритмічні повторення у переплетеннях, ажурність, фактуру, кольорові поєднання природних матеріалів. На сьогодні плетіння з рогази та лози стало одним з конкурентних напрямів народного промислу, а вироби, які виготовлені плетінням, мають успішну реалізацію на внутрішньому і зовнішньому ринку і є перспективним видом мистецтва. У XV–XVI століттях в Україні займалися плетінням капелюхів з соломи – брилями (типичним літнім головним убором українських селян), а найдавніші пам'ятки українського плетіння, що збереглися, сягають XIX ст. та зберігаються у музеях Львова і Києва. Формою і технікою плетіння ці вироби подібні на більш давні. Одним з найважливіших джерел пізнання історії плетених речей початку XIX ст. і особливостей їх використання на Поділлі та в Карпатах, стали акварелі львівського художника Ю. Глоговського. Цей митець, зображуючи людей у народному одязі, як доповнення до образу змальовував плетені кошики, решета, брилі, якими користувалися у побуті селяни і міщани.

У плетінні кінця XIX ст. намітилося три шляхи. Перший - виготовлення сільськими майстрами виробів, переважно брилів, кошиків, посуду, рибальського спорядження, другий – виробництво міськими майстрами плетених виробів в стилі модерн, третій – розширення асортименту плетених виробів за рахунок виробництва предметів для обладнання інтер'єрів, виготовлення малих архітектурних форм. У 1880-х роках були засновані школи і навчальні

майстерні з плетіння. Одна з таких шкіл була створена в 1879 р. у с. Нижнів Івано-Франківської області, а згодом такі школи-майстерні відкрилися в с. Сокирченці (1900) Львівської області, м. Сторожинець (1891) на Буковині. Подібні школи-майстерні діяли у Києві, Черкасах, Полтаві у кінці XIX ст. Вже з 1905 р. вищі кошикарські курси були відкриті у Львові, де майстри навчали близько 30 учнів. Важливу роль у популяризації та розповсюдженні плетених виробів відігравали виставки-ярмарки в Харкові (з 1849), Полтаві (з 1837), Києві (з 1852), а на заході України цим займалися етнографічні виставки у Львові (з 1877), Тернополі (з 1887) тощо. В 1890-х роках лозоплетіння широко розвивалося в Корсунь-Шевченківському, а на Чернігівщині збудували лозопарильний завод. В Корсунь-Шевченківській школі лозоплетіння, яка вважається однією з перших таких шкіл, викладали кращі спеціалісти цього ремесла з Німеччини і Франції. Наприклад, Чернігівський лозопарильний завод до 1940 року забезпечував сировиною не тільки місцеву промисловість, але й західноєвропейські держави. Ще у 1950 році лозоплетільними артілями України випускалося 33% загальної кількості плетених виробів і 64% плетених меблів СРСР. Сьогодні залишилися підприємства, які зберігають і розвивають українські традиції плетіння (Корсунь-Шевченківська фабрика "Корсунчанка", Боромлянська фабрика "Іва", Великобагачанська фабрика "Веснянка" тощо). Майстри народної творчості працюють над новими технологіями і експериментують з різними матеріалами в мистецтві плетіння, чим збільшують асортимент виробів.

Після історичного аналізу розвитку плетіння на теренах України, можна зробити висновок, що вже на початку XX ст. в Україні функціонувало більше десяти приватних майстерень і декілька фабрик, які виготовляли плетені вироби. Найбільші такі фабрики знаходились в Корсуні і Олешках. Сьогодні в Україні функціонує понад 30 підприємств художнього плетіння та чимало осередків, які працюють за принципом домашнього промислу, пов'язані з ринком і користуються зростанням попиту на оригінальні вироби, які вони впроваджують у виробництво. Фабрики та майстерні лозоплетіння є у Чернігові, Хусті, Корсуні-Шевченковому, Тячеві, Боромлі (Сумська область), Ізі (Закарпатська область). Визначними центрами рокозоплетіння стали села Львівської області (Вільшаниця), Тернопільської області (Бутин, Хотовиця, Пишківці), Полтавської області (Городище) тощо. В останні роки попит на плетені вироби зростає і як результат цього Національна спілка майстрів народного мистецтва України разом з Управлінням культури і туризму Чернігівської облдержадміністрації в 2007 році вперше провели I Всеукраїнський симпозиум лозоплетіння.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Зузяк Т.П. Художнє плетіння з рослинних матеріалів в Україні XIX-XX століття (Історія, типологія, художні особливості): дис... канд. мистецтвознавства: 17.00.06 / Львівська академія мистецтв. - Л., 2004.; Селівачов М.Р. Українське народне мистецтво лозоплетіння // Народна творчість та етнографія. - 1987. - № 3. - С.42.

2. Чугай Р.В. Художнє плетіння з лози, рогами та соломи // Народне декоративне мистецтво Яворівщини. К., 1979. – 128 с.

---

*Сергеева Н.В.*

*Кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну*

*Нестеренко Сергій Юрійович*

*Студент кафедри дизайну*

*Черкаського державного технологічного університету*

### **ПІШОХІДНІ ЗОНИ ЯК ЗАСІБ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСТА**

Актуальність теми визначається перспективою розвитку пішохідного туризму в містах України та світу. Розглянуто думку, що популярність туристичних атракцій можна збільшити поверненням довколишніх вулиць пішоходу.

Мета - проаналізувати накопичений досвід організації пішохідних зон в історичних центрах міст, розглянути переваги та недоліки їх створення.

Пішохідні простори більшості українських міст, по-суті, мають лише одну форму — тротуари вздовж транспортних вулиць, і, практично, не мають елементів облаштування. Таке спрощене трактування пішохідних просторів, як елементу вздовж червоної лінії забудови, відстежується з часів радянського планування міста.

Ідея формування пішохідних просторів (pedestrian spaces), вільних від автомобіля, стала активно впроваджуватися у містах з середини XX століття як інструмент вирішення екологічних проблем і збереження історико-архітектурної спадщини міста. Актуалізація цієї ідеї спричинила виникнення в містобудівній теорії поняття "walkability" (буквально "можливість здійснення пішохідних прогулянок у містах"). Дуже часто формування пішохідних зон в історичних районах можна назвати поверненням до традицій, коли основним засобом пересування був пішохідний. Історично утворені вулиці, забудовані старовинними будинками, за своєю пропускну здатністю і не є пристосованими для щільного трафіку машин.

Якою б не була цінність туристичної атракції в історичному центрі, вона може багато втратити, якщо доступу до неї або її огляду перешкоджають інтенсивні транспортні потоки. Пішохідна вулиця створює більше можливостей огляду історичних пам'яток. Пам'ятки архітектури та історії таким чином ставатимуть центрами тяжіння пішохідних маршрутів для містян та туристів. Збільшується кількість точок сприйняття міських панорам та пейзажів. З'являється можливість вільно обирати траєкторію пішохідного руху — то йдучи попід будинками, то оцінюючи перспективу вулиці з її центру.

Наприклад, у 1966 р. була реконструйована центральна частина Мюнхена, де створили пішохідну зону площею 20 га. Дев'ятисотметрова вулиця відтоді пов'язує дві найактивніші міські площі.

У 1972 р. у Руані була відкрита перша пішохідна вулиця у Франції, а у 1982 р. вони були вже у 266 містах країни. Найбільшого поширення набули зони, що складаються з однієї або декількох торгових або туристських вулиць в центральній частині міста довжиною 500-700 м (наприклад, вулиці Муфтар, Монторгей у Парижі).

У тому ж Парижі блоки кварталів навколо Центру Помпиду об'єднані у пішохідний простір. Це дозволило збагатити вулиці малими архітектурними формами, забезпечити безпечний рух вулицями старого міста. Пішохідні зони сформовані й довкола популярних музеїв, монументів. На місці колишніх магістралей влаштовують пішохідні набережні, що теж сприяє притоку людей.

Цікавим є досвід експерименту, що відбувся у Нью-Йорку. На площі Таймс-сквер, де за день проходять 350 тисяч людей, склалася ситуація, коли було небезпечно і взагалі досить важко перейти вулицю та творився справжній транспортний хаос. Тоді влада закрила Бродвей з 42-ї по 47-ю вулицю і отримала 1 гектар пішохідного простору. Забезпечивши комфорт та безпеку, Таймс-сквер стала приваблювати ще більшу кількість туристів.

В Україні перші пішохідні зони та пішохідні вулиці в структурі центрів історичних міст були організовані у 80-х роках ХХ ст. Процес їх формування активно продовжується і зараз у Києві, Одесі, Ужгороді, Івано-Франківську, Луцьку, Тернополі, а особливо — у Львові.

Львів має пішохідною майже усю територію Старого міста, де збережені численні пам'ятки архітектури від готики до еkleктики. Проте, на даний час вулиці та площі захаращуються великою кількістю кіосків, терасами закладів харчування, що ще більше обмежує пропускні можливості вузьких вулиць і тротуарів. При організації якісної пішохідної зони цього варто уникати.

Також варто пам'ятати, що створення пішохідного простору замість автомобільного може викликати певні транспортні проблеми. Тому, проєктуючи дані об'єкти, варто передбачити шляхи об'їзду, додаткові місця паркування, аби не перетворювати пішохідну зону у майданчик для паркування автомобілів.

Місцевим жителям доведеться змиритися з натовпами туристів, що гуляють під їхніми вікнами практично цілодобово, і виробити систему захисту приватних просторів. Підприємці повинні будуть переорієнтувати свої послуги з покупців-автомобілістів на покупців-пішоходів, змінювати асортимент і умови доставки товарів після влаштування пішохідної вулиці. Також організація пішохідних вулиць може тягнути за собою збільшення інтенсивності руху на прилеглих вулицях та погіршення дорожніх умов.

Як висновок, з вищевказаного можна запропонувати створення пішохідної туристичної вулиці і у м. Черкаси. Це можливо здійснити по вулиці Хрещатик від вулиці Героїв Небесної Сотні до вулиці Байди Вишневецького. На думку автора, це має бути наступним кроком для розвитку туризму у місті. При цьому, перпендикулярні вулиці залишаються доступними для авто. У зазначених межах розташовуються основні пам'ятки міста Черкаси та присутнє значне насичення закладами культури, харчування, скверами.

Маємо усвідомлювати, що вулиці — це один з найцінніших ресурсів міста. Їх можна швидко трансформувати, причому бюджетними засобами, і тоді вони стануть популярними і у міських жителів, і у туристів.

---

*Прокопович Лада Валерієвна*

*Кандидат технічних наук, доцент кафедри  
культурології, історії мистецтва та філософії культури  
Одеського національного політехнічного університета*

## **АРТ-ОБ'ЄКТ С ОРГАНІЗАЦІЕЙ ПРОСТРАНСТВА КАК ТЕРРИТОРИЯ КУЛЬТУРНЫХ СМЫСЛОВ**

Социокультурное пространство современного города характеризуется появлением всё большего количества арт-объектов, выполняющих многоаспектные и многозначные задачи.

Один из таких арт-объектов установлен в сентябре 2018 года на территории Одесского национального политехнического университета к 100-летию вуза. Композиция называется "Древо познания", автор – одесский художник, дизайнер Вадим Колесник.



Рис. 1. Арт-объект «Дерево познания». Автор – В. Колесник. Одесса, 2018

Несмотря на название, в композицию входит не только Дерево, но и скамейка с гербом ОНПУ, и фигурка Кота, выполненная в стиле стимпанк. Элементы расположены на круговой площадке, образуя собственное предметно-смысловое пространство. Каждый из элементов является многофункциональным и многосмысловым.

Дерево – сварная конструкция, в "стволе" которой находится механизм, позволяющий в окошке-иллюминаторе просматривать (вращая вентиль) фотографии с некоторыми страницами истории Политеха. Поверхность "ствола" украшена символами основных научных направлений вуза – механика, энергетика, химия, метрология, компьютерные технологии, экономика, культура и т.д. На одной из веток висит "золотое" Яблоко. Семантика этого элемента как символа весьма разнообразна – от сказочных "молодильных яблок" (политехники считают, что они не постарели на сто лет, а помолодели) до пресловутого "яблока Ньютона" как символа научного поиска.

Для постоянной актуализации именно этого смыслового содержания яблока-символа под ним установлена скамейка, сидя на которой можно не только отдохнуть или сделать селфи, но и почитать учебники, конспекты, создавая почву для будущего научного озарения. О принятии студентами этой смысловой игры свидетельствует тот факт, что уже на следующий день после открытия арт-объекта Коту дали кличку – Ньютон.

Вообще, Кот в этой композиции – фигура наиболее популярная, что обусловлено несколькими причинами. Во-первых, в Одессе к котам (любым) всегда было особое отношение. Во-вторых, Вадим

Колесник металлического Кота постарался "оживить" максимально, используя не только художественные средства, но и технические: голова Кота может поворачиваться – "для обеспечения широкого кругозора". В-третьих, семантика образа Кота основана на ассоциациях из различных культурных традиций: кот учёный А.С. Пушкина, Пан Коцький из украинских народных сказок, Кот в сапогах, Чеширский кот и многие другие литературные и фольклорные коты, главными качествами которых являются ум, изобретательность, чувство юмора. Всё это существенно расширяет семантическое поле арт-объекта, делая его открытым для новых интерпретаций в заданном контексте.



Рис. 2. Кот учёный. Фрагмент арт-объекта «Древо познания»

Новые интерпретации и дополнительные смыслы возникают в разнообразных коммуникативных ситуациях, которые складываются как внутри объекта, так и за его пределами, – обсуждение в соцсетях, критика и анализ в художественных кругах, сообщения и комментарии в СМИ, студенческий фольклор и т.д. Такое информационное поле способствует генерации новых идей и смыслов, которые не предполагались изначально ни автором, ни другими участниками проекта. Это выражается, например, в названиях, которые уже дают арт-объекту и отдельным его элементам: "Памятник сантехнику", "кот-киборг", "кот-аспирант", "Политеховское Лукоморье", "стимпанк-скверик" и т.д.

Всё это позволяет сделать вывод о том, что подобные арт-объекты способны не только украшать городскую среду, но и создавать определённое предметно-смысловое пространство, включаясь в существующие и задавая новые тенденции социокультурного развития современного общества.



---

*Романюк Ольга Василівна*

*Асистент*

*Луцького національного технічного університету*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ**

У зв'язку із створенням Нової української школи МОН України запропонувало певні методичні рекомендації щодо організації освітнього простору. Згідно рекомендацій, особливістю Нової української школи є, поміж іншого, організація такого освітнього середовища, що сприятиме вільному розвитку творчої особистості дитини. З цією метою заплановано внести зміни до предметно-просторового оточення. Оскільки, у НУШ зростає частка проектної, командної, групової діяльності у педагогічному процесі. Відповідно урізноманітнюються варіанти організації функціонального навчального простору в класі. Методичні рекомендації націлюють на організацію простору в класах НУШ на основі виділення певних навчальних "осередків".

Сучасний погляд МОН на внутрішній дизайн класів і навчальних приміщень змінився. Основною складовою нового освітнього простору є:

- креативність зовнішнього та внутрішнього дизайну;
- комфорт та енергоефективність;
- сучасні умови для навчання, розвитку та спілкування;
- безбар'єрний простір та умови для інклюзивного навчання;
- багатофункціональне середовище.

Ефективної індивідуалізації навчального процесу в фізичному просторі класу може бути досягнуто через організацію навчальних центрів "осередків", які відображають навчальні потреби і інтереси дітей. Згідно з вимогами НУШ, організація навчальних центрів здійснюється для забезпечення дослідницької діяльності дітей, для формування самостійності, для організації роботи дітей в парах, у малих групах, а також індивідуально. Виділяються такі осередки: осередок навчально-пізнавальної діяльності, змінні тематичні осередки, осередок для гри, осередок художньо-творчої діяльності, куточок живої природи, осередок відпочинку, дитяча класна бібліотека, осередок вчителя. Для вчителів початкових класів запропоновано і інші варіанти предметно-просторової організації класів. Зокрема, поділ простору на навчальні центри: навчальний

центр; центр відпочинку; ігровий центр; центр творчості; бібліотечний (читацький) центр; музичний цент; інформаційний центр тощо. Або організація функціональних зон класу за навчальними матеріалами: центр читання і письма; центр природознавства; тематичний центр; мистецький центр.

Зонування класу та гнучка організація простору – це дві важливі ознаки сучасного класу, що доповнюють та врівноважують одна одну, але можливість їх впровадження залежить від наповнюваності приміщень. Створення тих чи інших осередків, тимчасових чи стаціонарних, залежить від питомої площі класних приміщень у перерахунку на одного учня.

Якщо у приміщені на одного учня припадає менше 2 квадратних метрів, це не дозволяє розширити традиційний комплект меблів, у класі розміщення столів може використовуватись традиційне рядове, або з певною пересторогою групове. У таких невеликих класах організація усіх запропонованих навчальних осередків неможлива. У кращому разі, щоб створити додатковий осередок необхідно звільнити простір класу, наприклад, столи посунути до стін, а крісла поставити колом чи розмістити по центру килим з подушками.

Якщо у приміщені на одного учня припадає близько 2,5 квадратних метрів, у цьому разі з'являється можливість організації невеликих додаткових осередків. Наприклад, куточок відпочинку з диванчиком і бібліотека, столик для рукоділля та настільних ігор, зону з килимом для рухливих вправ і ранкових зустрічей, або універсальний міні-простір. Проте і такий простір класу не дозволяє створити усі запропоновані осередки. Деякі з них можуть бути створені тимчасовими шляхом звільнення площі.

Підсумовуючи сказане, констатуємо – зонування класу та гнучка предметно-просторова організація приміщення є цікавою та сучасною ідеєю для сучасних дітей і освітнього простору. Але її впровадження у реальне "завузьке" середовище класу потребує від дизайнерів-проектантів, архітекторів і самого вчителя креативних ідей для його втілення у життя.

---

*Шукліна В.В.*

*К.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу*

*Чудновеца А.П.*

*Студентка факультету МЕВ, управління і бізнесу*

*Херсонського національного технічного університету*

## **ДИЗАЙН ПРОСТОРУ В ЗАБЕЗПЕЧЕНІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИСТАВКОВИХ ЗАХОДІВ**

Виставкова діяльність є однією з найбільш актуальних сфер сучасної світової економіки та культури. Взаємне проникнення дизайнерських і виставкових технологій пояснює актуальність дослідження їх ролі в забезпеченні ефективності публічної демонстрації досягнень у галузі економіки, науки, техніки, культури, мистецтва та інших галузях суспільного життя.

Критерії результативності виставкових заходів визначається із урахуванням мети експозиціонування та зміни відношення керівників підприємств-учасників до питання їх ефективності за принципами дизайну виставкового простору [1]: цілісність і естетичність сприйняття; відповідність рішень організації виставкового простору єдиному фірмовому стилю виставки; функціональність і навігаційна прозорість для експонента і відвідувача.

Для полегшення процесу комунікації експонента й відвідувача багато важить оформлення стенда, коли дизайнерські елементи гармонічно поєднуються із сутністю відповідного експоната [2]. Передовсім це стосується кольорової гами, коли дизайнер зобов'язаний підкорити свою фантазію правилам використання "ділових кольорів", щоб не завадити комунікації надто сильним психологічним навантаженням на відвідувача. До того ж усе має підкорятися одній ідеї створення неповторного і такого, що запам'ятовується, образу підприємства-експонента. На стадії вибору освітлення дизайнер поєднує такі фактори: функціональні потреби стенда, психологічні потреби відвідувачів та архітектурні особливості стенда, загальне освітлення виставкової зали, кольори стенда та експонатів, внутрішнє планування приміщення, специфічні потреби освітлення експонатів, художні елементи інтер'єру та розміщення аудіо-візуальних засобів. Для підкреслення натуральних кольорових контрастів експоната може виявитися необхідним поєднання кількох джерел освітлення з різною інтенсивністю світла. У виставковому просторі необхідно забезпечити оптимальні умови показу експонатів з погляду передачі їхніх кольорів і естетики, так званого оптичного

керування відвідувачем (тобто за допомогою світла вести його у напрямку виконання завдань експонента, що можуть забезпечити лише сучасні джерела освітлення), домогтися високої естетичності та декоративності експозиції. Ще більш важливим завданням дизайну є створення специфічного поля спілкування з відвідувачем, яке потребує професійного поведіння та бездоганного обслуговування. Сприйняття виставкового заходу забезпечують сучасні дизайнерські рішення його простору з використанням банерних елементів, рекламних повітряних об'єктів, проєкторів, великих екранних систем відображення інформації, плазмових панелей [2-3]. Поділ виставкового простору на секції перегородками L-форми забезпечує максимальний доступ до виставкового стенду. Бренди розпізнаються за їхніми фірмовими кольорами, проте щорічно конкретний колір експозицій переважає з додаванням драматизму, глибини та інтриги обраній тематиці. Стенди сучасного дизайну прикрашають ретро елементами. Рамки отворів, плінтуси та контури демонстраційного стенду, за дизайнерським поглядом, мають бути чорного кольору. Виставковий стенд, стилізований під бібліотеку – стіна від підлоги до стелі у вигляді книжкових полиць, вважається доцільною ідеєю для демонстрації продукту. Періодично модною визначається текстура деревини сплавного лісу блідого відтінку. Шестикутник і форма медового стільника не залишить нікого байдужим, адже саме вони є фаворитами у світі геометричних форм в експозиціях виставкових заходів. Покриття для підлоги або піддони такої форми є найбільш доречною інтерпретацією цього ключового напрямку. Яскраві, насичені написи виступають у ролі частини декору – чим простіший дизайн стенду, тим вони виразніші. Виставкові стенди мають привертати увагу, тому сьогоденний тренд диктує нам неординарні рішення, а новомодні комбінації покликані позбуватися передбачуваності. Дизайнери закликають сміливо експериментувати. Поєднання різнобарвності з монохромністю, сучасності з ретро в оформленні виставкового простору креативно та незвично виділятиме учасників між собою [2].

Крім того, організація виставкового простору передбачає розробку функціонально-дизайнерських рішень, які створюють його неповторний вигляд, як гармонійно поєднану частину в загальній філософії проєкту. Про їх позитивний вплив на споживачів виставкового продукту наголошується у роботах сучасних науковців [1,3]. Індикатором ефективності виставкового заходу зазвичай визначають кількість встановлених перспективних контактів, коефіцієнт їх інтенсивності та витрат на перспективний контакт.

Отже, головною метою виставкового заходу як показу є освіта громадськості шляхом демонстрації засобів, що є у розпорядженні

людства для задоволення будь-яких потреб та прогресу або майбутніх перспектив в сферах його діяльності. Саме за допомогою дизайну виставкові заходи стають ефективними, набувають естетичного вигляду і посилюють виразність інформації, яка звернена до споживачів виставкового продукту.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Голіцин А.М. Виставково-ярмаркова діяльність підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / А.М. Голіцин. - К., 2016. - 19 с.
  2. Лукашова Л.В. Нова виставкова тематика – пріоритетний стратегічний напрям розвитку організаторів виставок в Україні. Режим доступу: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011\\_3\\_1/015-019.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_3_1/015-019.pdf)
  3. Крахмальова Н.А. Системний підхід до управління виставковою діяльністю / Н.А. Крахмальова // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – №5 (95). – С. 155–159.
  4. Пекар В.О. Основи виставкової діяльності : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В.О. Пекар / ВНЗ "Ін-т реклами". – К.: Євроіндекс, 2009. – 348 с.
- 

*Жуков Ігор Олександрович*  
*Старший викладач кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **СУЧАСНІ МАКРО-СТРУКТУРНІ ДЕКОРАТИВНІ КОНСТРУКЦІЇ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У ОФОРМЛЕНІ ІНТЕР'ЄРНОГО ПРОСТОРУ ХОЛУ ГРОМАДСЬКОЇ БУДІВЛІ**

Відмінною рисою сучасного архітектурного середовища є тенденція до його постійного змінювання, воно потребує новітніх підходів та ідей, які допомогли б у вирішенні тих чи інших просторових завдань. До розв'язання цього питання важливо підходити комплексно, таким чином, щоб над загальним образом інтер'єру працювали не один чи два елементи середовища, а усі складові простору у зв'язку з якими складається вся естетика інтер'єру.

Найчастіше ці питання виникають при проектуванні інтер'єрів будівель громадського призначення: холи кінотеатрів, театрів, вокзалів, готелів, адміністративних будівель, торговельних комплексів тощо.

Сучасні підходи до оформлення цих інтер'єрних об'єктів пропонують вводити у його структуру архітектурно-декоративну

композицію, яка би грала роль об'єднуючого елемента, завдяки якому інтер'єрний простір набув іншого, більш респектабельного вигляду. Цим компонентом можуть бути сучасні макро-структурні декоративні конструкції. Такі, наприклад, як люстри з великою кількістю формоутворюючих елементів, різних за формами та кольором, чи абстрактно-декоративні інсталяційні композиції, що носять вільний асоціативний характер з власним підсвічуванням чи без нього.

Цікавим можуть бути поєднання багатомірних освітлювальних приладів, котрі несуть функцію елемента освітлення, та інсталяційних компонентів. Цей взаємозв'язок створює нову повітряну декоративну структуру.

Сучасні макро-структурні декоративні конструкції являють собою основний елемент загальної композиції холу, та беруть на себе поєднання усіх елементів даного інтер'єру. Така багатомірна композиція може об'єднувати у собі, як однакові елементи, так і різні, але усі вони загалом, являють собою приклад вантової декоративної композиції.

У таких композиціях можливе використання декількох варіантів підвісу: так у люстр підвіс елементів здійснюється до каркасу, а вже потім до стелі. У абстрактно-інсталяційних композиціях підвіс може здійснюватися як до каркасу, так і безпосередньо до стелі, а також є можливість кріплення й до підлоги.

Форма та загальна композиція диктують певний характер окремих елементів, вони можуть мати пірамідальну форму, круглу, прямокутну, сферичну чи вільну, наприклад краплі чи пташки.

Характер загальної композиції теж може мати як геометричні форми, так і вільні плавні форми, які нагадують хвилі, хмари чи розсипи зірок.

Форми елементів композиції можуть бути як однакові за розміром так і різні, можуть відрізнятися структурою та кольором, можуть доповнювати одна одну і створювати деяке продовження у іншій формі.

В інтер'єрі холу макро-структурні декоративні композиції можуть отримати розвиток як по прямому напрямку, так і у вільному: у напрямку спіралі, форми геометричної фігури, плавної лінії, та переплетіння ліній.

У якості матеріалів елементів даних конструкцій використовують метал, скло чи пластик. Таким чином форми конструктивних елементів несуть у собі усі техніко-технологічні характеристики даних матеріалів.

Як вже було зазначено, сучасні макро-структурні декоративні конструкції можуть мати власне підсвічування, або віддзеркалене, але з появою сучасних методів 3D-підсвічування є можливість збагачення

цього напрямку оформлення новим емоційно-світловим змістом.

Зараз вже існують такі композиції, які за допомогою комп'ютерних програм та механіки змінюють форму структури, але це тільки механічна зміна (угору та донизу), при цьому ця декоративна складова конструкції доповнюється інтерактивною.

Сучасні 3D-технології дозволяють ще більш розширити можливості змінювати форму макро-структурних декоративних конструкцій якщо доповнити їх проєкційним простором. Це можливо дасть подальший розвиток таким декоративним композиціям, та зможе доповнити і збагатити інформаційно-естетичний вигляд інтер'єру громадських приміщень.

Загалом сучасні макро-структурні декоративні конструкції мають великі перспективні можливості застосування і розвитку декоративних характеристик.

---

*Привольнева С.О.*

*Старший викладач*

*Національного авіаційного університету, м. Київ*

## **ФОРМОУТВОРЕННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРОМИСЛОВОГО ДИЗАЙНУ В СПОРУДАХ КРИМСЬКОТАТАРСЬКОГО ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ШЛЯХОМ ТРАНСФОРМАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО ПРОТОДИЗАЙНУ**

Аналіз сучасних інтер'єрів в спорудах кримськотатарського готельно-ресторанного бізнесу дозволяє розділити їх на два напрями: естетично привабливі, цілісні, ціннісні і "прохідні" в усіх значеннях цього слова. Останні не розглядаються в цій публікації. Естетично привабливі інтер'єри включають до свого складу такі ж гармонійні об'єкти промислового дизайну.

Мета: виявити особливості формоутворення об'єктів промислового дизайну в спорудах кримськотатарського готельно-ресторанного бізнесу шляхом трансформації національного протодизайну

В результаті проведеного детального аналізу в об'єктах кримськотатарського готельно-ресторанного бізнесу в містах Євпаторія (степове розташування), Бахчисараї (предгірне розташування), Ялті, селищі Сімеїз (південнобережне розташування) виявлено єдність концепції композиційних засобів створення сучасного кримськотатарського промислового дизайну, а саме меблів, текстилю, різьблення і аплікації в екстер'єрі і інтер'єрі, використанні

традиційного облицювання кахлем, світильників, автентичних і сучасних творів кримськотатарських і львівських майстрів декоративно-прикладного мистецтва.

Це відповідає використанню в історичному кримськотатарському інтер'єрі не лише творів своїх майстрів, але і застосуванню турецьких, венеціанських об'єктів декоративно-прикладного мистецтва, що відповідали вимогам кримськотатарської естетики, що історично склалися.

Висновки: Формування об'єктів промислового дизайну в сучасних спорудах кримськотатарського готельно-ресторанного бізнесу відповідає традиційним вимогам кримськотатарської естетики, пов'язаної із специфікою географічного розташування, самобутніх технік і відповідного сприйняття.

---

*Сандік Олена Петрівна*

*Старший викладач кафедри дизайну*

*Херсонського національного технічного університету*

## **МАТЕРІАЛЬНА КУЛЬТУРА ПІВДЕННОГО РЕГОНУ УКРАЇНИ**

Формування матеріальної культури Південного регіону є темою малодослідженою, що обумовлює необхідність комплексного вивчення, а також виявлення основних хронологічних періодів вивчення матеріальної культури Півдня України, окреслених періодом з кінця XIX ст. до наших днів.

До першого періоду у вивченні матеріальної культури Півдня можна віднести перше тисячоліття до н.е. - X ст. н. е, це перш-за-все археологічні дані музеїв та література з цього питання. Основним джерелом для формування думки про характер матеріальної культури Півдня України з перших тисячоліть до н.е до X ст. н.е слугують артефакти.

Другий період - з X ст. до XVII ст. Починаючи з X століття великого значення набувають письмові джерела, а саме, російські літописи і твори староруської літератури. Цікаві подробиці матеріальної культури можна знайти у живописі цього періоду. З XVI ст. з'являється ще одне джерело, що містить відомості про житлові споруди і поселення Півдня, - це описи іноземців їх подорожей.

Третій період - середина XVII – кінець XVIII ст. Найдавнішу друковану інформацію про матеріальну культуру степовиків Українського Причорномор'я зустрічаємо всередині XVII ст. у



Г.Л.Боплана. Комплексне дослідження з історії заселення та Нової історії Південного регіону зробив у кінці XVIII століття одеський вчений А. О. Скальковський.

Четвертий період припадає на кінець XIX ст. – початок XX ст. Дореволюційний період характеризується появою перших краєзнавчих досліджень з історії краю, його основних міст: Херсона, Миколаєва, Одеси. У дореволюційні часи починається вивчення історії колонізації Херсонського краю в роботах А. Клауса, Л. Падолки. У 1905 році виходить видання "Ремесла і промисли Херсонської губернії", де вперше робиться спроба описати народні ремесла Півдня України.

З кінця XVIII ст. все більше говорять за себе і самі споруди, тому цілеспрямованими стають наукові розвідки та з'являються етнографічні роботи на тему матеріальної культури Півдня. Сільське житло регіону у XIX ст. описує Х. Вовк та О.Г.Алешо. Вчений етнограф фотографує селянські садиби, народний одяг тощо.

Величезний внесок в дослідження наочного середовища зробив Е.Бломквіст. У своїй роботі "Селянські споруди східних слов'ян" автор використовував археологічні матеріали, літописи та інші письмові пам'ятники мініатюри і інші зображення. Питання декору предметно-просторового середовища Півдня України частково освітлені В. Самойловичем. Давню архітектуру українського села розглядає у етнографічному нарисі А. Данилюк.

П'ятий період (радянський) у вивченні матеріальної культури Півдня припадає на 20 –80 роки XX ст. Науковий інтерес до матеріальної культури та житла виник після Другої світової війни в результаті руйнувань і необхідності відновлення житлового середовища в цілому. У цей період до вивчення історії Південної України звертаються зарубіжні автори, українські діаспорні історики. Радянські часи відрізняється підвищеною увагою до вивчення економічних стосунків, стану господарства, етнічного складу Півдня України.

Шостий період в дослідженні проблеми починається з 1990-х років XX ст.

Сучасний період у вивченні Півдня характеризується різноманітною тематикою, підвищеним інтересом до людського фактору в історії регіону, його культурного життя, соціоетнічних особливостей. Величезний внесок в розробку цих проблем зробили В.Кабузан, Н. Діанова, П. Рилєєв, П. Лаврів та велика кількість місцевих краєзнавців.

За останні два десятиріччя XX ст. в Україні друкуються роботи з історії культури Півдня України, зокрема, збірник наукових праць "Культурно-побутові процеси на Півдні України". Його автори вважають, що вивчення культури Півдня України сприяє розумінню принципів формування етнічних традицій.

Одним з серйозних сучасних дослідників Південного регіону є В.Малина. Автор систематизує декор різних типів кам'яного й саманного житла, гончарну та архітектурну кераміку, селянський текстиль тощо. В. Малина вибрав достатньо перспективний підхід: розгляд народного мистецтва в його головних сферах, пов'язаних з естетичним оформленням шлюбного ритуалу.

Отже основний масив праць з вивчення матеріальної культури Півдня України стосується традицій та організації житлового середовища та не охоплює предметного наповнення. Значним джерелом для судження про характер матеріальної культури ХХ ст. Півдня України залишаються самі споруди, що збереглися до наших днів.

Також мало дослідженим залишається сучасний період формування предметно-просторового середовища Півдня, не можливо зробити науково обгрунтовані узагальнення стосовно даної теми. Тому цілеспрямовані наукові дослідження з фотофіксацією середовища і предметів матеріальної культури Півдня допоможуть у вивченні питань формування об'єктів дизайну даного регіону.

---

*Чепелюк Олена Валеріївна*

*Доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри дизайну  
Херсонського національного технічного університету*

*Шахман Марія Ігорівна*

*Магістрант кафедри дизайну  
Херсонського національного технічного університету*

## **ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ЛЮДИНОЮ ЗОВНІШНЬОГО ВИГЛЯДУ ТА ЯКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК МАФ**

Важливою складовою частиною озеленення та благоустрою міста є малі архітектурні форми (МАФ). Вдало спроектований зовнішній вигляд та якісні характеристики МАФ сприяють розвитку туристичної галузі, підвищують комфорт громадян і формують естетичний смак жителів. В той же час простір, насичений унікальними МАФ, стає відкритим для ігрової взаємодії, стає обжитим, оскільки формується образ міста і позитивне емоційне ставлення городян.

Відомо, що людина отримує інформацію з навколишнього середовища завдяки аналізаторам зору, слуху, нюху, смаку, тактильного і вестибулярного апарату. В даній роботі розглянуто чотири основних аналізатора – тактильний, зоровий, слуховий, нюху, та їх вплив на сприйняття людиною зовнішнього вигляду та якісних характеристик місць відпочинку МАФ.

За перші секунди контакту відбувається візуальний аналіз об'єкта. Аналіз насамперед здійснюється за формою: людина автоматично надає йому геометричні властивості, наприклад, констатує, що лавка має прямокутні площини. Далі відзначає пропорції, симетричність або асиметричність об'єкта. Характеристика розмірів – вивчення співвідношення навколишнього оточення і порівняння свого зросту з розмірами об'єкта. Після аналізу форми та розмірів відбувається аналіз за світлом, кольором та текстурою. Для підкреслення уваги та збільшення комфорту в паркових зонах поряд з лавочками розташовані вуличні світильники. Колір та текстура впливають на настрій та емоційний стан людини (наприклад, жовтий колір асоціюється з радістю, синій – заспокоює). Додає індивідуальності МАФ та приваблює увагу цікавий принт чи текстова фраза.

Слуховий аналізатор розрізняє два подразника – шум і звук. Шум розподіляється на види: шорох, тріск, журчання, стук. Позитивний вплив на людину мають ритмічно повторювані звуки природи, такі як шелест листя, спів птахів або журкіт води. Цей ефект можна використати при розташуванні об'єкту МАФ в парковій зоні і при розміщенні фонтана в зоні відпочинку. Розслаблення можливе при дотику до матеріалів, що провокують шелест або тріск (наприклад, тонка і жорстка зім'ята плівка, якою частково вкриті поверхні сидінь або спинок лавки).

Людина при активації тактильного аналізатора відчуває фактурність та температуру. Фактурність поверхонь лавок, на яких сидить людина, розвивають тактильні відчуття та розслаблюють. Наприклад, пориста резина має приємну на дотик структуру і погано проводить тепло. Можливе використання пухирчатих поверхонь, які створюватимуть тиск на окремі точки на тілі сидячої на лавці людини.

Аналізатор нюху, порівняно з іншими органами чуттів, має скритий вплив на людську поведінку. Позитивний вплив на нервову систему несуть природні запахи, такі як запах квітів. Деякі запахи, такі як аромат кофе, можуть прискорити метаболізм, збадьорити та викликати відчуття радості. В місцях відпочинку доцільно проектувати клумби і за можливості, пункти продажу ароматних напоїв та їжі.

Отже, всі живі істоти пізнають та освоюють світ завдяки органам чуття, і саме підсвідомий вплив спроектованої малої архітектурної форми, дозволить відпочити, отримати оздоровчий ефект і буде необхідним елементом для туристичної кампанії. Унікальні МАФ формують індивідуальний образ міста і позитивне емоційне ставлення городян, є активним чинником для стимулювання ігрової взаємодії.

---

*Билык Анна Анатольевна*  
*Кандидат искусствоведения, доцент кафедры дизайна*  
*Херсонского национального технического университета*  
*Форкош Оксана*  
*Магистрант кафедры дизайна*  
*Херсонского национального технического университета*

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ДНЕВНОГО И ИСКУССТВЕННОГО СВЕТА В СОВРЕМЕННОМ ВЫСТАВОЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

В современном выставочном пространстве очень важно достичь правильного соотношения дневного и искусственного освещения. Многими специалистами в области дизайна интерьера дневной свет считается наилучшим для организации выставочных мероприятий. Но часто его недостаточно, и появляется необходимость в усилении освещения искусственным светом путем максимального сближения их свойств и устранения различий.

Ряд исследователей занимается изучением данной проблематики. Американский светодизайнер Дж. Таррелл выражает концепцию взаимодействия света в одной из своих работ – арт-эксперименте "Небесные просторы" (Sky Spaces), где достигается оптический эффект, оказывающий влияние на сенсорное восприятие с помощью сложной системы подсветки, которая взаимодействует с природными суточными циклами.

П. Спотти органично совместил искусственное освещение с дневным посредством системы затенения и фильтрации естественного света. Специальными настройками система была запрограммирована на суточные и годовые перемещения солнца. Тем самым, сделав освещение огромных площадей арт-пространств, в т.ч. выставочных залов, центров, более качественным и экономным.

Архитектор Антони Бешу соединил атмосферные эффекты с функциональным и "театральным" освещением в офисе компании Generali, где вся система освещения основана на светодиодах. По отзывам работников офиса этот успешный прием привел к увеличению их работоспособности.

На современном этапе развития общества с его глобальной урбанизацией люди все больше времени проводят в помещениях, в которых уровень естественного освещения порой варьируется от малого до полного отсутствия.

Добиться оптимального сочетания света в дизайне очень важно

для психофизиологического комфорта, эстетического восприятия композиции и цветоцветовой среды интерьера выставочного пространства. Световые проекции, визуализации накладываются на реальные стены, полностью меня взаимодействие человека с пространством.

Подобные исследования дают дополнительные возможности свободного проектирования цветоцветовой среды выставочного пространства и обеспечивают гибкое управление для создания современных и комфортных условий. Это позволяет осуществить самостоятельный выбор необходимых настроек – выбор цвета освещения, уровень интенсивности, способов цветоцветового формообразования.

Становление и развитие художественного освещения происходило в течение длительного времени. В том числе и в доэлектрический период. Применение накопленного опыта и требования новых стандартов качества нашли отражение в светодизайнерских проектах Р. Нарбони, Л. Клер, Ж. Ф. Арно, Я. Керсалья, а также японки И. Мотоко, лауреатки многочисленных светодизайнерских конкурсов.

Благодаря прогрессу в технике освещения, проблема светодизайна становится все более актуальной и занимает одно из центральных мест в области дизайна интерьеров.

---

*Сергеева Н.В.*

*Кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну*

*Харченко Олексій Сергійович*

*Студент кафедри дизайну*

*Черкаського державного технологічного університету*

## **ІНДИВІДУАЛЬНІСТЬ ХУДОЖНЬОЇ КЕРАМІКИ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ГАРМОНІЙНОГО ПРЕДМЕТНО- ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА**

Актуальність теми обумовлена зростанням тенденцій до створення індивідуальних виробів з кераміки для оформлення інтер'єрів. Це підтверджується різноманітністю керамічних авторських студій, які з'являються останнім часом як в Україні, так і в усьому світі.

Метою роботи є дослідження здатності матеріалу кераміки до вираження індивідуальних якостей творчого бачення автора.

Керамікою називають неорганічні, неметалічні вироби, випалені при температурі від 950 до 1250 градусів за Цельсієм. Основною складовою будь якої кераміки є глина.

Кераміка відома з давніх часів та є одним з найдавніших штучних матеріалів, створених людиною. Перший об'єкт з випаленої глини датований 29-25 тис. р. до н. е. Протягом всього існування людства кераміка залишається актуальним та важливим матеріалом, універсальність якого важко переоцінити. З неї створюють різноманітний спектр виробів від повсякденного ужиткового посуду до електротехнічних деталей. Керамікою прикрашають як фасади будинків, так і облаштовують нею інтер'єри – кераміка усюди, без неї неможливо обійтись. В оформленні внутрішніх просторів будівель кераміка набуває численних форм вираження. Для створення гармонійного інтер'єрного середовища використовують декоративний посуд, керамічні розписні та рельєфні панно, декоративну цеглу та плитку для оздоблення стін. Найчастіше будь-яка кераміка виготовляється у вигляді колекцій – так вивіряється гармонія в просторі інтер'єру.

Будь-яка художня кераміка починає свій шлях з нарису на папері. Декількох ліній достатньо для того, щоб вони склалися у химерну та незвичну чашку, вазон чи лампу, і будь яку задуману форму можна відтворити. Але не всі форми можна відтворити за допомогою одного виду кераміки. Так, приземистий та товстий горщик для квітів буде краще виглядати з теракоти або майоліки, в той час як витончена білосніжна китайська ваза має бути лише з фарфору – форма та стиль обумовлюються матеріалом і його властивостями. Фарфор або порцеляна майже сплавлений, твердий та білий різновид кераміки. Стінки виробів з фарфору міцні та тонкі, майже напівпрозорі та мають білий колір. Саме тому з нього виходять прекрасні витончені яскраві форми з гладкою поверхнею. Колір кераміки обумовлюється кількістю заліза у керамічній масі – чим більше заліза, тим темніше черепок, чим менше – тим він світліше. У теракоті вміст заліза високий, тому вона має темно-червоне забарвлення. Теракоту та майоліку відносять до пористої кераміки, вони мають товстий черепок, пропускають рідини через пори. Для того, щоб усунути пористість поверхні, її покривають поливами, в які також можна додавати різні барвники, що є оксидами різних металів.

Коли обрано форму та різновид кераміки, можна починати втілювати виріб у життя. Виріб можна формувати як простим ліпленням з шматка глини, так і за допомогою гончарного кола чи, навіть, лиття з рідкої маси. Останнім часом набуває поширення керамічних студій, де створюють одиничні дизайнерські вироби, що різняться між собою методом саме ручного формування. Це частіше

асиметричні форми з нерівностями, деформаціями та динамікою. Взагалі мода на "дефективну кераміку" пішла з Японії. Японці вважають, якщо кераміка має нерівність, дефект кольору, форми, то у цього виробу є своя душа, завдяки якій вироби стають неповторними і не важко здогадатися чому. Такі вироби не схожі один на одного так само, як і люди різняться між собою за зовнішністю, характером та індивідуальністю.

На території України існує багато студій, що займаються створенням авторської кераміки. Наприклад, київська студія креативної кераміки KUSTceramics заснована у 2016 році, київська студія кераміки SoulFulCeramics 2014 року заснування, авторська кераміка студії Сергія Махно – це лише декілька яскравих представників серед керамічних студій України.

Прикладом індивідуальності кераміки може стати колекція світильників "liquid" від майстерні кераміки KUSTceramics. Ця студія займається виготовленням унікальних керамічних виробів, наповнених художнім змістом. Основною технологією в створенні кераміки майстерні є ліплення, що робить кожен виріб неповторним. Ідея колекції зародилася з міркувань про свободу. Вода в природі позбавлена можливості здобуття своєї форми. Вона лише повторює обриси поверхні, в яку поміщена. Але, якщо прибрати гравітацію, то вода знайде свою справжню індивідуальність. Варто увімкнути світильники, як світло розливається по кімнаті тонкими променями через "пори" в стінках світильника. Це усвідомлення матерії як вічно текучої, що змінює свої обриси, форму і консистенцію, середовище. Вона рідка, застигла, тверда, струмлива і непостійна. Віктор Куценко, засновник студії, головний дизайнер і майстер-кераміст, зазначає, що вироби з колекції "liquid" – це відображені індивідуальності звільнених рідин, покликаних привнести світло, свободу і рівновагу в будинок.

Незважаючи на давнє походження матеріалу та застаріле уявлення про його виразні якості, кераміка й досі має великий потенціал до самовираження художника та відображення його ідей. Наведено приклад, коли виріб з кераміки набуває індивідуальних рис в наслідок відображення думок майстра, та стає функціональним твором мистецтва. Навіть такого побіжного огляду достатньо, щоб скласти враження про спектр можливостей матеріалу, який, якщо і не безмежний, то досить значний, щоб через індивідуальність творів автора забезпечити гармонійність предметно-просторового середовища в цілому.

---

**Федорченко О.В.**  
*К.т.н., старший викладач*  
*кафедри експертизи, технології і дизайну текстилю*

**Закора О.В.**  
*К.т.н., доцент кафедри*  
*експертизи, технології і дизайну текстилю*

**Зотова О.О.**  
*Магістрант кафедри експертизи, технології і дизайну текстилю*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **ГОБЕЛЕН ЯК ЗАСІБ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ ІДЕЇ ІНТЕР'ЄРУ**

Художній текстиль є невід'ємною частиною формування просторово-предметного середовища. Він не тільки підкреслює індивідуальність інтер'єру приміщення, але й удосконалює ідею дизайнера. Беззаперечним способом створення неповторного інтер'єру є декоративне оздоблення простору приміщення авторськими тканими полотнами. В якості таких може виступати гобелен, виконаний у ручній техніці художнього ткацтва.

Естетичні та ергономічні вимоги, що пред'являються до гобелену, обумовлюються художніми засобами: техніками та прийомами виконання, способами формоутворення, сировиною (рис. 1, рис. 2). Завдяки цьому досягається створення відповідного сприйняття людиною кольору, фактури полотна, цілісної композиції рисунку гобелену.



Рис. 1. Гобелен "Літнє розмаїття"    Рис. 2. Гобелен "Рожевий сад"



При виконанні гобелену проводять основні етапи роботи: вибір теми та композиції гобелену; визначення масштабу гобелену; створення робочого ескізу; вибір художніх та технічних прийомів. До основних технологічних засобів формоутворення можна віднести сировинний склад ниток. Адже вибір складу та властивостей сировини є важливим чинником у процесі створення художньо-пластичних образів текстильної дизайн-продукції. Різні текстильні матеріали, які можуть виступати у ролі сировини (пряжа, нитки, волокна, смужки тканин, трикотажу тощо), володіють різними текстурними та оптичними властивостями, такими як м'якість, щільність, товщина, блиск, наявність та ступінь ворсистості, вид крутки та інші.

Проте вирішальна роль при оцінюванні споживачем естетичного вигляду текстильної дизайн-продукції належить сприйняттю кольору. При цьому в залежності від одержаної фактури текстильного виробу змінюється результат сприйняття кольору і форми на поверхні гобелену. Відповідно до результатів дослідження інтенсивність кольору на ділянках текстильного виробу з рельєфною поверхнею вища, ніж на ділянках з гладкою поверхнею.

Що стосується загальної фактури гобелену, то можна стверджувати, що вона істотно впливає на оптичне сприйняття людиною художньо оформленого полотна ручного ткацтва. До факторів впливу на фактуру полотна можна віднести такі технологічні засоби, як: чергування ниток різного сировинного складу, чергування ниток різного способу виготовлення, чергування ниток різної товщини, сполучення різних видів переплетення та ін.

Обрання стилю та виконання графічного ескізу зображення на тканому полотні обумовлюється вподобаннями споживача та ідеєю дизайнерського оформлення інтер'єру.



Рис. 3. Приклад дизайну інтер'єру з застосуванням гобелену "Ранкове пробудження" в якості декоративного оздоблення

Таким чином, особливість текстильних виробів, виконаних в техніці гобеленового ткацтва, полягає в органічному поєднанні з іншими предметами художнього текстилю у сучасному інтер'єрі приміщень, такими як меблево-декоративне покриття, портьєри та завіси, килимове покриття, ковдри, пледи та інше, при умові додержання відповідних технік та способів формоутворення тканого полотна в симбіозі із сировинним складом вихідного матеріалу та кольоровою гаммою композиції.

*Дяченко Алла Володимирівна*  
*Кандидат педагогічних наук, доцент*  
*Київської державної академії декоративно-прикладного*  
*мистецтва і дизайну ім. М. Бойчука*

### **ДИЗАЙН ОДЯГУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВА**

В умовах сучасної цивілізації важливого значення набуває дизайн одягу, як один з найважливіших атрибутів суспільства. Зміни, що відбуваються в дизайнерській практиці третього тисячоліття, пов'язані, перш за все, зі зміною суспільно-корисної ролі дизайнера. Вони демонструють, що все більшого значення набувають ті враження, які людина отримує в самому процесі споживання дизайн-продуктів і послуг. Тому актуальними постають проблеми, які розглядаються сьогодні з точки зору культурології, маркетингу, дизайн-менеджменту, процесу розробки нових продуктів і теорії комунікації, дослідження функцій і методів роботи дизайнерів, контекст їх діяльності, аналіз змін, які відбуваються в процесі створення дизайну, а також причин, що їх викликали [3]. Фундаментальні розробки в напрямках взаємозв'язку дизайну одягу та розвитку культури, мистецтва здійснили такі провідні вітчизняні та російські науковці як В. В. Волкова, Н. О. Ковешнікова, А. Н. Лаврентьев, В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковський, С. С. Шумєга. Культурологічні та психологічні аспекти дизайнерської діяльності розглядають О. О. Барташевич, Л. Г. Борисова, Н. В. Збаровська, І. М. Ілюшина, В. Я. Кардаш, О. І. Кочережко, Н. Я. Крижановська та інших.

Сучасну культуру найчастіше характеризують як культуру споживання, тобто придбання, володіння та споживчого досвіду. Споживати, однак, означає значно більше, ніж просто купувати і володіти, оскільки процес споживання надає не лише масу вражень від взаємодії з матеріальною культурою, але й сприяє визначенню нашої культури та, навіть, процесу самовизначення. За допомогою одягу (модних впливів і пропозицій; реклами; мистецтва мерчендайзингу і та ін.) у людей формуються необхідні погляди на життя та споживчі запити. Таким чином дизайн одягу трансформується у специфічний світ, що відображає рівень розвитку соціальних структур і науково-

технічного прогресу цивілізації. Він своєрідно реорганізовує суспільний простір за допомогою акумулювання та просування нових ідей і теорій. Дизайн синтезує суспільне замовлення та творчу індивідуальність. Створений дизайнерами одяг трансформується в конкретну модель і через засоби масової комунікації, візуальну рекламу, дефіле тощо перетворює систему цінностей людини, притаманні суспільству естетичні еталони краси, формує не лише суспільний, але й індивідуалістичний світогляд [2, 4]. Сучасний дизайн одягу прийнято ототожнювати не лише з мистецтвом костюму, але й з індустрією моди – продуктом суспільства споживання [3]. Сучасний процес створення дизайну оперує декількома способами використання поняття "стиль життя". По-перше, можливість складання схеми змін цінностей, відношення й соціальних тенденцій (мода як явище), що може стати відправною точкою як у дослідженнях, так і в концептуальних розробленнях. По-друге, дизайнер може "вписувати" створені ним продукти в існуючі стилі життя з метою адаптації їх до різноманітних сегментів ринку. Отже, дизайн – це процес, внаслідок якого продукт отримує закодоване символічне значення, виражене в дизайні самого продукту і дизайні його реклами.

Сучасні дизайнери одягу часто користуються простими евристичними прийомами, що базуються на методах аналогії, асоціації, комбінування, інверсії та ін. Використання найрізноманітніших евристичних методів дозволяє "розбудити" в майбутнього дизайнера ініціативу, розкрити його індивідуальні творчі здібності, розвинути логіку мислення в професійному напрямі. проектування у дизайні одягу. Одним із засобів формування ідеї є метод асоціацій. Дизайнера одягу завжди цікавить як форма взагалі, так і сполучення об'ємів, поєднання різноманітних побудов. Він з реальної дійсності може взяти майже усе, що якимсь чином може трансформуватися, перетворитися в одяг: мотив, фрагмент чогось або джерело в цілому. Найчастіше у фаховій літературі [1] зустрічається комбінаторний метод (метод комбінацій), який уперше застосували в 20-х роках минулого століття радянські конструктивісти А. Родченко, Л. Попова, В. Степанова. Він полягає в пошуку різних комбінацій на основі визначених форм та елементів у певному порядку шляхом перестановок, вставок, поєднань, групувань, переворотів, комбінування деталей, пропорційних членувань в середині базової форми [3]. Такі комбінації можуть бути новими і, на перший погляд, здаватися неможливими, або ж абсолютно випадковими, без конкретного задуму. Ідея рухомої форми належить конструктивістам М. Дюшан, В. Татлину, Л. Мохой-Надь, А. Родченко та ін. Даний метод, зазвичай, використовується для того, щоб завдяки візуальним ілюзіям підкреслити потрібні моменти, або навпаки, відвернути від

них увагу [5]. Дизайнери створюють цілісні колекції та капсульні лінії, присвячені творчості видатних художників або окремим напрямкам у мистецтві, інтерпретуючи й переосмислюючи їх. Та, чи стане результат цього творчого переосмислення твором мистецтва, залежить від контексту, в якому модний костюм репрезентується.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гусейнов Г. М. Композиция костюма: Учебное пособие для студентов вузов / Г. М Гусейнов, В. В. Ермилова, Д. Ю. Ермилова и др. – М.: Академия, 2013. – 432 с.
  2. Джонс Дж.К. Методы проектирования. – М.: Мир, 2006. – 326 с.
  3. Килошенко М. И. Психология моды: Учебное пособие для вузов / М. И. Килошенко. – 2-е издание, испр. – М.: Оникс, 2006. – 320 с.
  4. Клименко В. В. Механізм творчості. Функціональні дефекти / В. В. Клименко // Психолог. – 2013. – № 17. – С. 11-14.
  5. Пресс М. Власть дизайнера: Ключ к сердцу потребителя / Майк Пресс, Рейчел Купер ; пер. С англ. А. Н. Поплавская; науч. Ред. Б. П. Буландо. – Минск: Гревцов Паблішер, 2015. – 352 с.
- 

*Angela Volk*  
*Fashion designer, wool felting artist*  
*Member of South Simcoe art council*  
*Alliston, Ontario, Canada*

## CLOTHING DESIGN IN DEVELOPMENT CONTEXT OF CULTURE AND ART

Nature offers a splendid complexity of ever-changing forms, shapes and patterns. For thousands of years ancient cultures fostered intimate connections with the natural world to bring peace, zest and joy into their lives. Current modernized culture has almost vanquished that precious bond we share with nature.

As a freelance artist I tried to bring back what was lost by reconnecting the modern world with the vibrant ancient cultures and the true beauty of nature. Felting is the oldest organic and nature-friendly textile crafting method. I found it to be the most exciting and flexible artistic medium with truly endless possibilities.

All my works are infused with love and genuine admiration of the forgotten cultural folklore ranging from Neolithic to Iron Age and beyond.



Fig. 1. Works of Angela Volk

My clothing and accessories are meant to create the comforting and profound feel of the connection with our ancestors through intricate patterns and symbolism, while also providing people with warmth of natural wool to make beautiful Canadian winters more enjoyable. I hope the new owners of my art take as much pleasure in my creations as I had in making them.

---

***Kartik Chahan***  
*Fine design centre*  
*Ahmedabad, India*

### **APPLIQUE TECHNIQUE IN FINE DESIGN**

Years in the craft of applique work, a major turn in the way they were combining fabrics to create applique masterpieces came when a buyer insisted on turning it all white. Their white on white applique was much appreciated all over the world and appealed to a large sector of people with a taste for subtlety. "Godadi" thick covers for winters out of all other products made originally are the most popular ones. These individual square panels are then joined together to make bed sheets, cushion covers, curtains, table runners, dress material etc. More than a hundred designs, tessellated to form so many patterns. Mirror work with tiny round mirrors embedded in the white applique work gives it a breathtaking appeal. Flaunting the dexterity of a pair of skilled hands, small abstract patterns of applique adorning a garment or animal motifs with trees enhancing home furnishing have tickled our curious nerve since time immemorial and will continue doing so.

The applique was traditionally a means of recycling leftover or unused fabric. Indian artisans create astounding applique motifs by shaping and stitching these fabrics then attaching them to a larger base fabric, creating an overall design through the harmonization of these motifs and its contrasting colors. Usually, though not always, red, yellow, green, purple, black or white is used for the large base fabric. Motifs are not only made with small pieces of fabrics, but also with ornaments, such as small round mirrors or rings.

The basic material for applique is cloth. Cotton cloth, which was being used traditionally, continues to be used today. Voile is also used to give it a more classy and delicate look. Multi colored threads as well as fabric swatches are required as per the design. Being inspired from the simplicity of applique work and the way it transforms the waste into something so beautiful and inspirational, we use basic colors: like whites, off-whites and recently combinations of black and white.

The inspiration is drawn from the white desert of Run Of Kutch, Gujarat. The white and off whites and drives the thoughtfulness along with inspiration to create something unique and derives white on off-white. The tents on the white sand draw special attention and inspire for the collection and installations.

Most applique designs are shown as full-size drawings for the completed design. The drawings show dotted lines to indicate where one piece overlaps another. Other marks indicate a placement of embroidery stitches for decorative purposes, marking such features as eyes, lips, flowers, trees etc.

Before the actual applique process begins, the background block is cut and prepared for stitching. Sometimes the background fabric is prepared by joining variously shaped fabric swatches (squares, rectangles, various geometric shapes etc) and then on top of this base the applique work is done.

Most applique designs are centered on the block. To find the center of the background square, it is folded in half and in half again; and then creased with fingers. It is then unfolded and the process repeated along the diagonals.

Two equal sized pieces of fabric are taken. One of these will form the base on which the pattern will be applied. The pattern will be cut out of the other piece of fabric

An actual-sized drawing of the design is transferred on to a large piece of tracing paper. Tracing paper is placed on top of the design and the design is traced out. Holes are pierced on the tracing paper along the design and water erasable ink is used along the dotted line to transfer the design on to the fabric.

The fabric is placed on to the background fabric and stuck with Raw sewing thread and are loaded from large sewing needle so that it can exit immediately. The shaped edges are turned over on the drawn or stitched line. Corners are made sharp and edges smoothened. The fabric patch should retain the shape of the template used to cut it.

Then using a blind stitch or applique stitch, the cut fabric is sown with matching thread on to the background fabric. The stitching is started with the background pieces first, working up to foreground pieces.

The product is given final finishing touches. Any extra threads are cut, and edges smoothened. As per the design required, different colors of fabric are used. Sometimes the cuttings are in contrast to the base fabric. Sometimes the same color is used for base and pattern, as in white on white, which is very much in current demand.



Fig. 1. Applique double bed sheet

---

***Ryabchykova Kateryna***

*<sup>1</sup>Post-graduate student of the department of pedagogy,  
methodology and management of education,  
Ukrainian engineering pedagogic academy, Kharkiv*

*<sup>2</sup>Lecturer of Academy of design, Colombo, Sri Lanka*

## **DEVELOPMENT OF CULTURAL INTELLIGENCE IN THE ACTIVITY OF THE MODERN FASHION DESIGNER**

Cultural intelligence (QI) is a relatively new concept that is determined to the general tendencies of globalization, mobility, global competition. In the general case, it means the ability to function effectively in different cultural conditions.



It is assumed [1] that cultural intelligence is a system that consists of three interactive components – cultural knowledge, intercultural skills and cultural meta-cognition, which is interpreted in modern terms as a conscious immersion in another culture.

The fashion design industry is, first and foremost, an industry that reflects the culture. Fashion not only shapes culture. In many cases it reflects important social changes. Fashion industry finds inspiration in the cultural sources of society. Qualitative transitions in fashion arise in some cases on the borders of cultures, or in the account of other cultures in the national fashion culture [2].

The implementation of cultural intelligence has the form of a cyclical process, which includes knowledge, strategy, activity and management of cultural intelligence (Fig. 1).

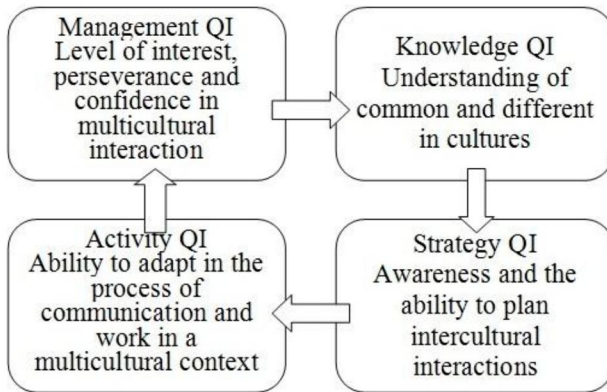


Fig. 1. Realization of cultural intelligence

At the stage of studying in institutions of higher education, cultural intelligence is most effectively formed in the process of performing specific tasks from fashion designing during communicating with representatives of other cultures. We propose to form the cultural intelligence of future fashion designers on the basis of a step-by-step training system. Theoretical foundations of cultural intelligence are formed in the process of studying the disciplines of the history of culture, the history of art, the history of style.

Cultural intelligence strategy is formed during study visits to other countries with different cultures.

Foreign cultural practices, which are implemented on the basis of agreements with educational institutions of different countries, serve as the basis for creating an active basis of cultural intelligence.

We have such experience of such practices and internships in Czech Republic, Slovakia, Ethiopia, India, Sri Lanka, and China.

The management of the development of cultural intelligence is realized in joint intercultural events, real internships in foreign educational institutions and design.

#### REFERENCES

1. David Livermore Leading with cultural intelligence: The Real Secret to Success. New York: American Management Association. – 2010. – 220 p.
  2. Anna Perry, Laura Malinin, Eulanda Sanders, Yan Li & Katharine Leigh Explore consumer needs and design purposes of smart clothing from designers' perspectives // International Journal of Fashion Design, Technology and Education Volume 10, 2017 – Issue 3: Sustainable Fashion Technology and Management. – P. 372-380.
- 

*Артеменко Марія Павлівна*

*Кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну  
Херсонського національного технічного університету*

#### **АТРАКТИВНІСТЬ КОСТЮМУ В ФОРМУВАННІ ЯКІСНОГО РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

Одним із проявів міжкультурної комунікації, що стала характерною рисою для сучасних суспільних процесів, є мобільність та вмотивованість людей до пересування світом в пошуках нових вражень та емоцій. Це, в свою чергу, актуалізує розвиток туристичної галузі, яка на думку А.М.Гаврилук є глобальним світовим феноменом і важливим чинником відпочинку, рекреації, оздоровлення, культурного розвитку мільйонів громадян. Тому формування нових та підвищення якості існуючих рекреаційно-туристичних продуктів є актуальною задачею, що відповідає одному з пріоритетних в Україні напрямків розвитку держави (Ст.6. Закон України "Про туризм").

Костюм як об'єкт діяльності дизайнера в сучасних умовах культурного розвитку суспільства відходить від суто утилітарної речі, залишаючись при цьому предметом першої необхідності в повсякденні, та стає засобом передачі змісту й образу. Останні його функції можуть бути корисними для підвищення рівня атрактивності (привабливості) туристичних регіонів, продуктів та заходів. Принципи використання костюму в туризмі різні, проте всі вони обумовлюються механізмом комунікації з туристом. Це й формений костюм обслуговуючого персоналу закладів гостинності, транспортних мереж, гідів, екскурсоводів, й костюм учасників різноманітних рекреаційно-

туристичних заходів з елементами театралізації – аніматорів, акторів театралізованих екскурсій, учасників тематичних фестивалів (етнофестивалі, косплеї тощо), в яких він відіграє провідну роль, й навіть одяг мешканців туристичного регіону. З'являються сьогодні також спеціальні туристичні пропозиції, концепція яких принципово ґрунтується на костюмі. Наприклад, загальновідомі карнавали, вже згаданий вище косплей або шоп-тури, коли туристові пропонується відвідати брендові магазини одягу з можливістю здійснення покупки, покази у провідних столицях моди, музеї костюму тощо.

Проте, сьогодні, при наявній актуальності дослідження ролі та місця костюму в процесах досягнення туристичної атракції, питання залишається малодослідженим в науці та потребує ретельного аналізу.

На основі проведеного теоретичного дослідження термінологічних дефініцій та операціоналізації понять комплексним показником, що дозволить оцінити рівень значимості костюма для туристичної діяльності, пропонується вважати його атрактивність - набір характеристик, що забезпечують позитивне емоційне (чуттєве) сприйняття художнього образу людини (учасника рекреаційно-туристичного заходу). Атрактивність костюму визначається мотивацією туриста до фотографування на згадку, рівнем запам'ятовування, створенням специфічної атмосфери туристичного заходу або закладу дозвілля.

Атрактивність костюму, так само як і більшість загальноновживаних його функцій, обумовлюється художньо-образними характеристиками костюму, проте залишаються відкритими питання: "які саме його особливості забезпечують в комплексі необхідний позитивний емоційний відгук в респондента?" та "який мінімально необхідний рівень атрактивності костюму забезпечує якість рекреаційно-туристичного заходу в даному напрямку?". Для вирішення даної задачі застосовано метод анкетування, в якому учасникам пропонувалося відповісти на ряд запитань про ті композиційні прийоми та особливості, що найбільше привертають увагу в костюмі. Крім того, додатковим показником атрактивності костюму є бажання людини сфотографуватися в ньому або поряд з моделлю, що одягнена в певний костюм. В цьому випадку оцінка атрактивності костюму здійснюється шляхом статистичного підрахунку фактів добровільного фотографування відпочиваючих та туристів з ним.

Результати обробки зібраних даних виявлять найбільш значимі художньо-образні характеристики костюму для забезпечення його атрактивності та дозволять розробити науково-обґрунтовані практичні рекомендації щодо проектування костюму для туристичної галузі.

---

*Бейлах О.Д.*  
*Кандидат мистецтвознавства, доцент*  
*Доцент кафедри дизайну і теорії мистецтва*

*Повишик Х.В.*

*Магістр*

*ДЗВН "Прикарпатський національний університет*  
*імені Василя Стефаника", м. Івано-Франківськ*

## **НАРОДНІ МОТИВИ ТА МЕТОДИ ЇХ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ТЕАТРАЛЬНОМУ КОСТЮМІ**

Костюм в сценічному просторі театру ляльок все частіше стає одним з основних засобів художнього вираження вистави. Умови сьогодення спонукали використання української драматургії в повному обсязі, що в свою чергу виявило потребу у більш детальному розгляді народних мотивів та методів їх застосування в сценографії та зокрема в сценічному костюмі. Відомо що в більшості випадків саме костюм підпорядковується загальній стилістиці художнього вирішення вистави, та чим більше розвивається театральна справа в Україні тим більше ми запозичуємо ідеї відтворення зі світового досвіду театротворення, що однозначно має як позитивний так і негативний результат. Некоректне оперування методами трансформації народних мотивів в костюмі призводить до нівелювання основної функції костюму в театральному просторі – втрачається сенс передачі інформації від митця (від ідеї твору та бачення митця) до глядача.

Аналіз наукової літератури виявив проблему недостатнього висвітлення використання народних мотивів при створенні театральних костюмів в період від становлення незалежності України до сьогодення. Цей важливий елемент художнього оформлення сценічного простору, дуже часто ігнорується з точки зору коректного інформаційного носія як історико-соціальна, національна та психологічна характеристика персонажа. На рівні з декорацією, костюм створює зоровий образ вистави, тому при художньому вирішенні театрального костюму великого значення набуває стильова, символічна та колористична єдність оформлення ігрового простору. Саме на стадії визначення основної концепції вистави та її образу і втрачається розуміння правильності створення костюму який би відповідав усім основним критеріям.

Основна проблема костюму в театрі ляльок полягає в тому що починаючи з 90-х років минулого століття, творчі колективи переходять на самоврядування, розпадаються чи переходять на нову

форму функціонування (приватні, аматорські, експериментальні), отримують необмежений доступ до інформаційного та культурного обміну з іноземними колегами, запозичують нові види гри на сцені та поза нею, починають експериментувати. Саме на такій хвилі нововведень, починає втрачатись академічність, канонічність, та по суті професійний підхід до театру. Керівники театрів йдуть на дуже ризиковані кроки, у них є два варіанти, перший – залучити до роботи художників інших напрямів, другий – проігнорувати участь художника та намагатись самотужки з театральною трупю вирішити художньо-ігрове оформлення. Це і дало початок інформаційній прірві яку ми виявили під час дослідження – театри фактично не створюють архівів розробок, ескізів та макетів не тільки костюмів а й сценографії як такої.

Відсутність теоретичної бази щодо трансформації народних мотивів в костюмі на практиці призвело до неправильного їх використання і, в результаті, підміні значень, до втрати як естетичних показників так і змісту. Часто можна побачити помилки у вигляді сплутаних символів, неправильному їх розміщенні та відтворенні, невідповідність орнаментики регіону що подається у виставі. Це зводить нанівець традицію що формувалась протягом століть нашими предками, спотворює інформаційний посил, і вводить в оману глядача.

Вихід з ситуації, що склалась ми вбачаємо в детальній розвідці, що має на меті визначити глибину наукової розробки озвученої проблеми, розгляді та виявленні основних методів трансформації народного костюму в театральному просторі. Для цього доречно проаналізувати реалізовані вистави зазначеного періоду, де використовуються народні мотиви, виокремити найбільш вагомні, систематизувати та класифікувати за використанням методів трансформації (мотивів) в костюмі. Розкрити поняття театального костюму з елементами народних мотивів як складного філософсько-психологічного явища в українському театрі, як частини системи образів та символів підпорядкованих композиційній цілісності вистави. Щодо використання народних мотивів у костюмах театрів ляльок, необхідно сформувати систему що базується на попередньому досвіді з зазначенням вдалих прикладів та засторогами і зауваженнями. За допомогою такої системи буде можливо з легкістю трансформувати ті чи інші орнаменти, символи, матеріали, типи конструкції костюму, тощо.

Як приклад можна навести метод інтерпретації народних мотивів в костюмах до твору в жанрі "фольклорна легенда". Орнаментальні народні мотиви сягають коріння у місцеву флору, фауну. Традиційно зображення зооморфних, солярних знаків та символів мають конкретне значення, та чітке графічне звучання

завдяки своїй простоті, вони легко комбінуються. Інтерпретація як метод, що в основі має вільне творче перетворення чи тлумачення мотивів, дозволяє вільно оперувати функціональним призначенням виробу, його зв'язком з матеріалом, технікою виконання, традиційними та експериментальними прийомами оздоблення. В той же час для метод реплікації або реконструкції доречно застосовувати у випадку коли сценарій вистави базується на творі класичного жанру. Конструктивне рішення, оздоблення костюму та й вирішення образу загалом в такому випадку буде тісно пов'язане з традицією і вимагатиме ґрунтовних знань локальних або часових особливостей народних мотивів.

Орнамент, колористика, вишивка, мереживо, конструктивні форми народного одягу знаходять відображення як в сучасному мистецтві моделювання одягу так і в театральному костюмі. І це не просте відображення, чи повтор минулих форм, його пропорцій і кольорових сполучень, а творча спадковість прогресивних традицій з урахуванням сучасного рівня розвитку промисловості, техніки й нового, принципово відмінного від минулого побуту українського народу. Зберегти і органічно вплести це в сучасний театральний простір, як авангард популяризації багатомістової культурної спадщини України – насущна потреба сьогодення і наша головна мета.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Наулко В.І., Артюх Л.Ф., Горленко В.Ф. та ін. Культура і побут населення України. – К.: Либідь, 1991.

---

**Артеменко М.П.**

*Кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну  
Херсонського національного технічного університету*

**Агаджанян І.С.**

*Студентка кафедри дизайну  
Херсонського національного технічного університету*

## **ГОЛОВНІ УБОРИ ЯК СКЛАДОВІ ОБРАЗІВ "РЕАЛЬНОГО СВІТУ" В СХІДНОМУ КОСПЛЕЇ**

В сучасному світі насиченому як розважальною, так і пізнавальною інформацією людина прагне до розвитку та самовираження. Одним із способів такого самовираження, що виник із захоплення аніме, мангою (японські комікси), комп'ютерними іграми, є косплей або костюмована гра – різновид перформансу, в якому в

реальному житті за допомогою костюму втілюються образи популярних персонажів. З кожним роком косплеї набуває все більшого поширення у світі. Косплеї фестивалі та конкурси збирають тисячі прихильників, проте дослідженню костюмів для таких заходів в науковій літературі приділено недостатньо уваги, тому розв'язання піднятого в даній роботі питання є справою актуальною.

На попередньому етапі досліджень було виявлено відмінності в образах західного (американо-європейського) та східного (японського) косплею та обґрунтована необхідність аналізу костюмів для кожного з зазначених напрямків окремо. Так, за результатами отриманими на першому етапі, образи східного косплею містить на першому рівні класифікаційної схеми три глобальні (образи "реального світу", "вигаданого світу", "середньовічного світу") та одну допоміжну (фансервісні образи) категорії. В даній роботі приділено увагу саме образам "реального світу" та більш детально - характерним прийомам вирішення головних уборів та зачіски для образів цієї категорії образів.

Перш за все, слід зазначити, що до категорії образів "реального світу" віднесено персонажів, чий костюми мають здебільшого звичайні побутові, сучасні форми та конструкції. І специфічні головні убори виступають своєрідними знаками відмінності, що будуть вирізняти косплеєрів з загальної маси звичайних людей.

На основі аналізу складеного візуального ряду з головними уборами для образів "реального світу" східного косплею, можна стверджувати, що в переважній більшості використовуються перуки із чубчиком. Довжина штучного волосся перуки може бути різною, від довгого нижче колін, до короткого. Незіbrane пряме падаюче до низу волосся з центральним пробором – є основним вирішенням. Якщо говорити про підняте волосся, то тут переважають зачіски з прямим пробором по середині та двома високими хвостами. Кольорове вирішення перук може бути різноманітним – від природніх відтінків до насичених рожевих, блакитних, фіолетових, зелених. В тому випадку, коли косплеєри при створенні образів даної категорії, не використовують перук, то в своє природнє волосся можуть додавати різнокольорові пасма та яскраві аксесуари. Лідером серед прикрас для перук та природнього волосся є обручі (часто із вушками), а також банти різних розмірів, кольорів і принтів.

Що стосується решти головних уборів, то це здебільшого кашкети, каски, пілотки, чепчики. Такий асортиментний набір пояснюється ти фактом, що до категорії образів "реального світу" східного косплею відносяться професійно-формені образи (медсестри, офіціанти, покоївки, полісмени тощо) та військовослужбовці.

В підсумку можна сказати, що майже всі образи героїв

"реального світу" в східному коспаї використовують головні убори, які довершують костюм, дозволяють повністю перевтілитись та максимально точно відтворити улюблений популярний персонаж аніме та манги. В переважній більшості таким невід'ємним атрибутом костюму є перука та формені головні убори.

---

*Будяк Вікторія Валеріївна*

*Канд. мист., старший викладач кафедри дизайну  
Черкаського державного технологічного університету*

## **ІМІДЖ ЯК ЗАСІБ САМОВИРАЖЕННЯ**

Кожна людина має власний неповторний образ, узагальнюючий не тільки те, що вона бачить у собі самій, але й те, що говорять і пишуть про неї інші люди. У певний момент життя людина робить важливе відкриття – оточуючі сприймають її не такою, якою вона є насправді, чи якою б хотіла здаватися. Її індивідуальний стиль відображає, насамперед, внутрішній зміст, але виражається через зовнішні засоби. Одним з таких засобів можна вважати моду, враховуючи притаманні їй функції:

- функція спонтанної самоорганізації індивідуальних суб'єктів і суспільства в цілому;
- функція самоідентифікації суб'єкта;
- функція креативного творення;
- функція вираження опозиції суб'єктів по відношенню до сформованих норм суспільства – протиставлення. Мода є засобом постійного пошуку зовнішньої гармонійної довершеності, що відповідає певним духовним пошукам окремого індивіда, груп, спільнот тощо [1].

В наш час, коли більшість країн світу перейшли в інформаційну еру, а роль особистих комунікацій надзвичайно зросла, люди практично увесь час знаходяться в стані спілкування (робочого, особистого, віртуального), прагнуть донести до інших свої міркування та ідеї, намагаються впливати на оточуючих. В окресленому контексті, їх зовнішній імідж постає комплексним інструментом, що дозволяє зробити комунікаційну практику значно ефективнішою.

Імідж – належить до феноменів, які з'являються в практиці людини набагато раніше, ніж вона може усвідомити їх існування і піддати науковій рефлексії. Він виник разом з людським суспільством і відіграв важливу роль на всіх етапах його розвитку. Протягом власного життя людина свідомо конструє свій вигляд для інших, і цей процес не переривається ніколи. У свідомості оточуючих нас



людей ми "виникаємо" у вигляді образів, кольорових плям, ліній, силуетів і звуків. Як і сотні, і тисячі років тому, людина, сприймаючи образ іншої людини, реагує не на неї, а на образ, який викликає (або не викликає) в її душі відгук [4].

Іміджеологія як наука досить молода, базується на працях соціології і психології, а також стилістики, колористики, на законах створення образів і формування їх впливу. Вона покликана допомогти навчитися створювати саме ті враження, які людина спланувала [3]. Психологія і соціологія допомагають створити проект образу людини, який іміджеологія далі впроваджує цілком конкретними інструментами. Серед клієнтів іміджмейкерів найбільш популярні три базові цілі. Перша – це формування позитивного ставлення до особистості, прагнення викликати у людей симпатію, інтерес, довіру. Друга ціль, з якою іміджмейкери стикаються досить часто, – це створення яскравого образу, що легко упізнається. Насамперед, це стосується публічних людей, для яких важливо запам'ятатися, справити на оточення незабутнє враження. І навіть не обов'язково, щоб воно було позитивним. Для цього існують цілком конкретні техніки щодо змін гардеробу, застосування жестів, міміки та інших емоційних проявів. Третя ціль – сформувати авторитетний імідж, що викликає повагу.

Одним з інструментів іміджеології є зовнішній вигляд, перш за все – одяг, який постає своєрідним засобом інформування та спілкування, інструментом впливу на поведінку і ставлення до його власника інших людей. Ще 20-30 років тому за костюмом можливо було безпомилково визначити вчителя або актрису, працівника торгівлі або робітника. Останнім часом стираються грані між іміджем представників творчих професій і ділових. Будь-яка за професією людина прагне до самовираження. При цьому люди харизматичні хочуть виділитися із загальної маси, а люди сором'язливі – прагнуть в ній розчинитися. З цієї точки зору, будь-який одяг/костюм є не що інше, як форма самовираження особистості [2].

Імідж особистості (персональний імідж) є комплексною характеристикою, що включає вербальні і невербальні складові. Такі характеристики суб'єкта як харизма, пасіонарність, стиль суттєво доповнюють і визначають персональний імідж особистості. У цьому ряду харизма і пасіонарність є енергетичними характеристиками, а імідж і стиль – інформаційними. Імідж і стиль індивіда є конкретними проявами естетичного ставлення людини до соціального світу і культурного простору. Різноманіття існуючих стилів і напрямків в одязі та інших предметах повсякденного вжитку надає можливість розкритися людям, які прагнуть відобразити свої внутрішні якості в зовнішньому вигляді та організації предметного середовища в цілому.

Спираючись на модні тенденції або перебуваючи в опозиції моді, сучасна людина може знайти свій стиль і створити конкурентний імідж.

Таким чином, сьогодні імідж, стиль і мода сприймаються як певні соціальні коди, які структурують соціальну реальність і виконують естетичні функції. Здатність відчувати прекрасне пов'язане зі здатністю людини розуміти міру речей і співвідносити її з мірою самої людини. Механізми існування моди такі, що, з одного боку вона є знаком, символом ідентифікації людини, а з іншого – вона тиражує, множить цей знак, організовуючи соціальні ієрархії і формуючи умови соціальної мобільності, в яких імідж і обраний стиль особистості відіграють велику роль.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Беляева М.А., Самкова В.А. Азы имиджеологии: имидж личности, организации, территории. Екатеринбург, 2016. 184 с.
2. Масалкова Л.А. Умение выбирать и носить одежду. Технология имиджирования: позиционное представление самопрезентации. URL: [http://evartist.narod.ru/text9/21.htm#%D0%B7\\_01\\_2](http://evartist.narod.ru/text9/21.htm#%D0%B7_01_2)
3. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь. Москва, 2007. 768 с.
4. Черемушников И.К. Имидж как смысловая реальность культуры: Монография. Волгоград, 2010. 300 с.

---

*Артеменко М.П.*

*Кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну  
Херсонського національного технічного університету*

*Серебрякова Є.В.*

*Магістрант кафедри дизайну  
Херсонського національного технічного університету*

## **МУЗЕЇ МОДИ ТА КОСТЮМУ В СУЧАСНІЙ РЕКРЕАЦІЙНО- ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Століття інформаційного суспільства пробуджує в людині бажання до споживання інформації, навіть під час відпочинку. Серед множинних пропозицій туристичних фірм лідируючу роль на рівні з відвідуванням місцевих пам'яток, того чи іншого міста, займають візити до музеїв та перегляд виставок. Тобто за результатами

численних запитів стосовно даної теми, можна висунути більш конкретну тезу, що музей як зона рекреації є традиційною та привабливою формою отримання корисної інформації для споживача. Доцільно також зазначити, що популярність в якості рекреації набувають тури, маршрут яких пов'язаний з відвідуванням заходів та закладів сфери модної індустрії, а саме: показів мод, будинків відомих кутюр'є, виставок одягу і музеїв костюму. Тому музейний менеджмент все більше розглядає костюм та його елементи як самодостатні виставкові експонати.

До XIX століття раритетний одяг, що мав історичну цінність як відлуння тієї чи іншої епохи, зберігався в особистих приватних колекціях заможних людей. Сьогодні костюм як експонат відкритий до широких переглядів та використовується в багатьох музеях світу. Найстарішим є музей Вікторії і Альберта в Лондоні, заснований у 1852 році. Також, подібне явище як музей одягу та модного костюму дуже розвинуте в столицях світової моди – в Нью-Йорку, Парижі, Лондоні, Мілані та інших. На жаль в Україні такі окремі тематичні заклади тільки починають започатковуватися та набирати популярності. В переважній більшості у вітчизняній музейній діяльності костюм як експонат можна зустріти лише в краєзнавчих музеях. Дослідження міжнародної практики використання костюму як експонату в музейній справі виявляє чималі перспективи залучення тематичних музеїв моди та костюму до рекреаційно-туристичних програм.

---

**Рубанка А.І.**

*К.т.н., старший викладач кафедри ергономіки і проектування одягу*

**Луцкер Т.В.**

*К.т.н. завідувач кафедри ергономіки і проектування одягу*

**Гречанюк О.В.**

*Магістр кафедри ергономіки і проектування одягу*

**Горбатиюк С.В.**

*Магістр кафедри ергономіки і проектування одягу*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

## **ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНЬО-КОМПОЗИЦІЙНОГО РІШЕННЯ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ВІКТОРІАНСЬКОГО СТИЛЮ**

Вікторіанський стиль зародився за часів правління королеви Вікторії. Це був досить тривалий період в історії Англії, який розпочався у 1837 році і тривав більше 50-ти років.

Характерними ознаками даного стилю є велике нагромадження елементів оздоблення, складна конструкція виробів, тканини високої

якості, ручна робота. Період правління Вікторії – це час розквіту Англії, період промислового підйому та технологічного розвитку країни, що знайшло своє відображення у багатстві та різноманітності тогочасного одягу.

У ці роки усі прагнули показати і підкреслити своє багатство та розкіш, матеріальне благополуччя. Адже саме у цей час вважалося необхідним мати безліч різних комплектів одягу, постійно їх змінювати, у тому числі протягом одного дня. З'явилися вироби для різного часу доби (ранкова і вечірня сукня), різного призначення (для чаювання, прогулянки, їзди на коні, походу в гості чи на світський прийом). У цей період також були популярними поїздки за кордон, тому у даному стилі присутній вплив китайського та індійського.



Рис. 1. Жіноче вбрання вікторіанського стилю

В дослідженнях Будяк В.В. детально описано композиційний устрій традиційного одягу вікторіанського періоду [1]. Дослідження Кібакової Л., Гербенової О., Виноградова В., Коуті К. та інших спрямовані на дослідження характерних рис періоду правління королеви Вікторії в цілому [2-4].

Очевидним є вплив романтизму на традиційний вікторіанський стиль, що виражено в таких елементах, як рюші, оборки, банти, баски, мереживо, рукави-ліхтарики, підкреслення кроєм ліній жіночої фігури. Відчувається також вплив рококо та бароко у акцентуванні жіночих форм тіла та численним оздобленням. Особливістю вікторіанського стилю є носіння корсету для створення ефекту "пісочного годинника" із підкресленням талії. Сукні, які створювали ефект "пісочного годинника", мали пишну спідницю у декілька шарів, з яких нижній формували металевими обручами, також із китового вуса (наприклад, турнюр).

Також у цей період існувала, так звана, траурна мода, де відчувається вплив готичного стилю. Існували певні вимоги до одягу родичів померлих, особливо найближчих (чоловік, дружина, діти). Траур носили близько 10 років. Обов'язковою вимогою було носіння чорних нарядів, пізніше із додаванням фіалкового, вишневого, смарагдового та синього кольорів (рис.2).



Рис. 2. Траурний одяг вікторіанського стилю

Отже, одяг вікторіанської епохи є джерелом натхнення для створення нових колекцій одягу, адже у ньому присутнє поєднання таких стилів, як готичний, барокко, рококо, готика, ренесанс; цікаві і складні конструкції, елементи оздоблення, аксесуари і т.д.

Практичним результатом дослідження є урізноманітнення сучасного одягу новими ідеями та стилістичними рішеннями, створення нових гармонійних образів. Виявлено основні художньо-композиційні елементи даного стилю, які можуть бути використані для створення сучасного одягу. Відомо, що у сучасному світі немає одного модного стильового напрямку, а переважають мікси стилів,

осучаснення образів різних епох. Мода є циклічною і важливим є використання історичного досвіду для дизайн-проекування нових колекцій моделей одягу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Будяк В.В. Гламур в дизайні костюма кінця ХІХ – початку ХХІ століття: дис. канд. мистецтвознавства: 17.00.07. / Харківська державна академія дизайну та мистецтв / Будяк Вікторія Валеріївна. – Х., 2018. – 296 с.
  2. Кібакова Л., Гербенова О., Ламарова М. Друге рококо (1840-1870 рр.) Ілюстрована енциклопедія моди. - Прага. Артїя. 1966- С. 217-277.
  3. В.Виноградов, О. Алешина, Е.Маят, Е. Зикова. Королева Вікторія і золотий вік Британії. Аст-Пресс, 2012. – 127с.
  4. Катерина Коуті, Керрі Грінберг. Жінки Вікторіанської Англії. Від ідеалу до пороку. Алгоритм, 2013. – 393с.
- 

*Єжова Ольга Володимирівна*

*Доктор пед. наук, доцент*

*Абрамова Оксана Віталіївна*

*Кандидат пед. наук, доцент*

*Хріненко Тетяна Вікторівна*

*Завідувач лабораторії*

*Кисельова Ольга Олексіївна*

*Магістрант*

*Колтко Юлія Сергіївна*

*Магістрант*

*Перерва Анастасія Олександрівна*

*Магістрант*

*Центральноукраїнського державного педагогічного  
університету імені Володимира Винниченка, м. Кропивницький*

## **ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННЯ КОЛЕКЦІЇ ДИТЯЧИХ СЦЕНІЧНИХ КОСТЮМІВ НА ЗАСАДАХ БІОНІКИ**

Природне середовище слугує невичерпним джерелом натхнення дизайнерів та інженерів для створення предметів споживання, оточуючого середовища та технічних систем. Одним з методів художнього формоутворення є біоніка. Як зазначено в [1], біонічний напрям в художньому проектуванні костюма ґрунтується на

встановленні структурно-функціональної єдності прийомів формоутворення природних та штучних систем.

В дослідження проаналізовано застосування біонічного напрямку в дизайні одягу. В результаті розроблено колекцію сценічних костюмів для хореографічної постановки на українську народну пісню "Ходить гарбуз по городу" для студії хореографічного мистецтва "Аеліта" (м. Кропивницький).

Дитячий сценічний костюм проектується з урахуванням сценарію виступу, вимог до дитячого одягу та творчого джерела [2]. При цьому враховано класифікацію рухів дітей Т. Ніколаєвої [3], згідно якої за динамікою постановки юних акторів можна віднести до рухомих біооб'єктів. Авторами було проаналізовано пропорції, силует, форму, колір творчого джерела "овочі" та здійснено перетворення предметних форм у форми костюма. Проектування дитячих сценічних костюмів здійснене в такій послідовності: природний прототип – художній образ - стилізація образу- костюм. При цьому розроблені костюми персонажів (рис.1): "квасоля", "морква", "огірок", "диня", "картопля", "гарбуз", "буряк". Костюми відображають різні стадії розвитку рослин. Наприклад, костюм "дині" за формою сукні та берета відповідає геометрії плода дині, але берет прикрашений квіткою дині. Доповнені квітками також костюми "гарбуза", "огірків", "квасолі", "картоплі". Такий прийом дозволяє збагатити композицію костюма, надати йому додаткової декоративності. Важливим показником художньої цінності костюмів є позитивне ставлення юних акторів до свого вбрання, а також незмінний успіх, яким користується хореографічна постановка серед глядачів різного віку.



Рис. 1. Колекція дитячих сценічних костюмів "Ходить гарбуз по городу"

Застосування методу дизайн-проектування на засадах біоніки ефективно при створенні колекції дитячих сценічних костюмів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Белько Т.В. Бионические принципы формообразования костюма: дис. докт. техн. наук. – М., 2006. – 342 с.
2. Єжова О.В. Дизайн-проектування дитячого сценічного костюма / О.В. Єжова, О.В. Абрамова, Т.В. Куценко, Т.В. Хріненко // Технічна естетика і дизайн. – 2018. – С. 71-77.
3. Ніколаєва Т.Н. Дослідження відповідності конструктивно-технологічних елементів в проектуванні дитячого одягу біотектонічним структурам / Т.Н. Ніколаєва // Вісник КНУТД. – 2010. - №5. – С. 193-195.

---

*Засорнова І.О.*

*К.т.н., доцент*

*кафедри технології та конструювання швейних виробів*

*Костюк В.С.*

*Магістр*

*Хмельницького національного університету*

## **ПРОЕКТУВАННЯ СУЧАСНОГО АНСАМБЛЮ ОДЯГУ З УРАХУВАННЯМ ІСТОРИЧНОГО РОЗВИТКУ РІЗНИХ СУБКУЛЬТУР**

Історія виникнення аплікацій (лат. applicatio — накладання, приєднання) сягає ще давніх часів, коли вони слугували на одязі знаком відмінності між кастами. Вперше їх використовували у Давньому Китаї, пізніше вони стали популярними у середньовічній Європі.

Наприкінці XIX ст. аплікації з'явилися на уніформах збройних сил США і являли собою знак розпізнавання військового формування [1]. Як вид художнього оздоблення одягу, аплікацію почали використовувати різні субкультури в 60-х роках XX століття. В цей час свій одяг аплікаціями прикрашали хіпі, а в кінці 70-х та на початку 80-х їх використовували панки, як знак індивідуальності, особистості та навіть солідарності [2,3].

Також у XX ст. істотну увагу аплікації стали приділяти й у фахово-професійній діяльності, де їй знайшлося застосування у дитячому одязі та жіночому вбранні. Аплікацією стали оздоблювали не лише одяг, а й постільну білизну, шиті килими, настінні панно



тощо. Вона виступає способом декорування, що зумовлює її якість, кольорове вирішення, різнофактурність тощо. Традиційна аплікація, як вид українського декоративно-прикладного мистецтва, згадується в працях Т. Ніколаєвої, З. Васиної, Ю. Гологовського, О. Косміної, Г. Стельмашук, М. Мемарне та М. Білан [4,5]. Питання художньо-образного вирішення ансамблю одягу вивчали О. Лагода та М. Кісіль [6].

Сьогодні аплікацією називають техніку декоративно-прикладного мистецтва, яка полягає в отриманні зображення шляхом вирізання, нашивання, наклеювання елементів. Нею оздоблюють: джинси, куртки, футболки, головні убори, взуття, сумки, рюкзаки, чохла для мобільних телефонів та навіть біжутерію. При проектуванні сучасних колекцій одягу, аплікацію широко використовують такі всесвітньо відомі бренди, як Gucci, Dolce&Gabbana, Fendi, Libertine та вітчизняні дизайнери: Elena Burba, Lake Studio, Navro, рис. 1.



а



б



в



г



д



ж



з

Рис. 1. Використання аплікацій у сучасному одязі:  
а - Gucci; б - Dolce&Gabbana; в - Fendi; г - Libertine;  
д - Elena Burba; ж - Lake Studio; з - Navro

При проектуванні колекцій одягу модельєри та дизайнери звертають увагу на костюм загалом, не враховуючи його приналежність до відповідного історичного періоду, що виник у контексті розвитку певної субкультури. Не обґрунтовано вибір виду аплікацій, місця їх розташування на одязі, техніка виконання, колористична гама тощо. Також не враховується призначення одягу та відповідність певній віковій групі. Тобто, наявна інформація є індивідуальною і пов'язана з конкретними практичними напрацюваннями, але науково не обґрунтована. Тому питання щодо оздоблення одягу аплікацією є актуальними на сьогодні і потребують подальших досліджень.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Модний словар: патчі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ivona.bigmir.net/beauty/moda/436935-Modnyj-slovar-patchi>
2. A brief fashion history: the role of clothing patches in counterculture [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.asildastore.com/blogs/news/103889222-a-brief-fashion-history-the-role-of-clothing-patches-in-counterculture>
3. 20 Ways To Style Patches [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: <https://www.rebelsmarket.com/blog/posts/20-ways-to-style-patches>
4. Мемарне М.В. Техніка аплікації: від народного мистецтва до сучасного дизайну / М.В. Мемарне // Вісник КНУКіМ. Серія "Мистецтвознавство" : зб.наук. праць. – 2015. – №33. – С.84 – 90.
5. Васіна З.О. Український літопис одягу: Книга-альбом: Науково-худож. реконструкції. XIII - початок XX ст. / Васіна З.О. - К.: Мистецтво, 2006. - Т.2. - 448 с.
6. Кісіль М.В. Концепції формоутворення костюму в західноєвропейському дизайні XX століття: витоки, розвиток, тенденції: автореф. дис. канд. мистецтвознавства: 17.00.07 / Кісіль Марина Володимирівна; Харк. держ. акад. декоративного мистецтва. – Харків, 2010. – 20 с.

---

**Колосніченко М.В.**

*Доктор технічних наук, професор*

*Лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки*

*Відмінник освіти України, Декан факультету дизайну*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

**Чурпіна Н.В.**

*К.т.н., доцент кафедри художнього моделювання костюма*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

## **ФОРМУВАННЯ АКТУАЛЬНОГО ПРОЕКТНОГО ОБРАЗУ В УМОВАХ ВЗАЄМВПЛИВУ ОСНОВНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЧОЛОВІЧОГО ТА ЖІНОЧОГО ВБРАННЯ**

Сучасний ринок моди, представлений різноманітними брендами, охоплює усі прошарки споживачів. Дизайн одягу перетворюється на глобальний інструмент економіки, що управляє мотивацією споживання. Однією із сучасних тенденцій розвитку модних товарів стало штучне прискорення циклів споживання. Циклічність моди дає можливість її прогнозувати. Очевидно, що актуальність прогнозування моди викликана потребою конкурентоспроможності на сучасному модному ринку. Відповідно, метою даної роботи є визначення структури форми костюму; виявлення змін в жіночому костюмі, привнесених із чоловічого костюму в залежності від впливу соціально-економічних перетворень, циклічного характеру розглядуваних запозичень із чоловічого одягу та вивчення вимог сучасного споживацького ринку. Серед основних методів дослідження, застосованих в даній роботі, необхідно виділити порівняльний аналіз принципів формування чоловічого та жіночого одягу в історично-хронологічному аспекті, а також метод структурно-морфологічного синтезу проектних рішень сучасного жіночого вбрання різного призначення. На окремих етапах дослідження було застосовано методики дослідження впливу соціально-економічних факторів розвитку суспільства на формування актуального проектного образу в дизайні костюма.

Отже, проектування нових виробів в першу чергу включає в себе момент прогнозування модних тенденцій. У розвитку моди простежується зв'язок з суспільно-історичними явищами, відомі дизайнери часто звертаються за своїми образами до історії костюму. Це пояснюється тим, що європейський споживач, а зокрема і український, цікавиться своєю історією, схильний до ностальгії за

романтичними образами минулого. Проте, сучасний ритм життя вимагає і прагматичного підходу до одягу. З кожним роком все більший процент українських жінок займаються певною трудовою діяльністю, вони потребують відповідного одягу, який би виконував представницьку функцію, був практичним та задовольняв естетичні потреби. Важливо зазначити, що запозичення із чоловічого костюму в жіночому одязі мають різну силу впливу на формування та оздоблення жіночого костюма в залежності від соціально-економічних перетворень розглядуваного періоду. Приклад взаємозв'язку цих процесів подано на рис. 1, де представлено зразки та ідентичні елементи жіночого та чоловічого вбрання, що показує майже 100% ступінь впливу чоловічого костюму на жіночий та дає можливість говорити про формування універсального проектного образу в дизайні костюма. Для цього застосовано метод накладання конструктивних рисунків чоловічого і жіночого костюму.



Рис. 1. Характерні риси жіночого та чоловічого костюмів

Важливо зазначити, що запозичення із чоловічого костюму мають різну силу впливу на формування та оздоблення жіночого костюма в залежності від соціально-економічних перетворень розглядуваного періоду.

Важливою закономірністю розвитку моди є циклічність, наявність коливань і ритмів. Циклічність дає можливість прогнозувати моду. Отже, можна простежити аналогію формотворчих коливань в історії жіночого костюму, роки значних коливань відповідають різким змінам в костюмі, мінімальні коливання амплітуди відповідають поступовим, еволюційним змінам. Для подальшого аналізу даних доцільно скористатись методом аналогій. Якщо зміни в костюмі відповідають темпам економічного розвитку, то для прогнозування сучасного, модного, жіночого костюму доцільно звернутись до періоду історичного костюма з найбільш наближеними економічними показниками амплітуди коливань.

Відповідно, в даній роботі з наукових, теоретичних позицій встановлено та досліджено закономірність змін в жіночому костюмі, привнесених із чоловічого костюму, а також визначено циклічний характер та періодизацію змін у часі та просторі; створено розгорнуту, системно-структурну схему взаємозв'язку запозичень в часі і просторі; розроблено систему естетичних показників якості сучасного одягу та упорядковано структуру процесу проектування перспективних моделей одягу. Практична цінність дослідження полягає в тому, що за результатами опрацьованого і вивченого матеріалу, виконаних аналізів та наукових досліджень можна розробляти актуальний жіночий одяг на поточний або перспективний сезон проектування, оскільки досліджено механізми запозичень елементів чоловічого костюму, та на основі цих тенденцій розроблено методику прогнозування розвитку модного жіночого костюма на перспективний період часу.

---

***Корницька Лариса Анатоліївна***

*К.пед.н., доцент кафедри технологічної та професійної освіти і декоративного мистецтва Хмельницького національного університету*

## **КОСТЮМ ЯК КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН І МИСТЕЦЬКЕ ЯВИЩЕ**

Одяг у цивілізаційному розвитку людства займає одну з ключових позицій і визначає рівень культури (світоглядної, художньо-естетичної, економічної тощо) того чи іншого суспільства.

Одяг – це штучне покриття тіла для захисту його від несприятливих впливів зовнішнього середовища. Це поняття, окрім власне одягу, включає і головні убори, і взуття, і білизну, і шкарпетково-панчішні вироби та інші вироби, які носить людина на тілі. Якщо ці всі елементи підібрані і складені у певну систему, яка

виявлятиме індивідуальний образ її носія, то таку систему прийнято називати "костюмом".

Ми розглянемо костюм як похідне значення від поняття "одяг". Костюм – це, перш за все, художня система, що організує всі елементи (набір різнопланового одягу) в єдине гармонійне композиційне ціле: за стилістикою, кольоровою гамою, підбором тканин та аксесуарів тощо. Таким чином, костюм можна розглядати як твір мистецтва, що має свої виражальні засоби як і будь-який інший твір. Костюм – це невід'ємна частина культурного буття людини та її привілей серед інших мешканців нашої планети. Потрібно визнати, що не всякий набір одягу може бути костюмом.

По-друге, костюм – це образ, що несе певну інформацію про людину, викликає певні емоції, захоплює чи викликає шок. Людина створює і презентує себе через костюм (образ) навіть тоді, коли не замислюється над тим. Недарма ж зустрічають "по вбранню", що миттєво видає інформацію про особу хоча вона того чи ні. Часто, щоб піднести себе в очах суспільства, люди з нижчих соціальних шаблів, намагалися наблизитися до верхівки саме через створення потрібного образу. Інколи це виглядало кумедно, не хватало чи то внутрішньої наповненості, чи то шарму, чи то смаку. Через це, навіть видавалися спеціальні укази, що регламентували і визначали для кожного соціального прошарку своє вбрання, а їх порушення призводило до покарання, інколи навіть до страти за введення в оману оточуючих про соціальний статус якому насправді належала особа. Можна стверджувати, що для людини свідомо спостережливої, костюм може надати більш чітку оцінку характеру, звичок, думок, поведінки, ніж навіть риси обличчя особи. Звернувшись до історії одягу ми можемо побачити, як змінювалося суспільство і всі його найменші зміни (політичні, соціальні, економічні, естетичні) відображалися саме в костюмі. У формування зовнішнього образу, який розкривається через костюм, вносили свій вклад кожна народність і кожна епоха. Так за національним чи історичним костюмом ми чітко визначаємо регіон, епоху чи її мистецький стиль.

Національний (етнічний) костюм – художньо-естетичний образ етносу, відмінний від інших народів світу, формувався протягом багатьох сторіч у силу географічного розташування земель тої чи іншої народності, кліматичних особливостей краю, оточуючої природи, виробництва тощо. Національний костюм – це культурне відображення образу кожного народу.

Слід зауважити, що в Європі, починаючи з часів Середньовіччя, костюм розвивався двома шляхами: світська мода, що залежала від смаків її фаворита (найчастіше ним виступали король та аристократія), яких намагалися наслідувати міщани, і національний костюм, традиції

якого зберігалися в селянському народному костюмі. Тож підкреслимо, що на європейському континенті виник такий, до цього не відомий, культурний феномен як мода – постійна зміна елементів і форм костюма, на відміну від національного, який, як правило, є образно стабільним. Починаючи з ХХ ст. європейська мода стає своєрідним диктатором смаків щодо зовнішнього вигляду "цивілізованої" людини на всіх континентах земної кулі.

Звернемо увагу на те, що одяг та костюм, порівняно з іншими видами мистецтв, володіють одним з найважливіших якостей – можливістю майже миттєво реагувати на події в житті суспільства на зміну естетичних поглядів та ідеологічних потреб. Для реалізації ідей скульптора, архітектора, художника чи письменника, для їх матеріалізації в дійсність має пройти певний час. Одяг і костюм змінюються дуже швидко, спочатку в деталях, потім в формі і в цих змінах розкривається вся сутність життя того чи іншого історичного періоду.

Історичний і національний костюм – це дзеркало, в якому відобразились всі аспекти культурного поступу людства від найдавніших часів до сучасності. Костюм, як своєрідний паспорт в якому закодована певна інформація про людину – власника цього костюма: з яких країв, стать, вік, соціальний статус, віросповідання тощо; щодо жінок: дівиця, засватана, молодиця, заміжня, вдова.

Отже, одяг – це продукт матеріальної культури, костюм – виразник духовної, світоглядної, символічно-знакової культури як окремої особистості, так і окремо взятого народу чи певної історичної епохи. Потреби тіла створили необхідність у застосуванні одягу, а потреби духу – в його художньо-естетичному оформленні.

Сьогодні, у час вільного проявлення особистості, костюм залишається тим інструментом, який допомагає виразити людині своє світовідчуття, свої смаки і вподобання. Через них особистість повідомляє про себе світові. Костюм, особливо для дизайнерів чи художників по костюму - це та мистецька "площина", як для живописця полотно, для артиста арена, де проходить акт творення нового образу сучасної людини. Художник-дизайнер концентрує ті ідеї, які вже десь є в "повітрі" і, які можливо півсвідомо чекає суспільство. Втілюючи ці ідеї розкриваються все нові і нові грані великого мистецтва під назвою "костюм".

Сучасні українські дизайнери, зокрема: Лілія Пустовіт, Оксана Караванська, Діана Дорожкіна, Ірина Каравай, Оксани Муха, Роксолана Богуцька та інші, демонструючи свої колекції одягу не лише на вітчизняних подіумах, відкривають світові Україну, демонструючи високу культуру і мистецтво власного народу, через свою неординарну і яскраву творчість.

---

*Матвійчук С.С.*  
*Кандидат технічних наук*  
*Бокоч М.П.*  
*Магістрант*  
*Мукачівського державного університету*

## **"АЛІСА В КРАЇНІ ЧУДЕС" ЯК ДЖЕРЕЛО ТВОРЧОСТІ СУЧАСНИХ ДИЗАЙНЕРІВ ОДЯГУ**

Творчий процес – надзвичайно складне, деколи нез'ясовне явище, але його можна піддати деякому аналізу. У дизайні важливо прослідкувати, як відбувається створення, фантазування не взагалі, а на задану тему, і яким чином досягається результат [1, 2].

Під впливом навколишньої дійсності у художника (дизайнера) виникає деяка ідея, яка конкретно або узагальнено втілюється в художній образ. Образ ідеї трансформується у форму, яка повинна відповідати задуму. Важливим є вміння дизайнера абстрагуватися від другорядних властивостей об'єкту, вміння узагальнювати і розвивати свою ідею в потрібному напрямі [1, 2].

Людина здатна у своїх мріях створювати безліч уявних світів, одним з яких і може бути омріяна ілюзія. Зв'язок мрії й ілюзії перебувають у складних відносинах, що створюються людиною.

Художній твір "Аліса в країні чудес" Льюїса Керрола – невичерпне джерело творчості дизайнерів, художників, кінематографістів, що простежується у розкритті теми твору, образів та персонажів твору сучасними митцями. Створено ряд мультфільмів та кінострічок за цим художнім твором.

Авторами досліджено рівень розкриття теми та образів "Аліса в країні чудес" у творчості митців індустрії моди.

Російський та американський Vogue в 2004 році представив фотосесію на тему "Аліса в країні чудес", де в ролі Аліси виступила Наталія Водянова, а в ролі персонажів казки – відомі дизайнери.

Весняно-літня колекція ready-to-wear 2010 року від Versace, представлена на Міланському тижні моди, розкриває життєрадісність та оптимізм казкового світу [3].

Вів'єн Вествуд прийняла участь у розробці обкладинки до 150-річчя казки. Вів'єн відобразила Алісу на фоні різнокольорових ромбів з принту "Арлекін". За словами дизайнера [4], "Аліса в країні чудес" була джерелом творчості її колекції осінь – зима 2011-2012. За словами британської бунтарки, важливість твору Льюїса Керрола у



представленні особливої дивної логіки, яка сприймається як реальність.

У 2016 році Філіпп Плейн у кращих традиціях Гот'є представив показ – шоу, де Аліса перенесена у повсякденні життєві ситуації сьогодення (на подіумі і фургончик з морозивом, і зграйка дітей з цукерками).

Альона Ахматдуліна у колекції весна – літо 2012 представила колекцію з трьох частин, кожна з яких розкриває етапи сюжету "Аліса в країні чудес". Дизайнер створила сукні, які повинні допомогти повірити у дива в повсякденному житті та створювати свою власну "країну чудес".

Сезон весна-літо 2013 на Тижні моди в Японії (Mercedes-Benz Fashion Week Tokyo) також мав "свою" Алісу. Японський дизайнер Ясутака Фунакоші, під лейблом alicе aaaa презентував готичну колекцію за мотивами твору Льюїса Керрола. Показ був схожий більше на театралізовану виставу, де розкривались темні та світлі сторони персонажів казки.

Японський дизайнер Рей Кавакубо у показах свого бренду CDG завжди дивує. Її герої "Аліси в країні чудес" розкриті у темі "шик-панк" XVIII сторіччя. Лицарські обладунки, штучне хутро, флористичні принти, дивні форми конструкцій – ілюзорність світу Аліси набула інших граней.

Не залишили поза увагою "Алісу в країні чудес" і студенти провідного світового вищого навчального закладу Istituto Marangoni, заснований 80 років тому. Випускниками цього закладу є такі легенди світу моди як Стефано Гер'єра, Доменіко Дольче, Франко Москіно, Алессандро де Бенедетті, Мауріціо Пекораро. Коного року 4000 студентів приїжджають на навчання. Нещодавно проектна група студентів міланського кампусу представила показ, джерелом творчості якого став твір "Аліса в країні чудес" Льюїса Керрола. Показ відбувся за сприяння компанії Disney і став однією з головних подій закладу.

Проблематика подальших досліджень авторів полягає у пошуку "власної" Аліси, яка розкриває образ сучасної української молоді. З цією метою було здійснено аналіз усіх персонажів "Аліси в країні чудес" Льюїса Керрола, найцікавіші образи головних героїв та виконано коротку характеристику цих осіб для знаходження нових ідей шляхом асоціацій. Для кожного образу було розроблено колаж, що розкриває зміст образу – явний та ілюзорний. На основі цього здійснюється розробка авторської колекції молодіжного одягу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Т.О.Бердник. Моделирование и художественное оформление одежды: Учебное пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2001. – 352 с.
2. Бердник Т.О. Основы художественного проектирования костюма и эскизной графики учебн. пособие [для студ. высш. и ср. спец. уч. заведений] Т.О. Бердник. – Ростов-на Дону. Феникс, 2007. - 319 с.
3. <https://kiberlord.livejournal.com/7236.html>
4. <https://viviennewestwood.com/>

---

*Матвійчук С.С.,  
Кандидат технічних наук  
Чорба Л.І.  
Магістрант  
Мукачівського державного університету*

### **ЯПОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ КОСТЮМ ЯК ДЖЕРЕЛО ТВОРЧОСТІ ПРИ СТВОРЕННІ СУЧАСНОГО ОДЯГУ**

Творчі джерела, якими користуються при проектуванні костюму, можуть бути різноманітними.

Науковцями [1, 2] систематизовано джерела натхнення за принципом використання джерела в дизайн-розробці і умовно поділено їх на п'ять аспектів дослідження:

- 1) використання джерела натхнення як елемент подальшої дизайн-розробки (наприклад, тканина);
- 2) прообраз формоутворення (архітектура, біоніка);
- 3) використання костюма минулих років як прообраз для створення сучасного одягу це історичний костюм, народний, національний і ретро-мода;
- 4) асоціативний імпульс для створення образу (музика, поезія, природа);
- 5) це багаторівневе використання джерела (декоративне заповнення та емоційний образ від різних джерел).

Кожна з цих умовних п'яти груп джерел натхнення передбачає різні завдання і цілі перед дизайнером в процесі проектування одягу, різні методи і принципи роботи.

Авторами ставиться за мету розробка сучасного молодіжного одягу за третім аспектом джерела творчості – народний костюм Японії.

Задача, яка ставляється – створення цікавого для сучасного сприйняття одягу, який стилізовано відтворює прообраз минулого та сьогодення Японії.

У відповідності до цього, авторами було здійснено аналіз складових національного костюма Японії, його форми, силуету, конструкції та крою, видів матеріалів та декорування. Встановлено, що самотніть японської культури значно вплинула на становлення європейської моди, і в той же час японці сьогодні з захватом переймають традиції європейців.

Але найбільшу духовну цінність, культуру Японії несе їх національне вбрання – кімоно. "Кімоно" в Японії замінювало поняття "одягати одяг", "одяг", складається з двох слів "кі" - одяг, вдягати та "моно" - річ [3]. З середини XIX століття вважається японським національним костюмом. Саме воно є творчим прообразом та визначальним аспектом у формуванні стильових, образно-емоційних і формоутворювальних характеристик при втіленні нашої авторської ідеї.

Кожне кімоно має свій символізм, тому його вибирають прискіпливо під конкретну людину і випадок. Зазвичай, основними критеріями вибору святкового одягу є сімейний і соціальний статус жінки, а також ступінь офіційності церемонії чи заходу. Відповідно до цих критеріїв жіночі обрядові (частіш за все це святкові кімоно, окрім траурного) кімоно поділяються на такі типи [3]:

- Куротомесоде — кімоно чорного кольору, яке пишно декороване нижче талії. Одягається переважно заміжніми жінками на світські офіційні заходи, зокрема матерями наречених під час весілля.

- Іротомесоде — однокольорове кімоно з короткими рукавами, яке пишно декороване нижче талії. Одягається усіма жінками незалежно від сімейного статусу переважно для відвідин церемоній у синтоїстських святилищах.

- Фурісоде — кольорове і пишно декороване кімоно з довгими рукавами. Поділяється на три підтипи в залежності від довжини рукава — "велика довгорукавка", "середня довгорукавка", "мала довгорукавка". Одягається переважно незаміжніми дівчатами на церемонію повноліття, випускний вечір і весілля. Найбільш парадне вбрання має 5 родових емблем мон. Вважається найрозкішнішим кімоно.

- Хомонгі — кольорове кімоно з багатими візерунками. Одягається усіма жінками незалежно від сімейного статусу на вечірки чи офіційні заходи. Інколи знайомі наречених одягають це вбрання на весілля.

- Цукесаге — однотонне кімоно без візерунків, яке одягається усіма жінками незалежно від сімейного статусу на незначні вечірки чи

офіційні заходи. Вважається нижче за класом ніж хомонгі. Через відсутність розпису чи вишивки інколи розглядається як повсякденний одяг.

- Траурний одяг мофуку — кімоно без візерунків з 5-ма родовими емблемами мон. Сьогодні під впливом європейської традиції його шиють з чорної тканини, проте традиційним кольором трауру в Японії вважався білий. Одягається усіма жінками незалежно від сімейного статусу.

Окрім святкового вбрання існує повсякденне. До нього відносять:

- Комон — кімоно, розписане візерунками однакового дизайну. Одягається усіма жінками незалежно від сімейного статусу.

- Іромудзі — однокольорове кімоно, переважно стриманого м'якого кольору, без прикрас і декору. Одягається усіма жінками незалежно від сімейного статусу. Вважається "робочою формою" у чайній церемонії або інших традиційних мистецтвах.

- Юката — легкий бавовняний халат, який носять переважно влітку незалежно від сімейного статусу жінки. Першопочатково його використовували як одяг після ополіскування чи після прийняття ванни.

Концепція культури та дизайну Японії перевітлюється у сучасне вирішення матеріальної та духовної культури і є невичерпним джерелом творчості для дизайну одягу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ермилова В.В. Моделирование и художественное оформление одежды : учеб. пособие / В. В. Ермилова, Д. Ю. Ермилова. – М. : Академия, 2004.

2. Козлова Т.В. Художественное проектирование костюма. – М.: Лег. и пищ. пром-сть, 1982. – 224 с.

3. Традиції Японії – кімоно : інформаційний бюлетень до року Японії в Україні ; укладач Н.А. Петренко. – Київ : Публічна бібліотека №160 Сімейного читання, 2017. – 17 с.

---

*Миргородская Н.В.*

*Кандидат искусствоведения, доцент кафедры дизайна  
Херсонского национального технического университета*

## **КАЛЕЙДОСКОП МОДНЫХ ОБРАЗОВ 60-Х ГОДОВ XX ВЕКА**

Период 1960-х гг. в моде ознаменовался кардинальными изменениями, которые, прежде всего, затронули человека – "носителя костюма". В моду вошел геометрический крой, яркие насыщенные цвета, психоделические узоры, ткани с люрексом, блеск, нейлон, полиэстер. Это предопределило становление молодежной моды, которая пришла "с улицы", была во многом заимствована у различных молодежных субкультур, в частности хиппи. Модная одежда отличалась простотой форм: расклешенные брюки, мини-платья и мини-юбки. Больше всего внимания уделялось обуви и аксессуарам, формы и материалы которых претерпели значительные изменения. Модными были высокие замшевые сапоги с бахромой, объемная бижутерия, широкие пояса, пластиковые очки. Все элементы одежды были красочными и контрастными. В это же время мода предложила альтернативный образ, который сложился под влиянием стиля унисекс.

В это время произошла своеобразная дифференциация дизайна одежды, в контексте которой английские дизайнеры предпринимали смелые эксперименты молодежной моды, итальянцы акцентировали внимание на функционально-рациональном дизайне вещей, а американцы - развивали идеи минималистического дизайна спортивной направленности. Французские кутюрье продолжали поиск компромисса между высокой от-кутюр и модой улицы. Своеобразным решением проблемы стало создание в дизайне одежды направления прет-а-порте, ориентированного на демократические изменения моды. В прет-а-порте одежда, как один из элементов предметной среды, удовлетворяющий соответствующие материальные и духовные потребности человека, воспринимается как обыкновенная утилитарная вещь - объект дизайна. Учитывая направленность художественно-проектной деятельности на создание новых культурных образцов, создание новых вещей или даже новых качеств вещей, новых функций, одежда стала проектироваться в полистилизме. Это привело к размытию стилевых границ, канона и к эклектичному симбиозу в образах.

---

*Наливайко Наталія*  
Дизайнер одягу  
Керівник студії краси "Comme il faut", м. Херсон

## **ДЖИНС В РЕТРОСПЕКТИВІ КУЛЬТУРИ: ВІД ПОВСЯКДЕННОСТІ ДО НАРЯДНОСТІ**

Понад 100 років тому джинси увійшли в повсякденне використання як робочий одяг для гірників, золотошукачів, фермерів і ковбоїв. Зараз важко уявити свій гардероб без пари "комбінезонів без верху", як їх називали раніше.

Які асоціації викликає джинсова річ – свобода, зручність, перше, що завжди приходить на розум. Джинси носили хіппі, що може асоціюватися з пацифізмом. Вони завжди мали статус вільного одягу, в них завжди відчувається затишок і комфорт. Їх носять і чоловіки і жінки, а це також є показником свободи. Заперечувати джинси не можна – так як це заперечення моди, заперечення культури в цілому.

Слід зазначити, що ні який вид одягу не піддавався такій кількості табу, скільки їх існувало на джинси, візьмемо, наприклад, пострадянський простір, прийти на ділову зустріч у денімі вважалося *mauvais ton*, це був елемент буржуазної культури, і такою поведінкою носій міг показати свою перевагу над іншими людьми, так як в основному їх могли дістати тільки ті люди, у яких був доступ за кордон. У той же час в джинсі не могли піти в ресторан, або театр, так як у них був статус повсякденного робочого одягу. І тільки до 70-х років XX століття відношення до джинсів в Америці і Західній Європі змінилося.

Після того дизайнери одягу почали надавати деніму власні лінії, тут з'являється і темний, і висвітлений джинс, а також з'явилися нові технології, при яких джинси шліфували, вимочували в кислоті, вибілювали і навіть розстрілювали з рушниць. Грані культури дуже тонкі, і уявлення людей може легко змінюватися, як змінюється і статус до джинсу. Чому це відбувається, чому уявлення змінюється?

Світ не стоїть на місці, якщо ми оглянемося, то побачимо, що в світі немає кордонів. Сидячи у себе вдома за комп'ютером, ми тут же можемо подивитися он-лайн, що відбувається на вулицях Парижу, Мілану та будь-яких інших країнах. Нові технології та Інтернет розширили уявлення про межі у людства.

Одяг – це культура, а межі культури дуже тонкі, з будь-яких повсякденних брюк можна зробити нарядні шляхом прикрашання їх

намістом, стразами, вишивкою, принтом, те ж саме відбувається і з джинсами. Спочатку з'явилися джинси з різними видами вишивки, а вже ближче до XXI століття все більше дизайнерів, модельєрів і творчих особистостей почали прикрашати джинсові штани принтом і намистинами.

Але важливо зауважити, що коли ми прикрашаємо джинси, вони переходять зі статусу робочого і повсякденного одягу, в статус нарядного, але при цьому, роблячи їх нарядними, чи то прикрашаючи, ми позбавляємо їх статусу свободи. Тут лежить тонка грань між свободою і несвободою, між ошатністю і повсякденністю. Коли ми щось втрачаємо, ми щось отримуємо. Втрачаючи свободу джинси стають модними.

---

*Орлова Наталія Станіславівна*  
*Аспірант кафедри основ виробництва та дизайну*  
*Полтавського національного педагогічного університету*  
*імені В.Г. Короленка*

## **ПРОЕКТУВАННЯ КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ НА ОСНОВІ ПИСАНКОВИХ МОТИВІВ ПОЛТАВЩИНИ**

Збереження та продовження національних традицій у всьому оточуючому є відродженням глибинного народного коріння та налагодженням зв'язку між минулим та сучасністю. Традиційне писанкарство, як один з елементів українського етносу, дає можливість для створення дизайнерами яскравих перспективних колекцій одягу за мотивами та складовими орнаментів писанок. Відображення духовної та матеріальної культури суспільства завжди є актуальними при проектуванні сучасних швейних виробів.

Орнаменти писанок та символіка писанкарства вже багато років досліджувались науковцями: Є. Гайовою, Л. Гурою, О. Гуцуляком, З. Іваницькою, С. Колос, С. Кримським, С. Кулжинським, Л. Манько, Н. Нагловською, М. Скориком та багатьма іншими дослідниками.

Сучасний дизайн одягу на основі писанкових мотивів створений за допомогою наступних засобів: конструктивне перетворення писанки; декоративний підхід; трансформація символіки писанки у художній образ виробу. Традиція писанкарства в Україні представлена величезним різноманіттям технік та ще більшою варіативністю орнаментів.

На Полтавщині яйця розфарбовують білими, жовтими та зеленими барвами, з червоним, коричневим, чорним і зеленим

розписом. Різноманіття яскравих орнаментів із солярних знаків та рослинних мотивів доповнюється зображеннями людей, тварин і птахів ("полтавські сороки" та "пави"). Більшість візерунків розміщуються на писанках за певною схемою, яка дає можливість будувати основні орнаментальні композиції. Усі зображення писанок мають три основні фундаментальні символи, що відтворюють розуміння побудови Всесвіту: коло, квадрат (ромб) та у вигляді хреста або восьмикутника. Вони можуть бути задіяні в загальному орнаментальному вирішенні як конструктивний каркас, як основні композиційні елементи або допоміжні елементи основних конструкцій.

Дизайнери, стилізуючи писанкові мотиви та враховуючи психофізіологічні властивості кольору, його вагові, температурні, фактурні, акустичні, просторові характеристики, знаючи основні закони формоутворення тектонічних структур та засоби передачі ритму, статики, динаміки у композиції костюма, створюють нові моделі одягу та яскраві образи, які можуть підкреслити індивідуальний смак кожного споживача.

При художньому проектуванні одягу, з використанням символів традиційного писанкарства та їх композиційного розміщення на виробі, застосовують різноманітні декоративні техніки: печворк, аплікацію, розпис по тканині та інші. Пріоритетні можливості для виготовлення швейних виробів має саме техніка печворк. За рахунок членування форми та з'єднання елементів геометричного орнаменту передано важливі характерні риси писанки – поділ поверхні на частини, а також контури по всій поверхні між різними її частинами.

Безцінна скарбниця декоративно-прикладного мистецтва України дає можливість обрати етнічні мотиви для створення сучасних дизайнерських розробок. Джерелом невичерпного пізнання та натхнення є українська традиційна писанка. Її історія та розвиток дає поштовх для втілення ідей нових декоративних технік та створення нових колекцій одягу.

Студентки факультету технологій та дизайну Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка спеціальності 015.17 "Професійна освіта (Технологія виробів легкої промисловості)" трансформували колоритні писанкові мотиви у незабутні ескізи жіночих суконь та костюмів нової колекції "Полтавська писанка" (рис. 1). В кожній моделі прослідковується кольорова гама та символіка певної полтавської писанки. Червоні, білі, жовті та зелені полотна, оздоблені аплікацією та розписом по тканині, підкреслюють чарівність та жіночність і, водночас, відображають народні традиції писанкарства.





Рис. 1. Колекція "Полтавська писанка"

Вироби вирізняються зображеннями солярних знаків та рослинних мотивів. Серед різноманіття орнаментів часто зустрічаються малюнки птахів: неповторні "полтавські сороки" та "пави". Довершеність композиційному вирішенню костюмів "Полтавська писанка" додають яскраві головні убори та аксесуари, які також виконані в стилі українського національного одягу.

Відродження та поширення писанкового мистецтва рідного краю, особливо серед молоді, сьогодні стає дуже актуальним, адже українська писанка належить до найкращих взірців народного мистецтва і повинна займати гідне місце у скарбниці образотворчого фольклору народів світу.

---

***Селезньова Анна Володимирівна***

*К.т.н., доцент кафедри технологічної та професійної освіти і декоративного мистецтва  
Хмельницького національного університету*

## **ДИЗАЙН БРЕНДОВОГО ЕТНО-ОДЯГУ В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ**

Етнічні мотиви завжди викликали особливий інтерес у дизайнерів. Вони присутні в колекціях практично кожного другого світового дизайнера, зокрема, у 2013 році всесвітньо-відомий бренд "Dolce & Gabbana" випустив колекцію одягу, декоровану українською вишивкою. Одяг мав величезний успіх серед світових модниць і привернув нову хвилю уваги до традиційної української культури.

Створення колекції, яка буде модною і при цьому збереже самобутність національного костюма, вимагає від дизайнерів знань не тільки в області сучасних тенденцій моди та інтуїції в питаннях їх розвитку, а й професійних навичок зі стилізації. Слід зазначити, що бренд етно-одягу поширює історично важливі цінності в одязі сучасного українця. Дизайнери вміло поєднують автентичні орнаменти з деталями сучасного крою та втілюють їх в одязі, який має своє значення і служить оберегом для власника. Результати дослідження дозволили виділити найцікавіші колекції одягу відомих українських та світових дизайнерів, виконані в етно-стилі.

Перше місце займає відомий український бренд "Foberini". Завдяки сучасному крою, майстерності та красі старовинної вишивки, вироби "Foberini" актуальні як у святкові дні, так і в звичайному житті. За час існування бренду, вишиванки "Foberini" полюбилися таким знаменитостям як Ольга Цибульська, Влада Литовченко, Тіна Кароль, Ніна Матвієнко, Міс Україна 2013 Ганна Заячківська і багатьом іншим улюбленим українським celebrities. Вишиванки "Foberini" з автентичними візерунками можна знайти в бутиках Нью-Йорка, Ізраїлю, Бельгії та ОАЕ. Вишиті сорочки бренду представлено у найбільшому універмазі Америки – Macy's у Вашингтоні. Крім того, речі Foberini у сучасному дизайні відроджують старовинну вишивку, яка несе у собі сакральну символіку.

"Lelika" – молодий український бренд стильних жіночих вишиванок. Особливість бренду – стильний дизайн, конструкції різноманітної складності, українські мотиви, поєднання кольорів.

"Птаха" – молодий український бренд оригінального, стильного та яскравого одягу з національними орнаментами, зокрема, сорочок та блуз, гарних суконь-вишиванок та парних комплектів, які стануть незамінним елементом у формуванні оригінального гардеробу.

"Korali" – український бренд ексклюзивних вишиванок ручної роботи. Особливість бренду – робота на замовлення в режимі віртуального ательє. Своє натхнення майстри черпають у старовинних зразках української сорочки, автентичних візерунках, які зберегли в собі делікатність роботи та колористику властиву для певних регіонів нашої країни.

Зерно – мультибрендовий бутик одягу та аксесуарів, заснований у 2014 році в Києві, філософія якого втілена у довговічному екологічному дизайні, наповненому фольклором. Для створення колекцій одягу використовуються натуральні матеріали: бавовна, шовк, вовна, а для оздоблення використовують техніки вишивки і набивання.

Івано-франківський бренд "Чернікова" спеціалізується на пошитті одягу в еkleктичному стилі і стилі етно-модерн. Бренд

зорієнтований не тільки на традиційну вишивку, а й інші види декоративного мистецтва такі, як: плетіння, ткацтво, декоративну обробку шкіри та прядіння.

Бренд "Charodeyki" був заснований у 2008 році й являє собою дизайн-студію, що створює вбрання в українському стилі з льону, шовку та інших натуральних тканин з використанням елементів національної вишивки.

DIL – бренд, що отримав назву завдяки імені дизайнера Ірини Діль, яка створює жіночий одяг, взуття та аксесуари класу "люкс". У пошитті використовуються ексклюзивні тканини та авторські принти, а головним акцентом бренду є застосування традиційної ручної роботи (вишивки, аплікації тощо).

Varenyky Fashion – бренд, що відрізняється неординарним підходом до дизайну. У колекціях бренду налічуються вишиті джинсові куртки і комбінезони. Вдалим експериментом виявилось поєднання вишивки та камуфляжу.

Бренд "Nenka" увиразнює повсякденний одяг саме делікатними етно-елементами. Зокрема, колоритними українськими орнаментами прикрашені ділові сукні, спортивні костюми, спідниці, шорти, сорочки, жилети. Одне з цікавих рішень – штани з екошкіри з барвистими орнаментальними вставками у дуєті з лаконічною сорочкою.

Бренд "Фолк Мода" випускає широкий спектр патріотичного одягу. На вбраннях від цього бренду "вимальовується" стилізовані український прапор, герб, віночки, патріотичні вислови, до того ж одяг часто містить етно-родзинки у вигляді вишитих орнаментів. Приклади традиційного та сучасного етно-одягу від українських брендів наведені на рисунках 1 та 2.



Рис. 1. Етно-одяг від українських брендів



Рис. 2. Етно-одяг від українських брендів

**Сергієнко О.М.**

*Старший викладач кафедри дизайну  
Національного університету кораблебудування  
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв*

**Гасанова Л.Р.**

*Студентка кафедри дизайну  
Національного університету кораблебудування  
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв*

**Артем'єва Д.О.**

*Студентка кафедри дизайну  
Національного університету кораблебудування  
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв*

## **ЕЛЕМЕНТИ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА У ПРИНТАХ СУЧАСНОГО ОДЯГУ**

Дизайн одягу набуває важливого значення у сучасному світі, як окремий вид мистецтва, який вимагає уважного підходу з боку естетичних і художніх цінностей та принципів.

Сучасна індустрія моди впроваджує в свої образи ідеї та відсилання до світових шедеврів образотворчого мистецтва, тим самим створюючи взаємну актуальність і підкреслюючи важливість і необхідність вивчати культурну спадщину людства протягом життя.

В моді люди завжди мають справу з неоднозначністю, тому що одяг може приховувати або відкривати деякі частини нашого тіла, підкреслюючи певні якості або настрої людини. Одяг виражає

особистий стиль та індивідуальність. Це потужний засіб самовираження, а також певна мова, яка допомагає нам краще розуміти один одного і себе самого. На відміну від високої культури (образотворче мистецтво або, наприклад, класична музика), сучасна мода та культура можуть здаватися тривіальними течіями.

Але з плином часу сучасні дизайнери і модельєри навчилися вправно використовувати художні прийоми в одязі, що додає в той чи інший образ сміливість рішень, та відкриває ще більше можливостей для самовираження.

Наприклад, в контексті американської модної індустрії сестри Кейт і Лора Малліві - досить нетипові дизайнери. Дівчата шиють практично кутюрні сукні, посилаючись на мистецтво. В один сезон дизайнери друкують на одязі візерунки з китайського фарфору, в іншій - використовують в якості принта один з фрагментів картини "Соняшники" художника Вінсента Ван Гога. [3] Подібні речі можуть створити дуже мрійливий або яскравий образ, а також можуть вступити у нестандартну взаємодію з повсякденними речами, надаючи їм вигідний та свіжий вигляд.

Французький дизайнер одягу Жан-Шарль Капельбажак часто запозичує чужі твори для своїх колекцій. Він друкує на одязі роботи американського художника Кіта Харінга, а також звертається до прерафаелітів: поміщає на плісировану сукню елемент найвідомішої картини англійського живописця Джона Еверетта Мілле "Офелія" за мотивами п'єси "Гамлет". [3]

Молодий французький дизайнер Гійом Анрі в одній зі своїх перших колекцій використовував фрагменти триптиха "Сад земних насолод" і картини "Сім смертних гріхів і Чотири останні речі" нідерландського художника Ієроніма Босха. При цьому зображення з'явилися на сукнях і спідницях. [3]

Модні принти з елементами відомих творів несуть у собі не тільки декоративну, естетичну але і освітню функцію: вони допомагають людям, далеким від мистецтва, відкрити для себе новий світ, познайомитися ближче зі світовими шедеврами та оцінити їх повноправну велич.

Створення вдалого образу і поєднання речей неможливо без знання базових принципів і правил дизайну, які відкривають багато цікавих можливостей і комбінацій у одязі. Неможливо заперечувати взаємозв'язок індустрії моди і образотворчого мистецтва, елементи якого застосовуються дизайнерами у виробках найвідоміших світових брендів, і стають актуальним серед людей завдяки своєму вишуканому виду і тієї історії, яку вони в собі зберігають.

## ЛІТЕРАТУРА

1. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://bukvi.ru/tehnologia/sredstva-i-priemy-kompozicii.html>
  2. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://uamodna.com/тренди/>
  3. [Електронний ресурс] Режим доступу <https://www.wonderzine.com/wonderzine/style/style/193351-art-on-clothes>
- 

**Остапенко Н.В.**

*Доктор технічних наук*

**Рубанка А.І.**

*Кандидат технічних наук*

**Шведик О.М.**

*Магістрант*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

## ІСТОРИЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ РУКАВІВ У ЖІНОЧИХ СУКНЯХ

Історія одягу людини тісно пов'язана з історією і розвитком матеріальної культури суспільства, одяг пристосовували до умов, у яких жили і працювали. Великий вплив на одяг мали суспільні відносини, сімейний та майновий стан людей. Жіноча сукня є одним з найдавніших та найпоширеніших видів одягу. Її крої постійно змінювалися, однак уже з Середніх Віків вона набула сучасних деталей крою – пілочки, спинки, рукавів, коміру. Різноманітні за формою і конструктивним рішенням моделі рукавів впливають на сприйняття силуету і його образне звучання.

Як елемент конструкції одягу, рукави з'явилися в епоху Середньовіччя – спочатку у Візантії, потім – у Європі. В епоху Відродження популярні були знімні рукави: в комплекті до однієї сукні існувало декілька варіантів рукавів, що прив'язувалися або тимчасово вшивалися у пройму, дозволяючи отримувати нові рішення суконь без значних економічних затрат. На портретах епохи Ренесанс помітні ділянки пройми з пропусками строчки або білі нитки, що було поширеним у ті часи. У ХХ ст. на фоні технічного прогресу одяг став більш простим та ергономічним. На сьогоднішній день розрізняють такі основні крої рукавів – вшивний, реглан, суцільнокрійний та комбінований (що є поєднанням перерахованих вище). Однак історично відомі крої рукавів, що складно класифікуються –

"відкидні", "крильце", "буфи", "а-ля пагода", "ліхтарики", "гиго (конусоподібні)", "баранячий окіст", та ін. Саме незвичні покрої рукавів дозволяють простій сукні вирізнитися серед інших.

За довжиною на сьогоднішній день розрізняють наступні рукави: короткий, довгий, довжиною  $3/4$ ,  $7/8$ . Однак в історії моди існували рукава довжиною до підлоги, що мали поширення в різних країнах. Такі рукави були знаком шляхетного походження людини, що не має відношення до фізичної праці. І навпаки, вкорочені рукави – ознака працюючої людини. Використовуючи подібний стереотип сприйняття, деякі політики на публічних виступах з'являються із підкоченими рукавами, щоб сподобатися електорату. У сучасному костюмі довгим вважаються рукави, що досягають кисті, іноді – прикривають її, що теж склалося історично: у середні століття жінки повинні були закривати кисті рук від сторонніх очей відповідно до моральних вимог.

На сьогоднішній день багато дизайнерів використовують історичний костюм при створенні нових колекцій. Поширеним стає використання принципів трансформації форми для урізноманітнення нових моделей одягу. Так, принципи трансформації рукавів та одягу в цьому сезоні показали такі закордонні дизайнери як Ermanno Scervino, Carolina Herrera, Jill Stuart та Christian Dior. Зазначимо, що історично рукав постійно трансформувався та видозмінювався, однак залишився незмінним елементом жіночої сукні.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Чупріна Н. В. Сучасні технології дизайн-діяльності : навч. посіб. / Н. В. Чупріна, Т. В. Струмінська. — К. : Київський національний університет технологій та дизайну, 2017. — 416 с.
2. Пашкевич К.Л. Проектування тектонічних форм одягу з урахуванням властивостей тканин: Монографія. / К.Л. Пашкевич – К.: ПП "НВЦ "Профі", 2015. – 364 с.
3. Джозеф-Армстронг Х. Энциклопедия конструирования и моделирования модной одежды. Том 1. – М.: Эдипресс-Конлига, 2014. – 402 с.

## **ХАНЬФУ: ІСНУВАННЯ В СУЧАСНІЙ ХУДОЖНІЙ КУЛЬТУРІ КИТАЮ**

В китайській мові та науковому дискурсі Китаю під загальноуживаним поняттям "одяг" розуміється (衣装 yī zhuāng), а під національним традиційним одягом — так званий (衣冠 yī guān) "ігуань" або, якщо бути точнішим — "ханський традиційний національний одяг" (汉衣冠 hàn yī guān) "хань ігуань", (汉装 hàn zhuāng) "ханьчжуан", (汉服 hàn fú) "ханьфу"). Термінологічною особливістю поняття "хань ігуань" ("ханьфу") є те, що "традиційний", "етнічний" та "офіційний" одяг тут поєднанні у єдине поняття, оскільки "ханьфу", як традиційний одяг сформувався як першоджерело ще у часи династії Чжоу та проіснував як взірць до середини XVII ст. (кінець династії Мін - початок династії Цін). В той же час цей одяг увібрав у себе етнічні ознаки основних народностей Китаю періоду династії Хань. Одночасно, саме під час правління цієї династії "ханьфу" став невід'ємною частиною державного етикету, а відтак – взірцем офіційного одягу. Пізніше, під впливом імператорської політики, на основі "ханьфу" виникли певні модифікації так званого "офіційного", "державницького" і, навіть, імператорського костюму. В поняття "ханьфу" входили також поняття "цзінсю чжунхуа" (традиційна китайська вишивка по шовку) та "сери" (грецький варіант назви китайської народності Хань).

В той же час, історичний костюмний комплекс "ханьфу" складався із чоловічого та жіночого варіантів і з часом (насамперед під час правління династії Мін) модифікувався.

Традиційний чоловічий костюм складався з штанів (褲 kù) "ку" та сорочки вільного крою. Окрім основних штанів, пошитих з легкої бавовняної тканини, чоловіки носили так званий (套褲 tào kù) "таоку" ("чохол на штани"), який кріпився на поясі. Святковий варіант чоловічого костюму доповнювався яскравою сорочкою оригінального покрою. Однобортна та коротка сорочка носилась навипуск.

Жіночий костюм мав назву (襦裙 rú qún) "жуцзюнь" і складався з комплекту (спідниці та кофти), який ззовні нагадував сарафан. До складу жіночого одягу входили й плаття. Один із видів - (长衫 cháng



shān)"ченсам", доволі широке за формою плаття, яке повністю приховувало жіноче тіло.

Безумовно, під поняттям "костюм" ми маємо на увазі те тільки власне одяг як такий. Фактично "ханьфу" є "історичним костюмним комплексом" (С.Рибалко), оскільки включає в себе взуття, головні убори, аксесуари, тощо.

На сьогодні, ханьфу є "стрижнем" формально-конструктивної, функціональної та художньо-естетичної системи одягу в Китаї, як в контексті культури повсякденності, так і в контексті художньої культури.

В першому випадку, саме на формальній та конструктивній основі ханьфу сучасні дизайнери одягу в Китаї формують свої новітні колекції, використовуючи, перш за все, стратегію "посилання" або "репліки": беручи основну конструкцію ханьфу, сучасні дизайнери модифікують деталі цього костюмного комплексу. Функціонально такі повсякденні модифікації використовуються, перш за все, не для соціальної ідентифікації, як це було у давні часи, а для практичності, зручності.

В другому випадку, існування ханьфу в контексті художньої культури Китаю може розглядатися як вплив на театральний костюм та костюм для кінематографа.

На противагу традиційному костюму ханьфу, який використовувався у повсякденній культурі китайців і мав на меті, перш за все, утилітарне та ідентифікаційне призначення, сценічний костюм був орієнтований на творчі завдання, які мав виконати театральний актор та його театральне амплуа. Виникнення того чи іншого варіанту сценічного костюму відбувалось, як правило, двома шляхами: через модифікацію традиційного китайського костюму та формуванням оригінальних костюмних конструкцій під впливом суто театральних завдань для актора.

При цьому основні конструктивні елементи сценічного костюму пекінської опери є вдалим поєднанням костюмних елементів ханьфу, модифікацій доби династії Мін, маньчжурского одягу доби династії Цін та одягу північних монгольських народностей. Типологізація сценічних костюмів за театральним амплуа відбувається за кількома основними параметрами: формою, статусом та рангом театального персонажа. Основні типи сценічного костюму для акторів пекінської опери наступні: (蟒 mǎng) "ман" — халат або кафтан для носіння у залі суду, найстатусніший одяг; (蟒 rèi) "пі" або "пей" — формальний одяг наступного соціального статусного рангу, який носили поза судом і який мав вигляд плаща; (靠 kào) "као" — різновид військового одягу (броня), який носили генерали на полі бою або у суді; 褶 zhě) — неофіційне плаття; (大袖 dà xiù). "сюе цзи" — неофіційний халат, який

можуть носити актори інших амплуа та (衣 уї) "і" — увесь інший одяг, який потрібен актору за сюжетом пекінської опери.

В кінематографі сучасні дизайнери одягу для ігрових фільмів використовують ханьфу у трьох основних жанрах: історичної драми, фантазі та фільмах про бойові мистецтва.

Отже, ханьфу досі залишається не тільки історичним костюмним комплексом, але і своєрідним художньо-культурним "містком" між традиційною культурою одягу Китаю та сучасною дизайнерським мистецтвом.

---

**Краснюк Л.В.**

*К.т.н., доцент кафедри технології та  
конструювання швейних виробів*

**Троян О.М.**

*К.т.н., доцент доцент кафедри технології та  
конструювання швейних виробів  
Хмельницького національного університету*

## **ВИКОРИСТАННЯ СТИЛЮ БОХО ПРИ СТВОРЕННІ АВТОРСЬКОЇ КОЛЕКЦІЇ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ**

При величезному багатстві сучасних стилів одягу стиль бохо стоїть одноосібно. Бохо, або як його ще називають, богемний стиль – це стиль, в якому поєднуються не поєднувані, на перший погляд, речі. Це дивовижна та ефектна суміш фольклорного стилю, хіпі, мілітарі та етніки.

Стиль бохо – це свобода від штампів та стереотипів. Він не має нічого спільного зі строгими класичними пропорціями і лініями, він суперечить усіляким дрес-кодам. Це жіночний стиль внутрішньо вільної і творчої людини, яка не залежить від моди та гламуру, але при цьому одягається дуже модно і красиво. Це любов до всього живого, натурального, це пошук і прийняття себе та своєї індивідуальності. Бохо – це стиль, притаманний людям, які цінують власну індивідуальність, самовираження, свободу, живуть в гармонії зі світом і чітко усвідомлюють своє місце в ньому.

Філософія стилю бохо – це прагнення до свободи і унікальності. Любителі цього стилю відмовляються наслідувати однотипних моделей і зірок кіно і вирішують проявити свою індивідуальність навіть в повсякденному одязі.

Стиль бохо можна розділити на кілька підкатегорій. До них відносяться бохо-гламур, бохо-шик, історичне бохо, еко-бохо, етно-

бохо. У кожного є свої особливості, які роблять ці відгалуження бохо несхожими один на одного.

Найпопулярнішим вважається стиль бохо-гламур. Такі образи виглядають підкреслено жіночно. Сукні переважно прилеглого силуету, а спідниці обов'язково багат шарові доповнені великою кількістю рюш, воланів і драпірувань.

Бохо шик – це стиль повсякденного одягу, що виготовлений переважно з трикотажу, але використовується також хутро, шкіра, вовна і оксамит. Для більш легких нарядів використовують льон і бавовну. Часто зустрічається мереживо. Аксесуари, в основному, великі, але їх не багато.

Також ефектно виглядають жіночі образи в стилі історичне бохо. Вони своїм зовнішнім виглядом нагадують реальні костюми з минулих епох.

Дещо відрізняється своїм зовнішнім виглядом стиль еко-бохо. Його головна відмінність – принципове використання натуральних тканин і відмова від шкіри і хутра тварин. Речі в цьому стилі відрізняються неяскравим забарвленням і декоруванням рослинними принтами.

Яскраві орнаменти прикрашають вбрання в стилі етно-бохо. Тут основний акцент робиться на те, щоб одяг відображав дух певної культури. Такі наряди прикрашають вишивкою, аплікаціями та іншими деталями, які передають стиль конкретного регіону.

Проте часто не вдається виділити точно, до якого з різновидів стилю бохо відноситься той або інший образ. Це відбувається тому, що всі вони, по суті, пов'язані загальною концепцією та особливостями. Основними ознаками, що відображають стиль бохо в дизайні сучасного одягу, є наступні.

1. Багат шаровість і фактурність, які передбачають використання декількох видів одягу, що одягаються один поверх іншого, однак образ повинен залишатись легким і невагомим. В цьому допомагають натуральні легкі тканини: льон, бавовна, шовк, які можуть бути різні за кольором і фактурою, орнаментам і візерункам. При цьому тканини повинні бути дещо м'яті, ворсисті, злегка потерті або навіть розірвані.

2. Велика кількість рюш, воланів, драпіровок і зборок та різноманітних мережив допомагають зробити образ жіночним і елегантним. Довжина суконь і спідниць – завжди максі. Багат шаровість спідниць дозволяє приховати усі недоліки фігури повних і надто худорлявих дівчат.

3. Велика кількість прикрас і аксесуарів з етно-колеритом: широкі капелюхи, циганські шалі і селянські хустки, велике намисто і широкі браслети, пов'язки і вінки на голову, сумки-торби.

Із урахуванням визначених основних ознак стилю бохо, розроблено колекцію жіночого одягу під девізом "Бо-хо-хо", дві моделі із якої представлено на рис.1. Вироби виготовлені з натуральних матеріалів, а саме з лляних. При вирішенні даних ансамблів використано природну гаму кольорів приглушених, пастельних відтінків, що дозволяє створити максимально природний образ і відповідає напрямку стилю бохо.

Рациональність форми зазначених ансамблів розкривається у вільному простому крої та прямому силуеті виробів, який не перешкоджає рухам і дозволяє відчувати себе комфортно в такому одязі.



Рис. 1. Зовнішній вигляд ансамблів жіночого одягу в стилі бохо

Однією з особливостей виробів колекції є оздоблення виробів декоративною в'язаною тасьмою, металевими блочками та бахромою. Для довершеності образів моделей використано взуття і гетри відповідного стильового напрямку, а також доповнення у вигляді пов'язок на голову. Але справжньою прикрасою ансамблів, що занурює у внутрішній світ бохо – це прикраси (сережки, браслети, кулони), виконані із дерева, бісеру та кераміки.

---

*Луцєвська О.М.  
К.т.н., доцент кафедри технології  
та конструювання швейних виробів*

*Яворська Д.В.  
Магістрант кафедри технології  
та конструювання швейних виробів  
Хмельницького національного університету*

## **РОЗРОБЛЕННЯ АВТОРСЬКОЇ КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ НА ОСНОВІ РЕТРОСПЕКТИВНОГО АНАЛІЗУ ОДЯГУ З ВІДТВОРЕННЯМ ЕФЕКТУ МЕТАЛУ**

Сучасний дизайн одягу характеризується різноманітністю форм і силуетів, серед яких кожний споживач віднайде свій ідеальний стиль. За новими ідеями дизайнер звертається до історичного костюму збагачуючи його сучасним баченням моди. Аналіз історичного костюму початку ХХ століття дозволив виявити, що починаючи із 1930-х років з'являється мода на одяг, який блищить. Це в першу чергу пов'язано із появою нових тканин, таких як віскоза і штучний шовк кольору "хромований металік". Костюми того часу вирізнялися елегантними, жіночними і плавними лініями у сріблястих та золотих переливах. Підсилювали цей ефект світлими гудзиками, блискітками і скляною біжутерією.

Наступним сплеском металевого блиску у одязі стали 60-ті. Це пов'язано із активним освоєнням космосу та його впливом на модну індустрію. Зокрема Пако Рабанн, який був закоханий у космос, створював скульптурні сукні та костюми з металевих елементів доповнюючи їх сережками-сферами, лакованими босоніжками та металевими головними уборами у вигляді шолома. Модними у той час були справжній метал, паєтки, пластик, вініл, лакована шкіра та синтетичні шкірозамінники.

У середині 80-х років прийшов такий відомий стиль в одязі як "диско", що характеризувався відтворенням ефекту металу та блиску. Ефект металу був присутній у одязі як молодих дівчат, так і в одязі артистів, в матеріалах, в аксесуарах та сумках, металевих браслетах. Саме тому для виготовлення одягу широко використовувались атлас, шовк, синтетичні матеріали з покриттям, тонка штучна шкіра.

Аналіз модних костюмів періоду з 2005 р. по 2010 рр. підтверджує, що зрідка можна зустріти в одязі блиск срібла, золота та бронзи. Ефект металу присутній у колекціях у незначній кількості, здебільшого проявляється в аксесуарах та дрібних деталях, або "total look" у вигляді 1-2 моделей з ряду.

Більш детальне дослідження використання ефекту металу у колекціях різних Будинків моди проведено за період з 2012 року до 2018. Для дослідження було обрано 5 модних Будинків, а саме: Александр Макквін, Шанель, Живанши, Гучі, Пако Рабанн. Встановлено, що основними способами відтворення ефекту металу у моделях є використання тканин з напilenням, принтів, атласу і штучної шкіри. Оздоблення із ефектом металу присутне у одязі, взутті, аксесуарах (сумки, пояси, браслети, головні убори). Слід зауважити, що срібні мотиви переважають над золотими.

При дослідженні частоти зустрічності моделей одягу із ефектом металу за 2012-2019 рр. окремо розглядалися такі критерії як: відтворення ефекту металу в оздоблені (озд.) та відтворення ефекту металу у всьому виробі (мат., табл. 1). Результати відображають відсоткову кількість моделей із ефектом металу у колекціях п'яти модних Будинків на протязі представлених років.

Таблиця 1

Результати дослідження частоти зустрічності моделей одягу із ефектом металу за 2012-2019 рр.

Будинки моди	Досліджені роки																	
	2012		2013		2014		2015		2016		2017		2017/ 2018		2018		2018/ 2019	
	озд. %	мат. %	озд. %	мат. %	озд. %	мат. %	озд. %	мат. %	озд. %	мат. %	озд. %	мат. %	озд. %	мат. %	озд. %	мат. %	озд. %	мат. %
Александр Макквін	14,3	11,4	39,3	50,0	100,0	0,0	50,0	26,7	9,8	4,9	11,8	11,8	2,5	5,0	15,2	4,3	23,7	10,5
Шанель	10,8	6,8	35,2	5,6	11,1	0,0	17,9	6,0	8,0	8,0	80,3	10,6	4,7	6,3	5,8	7,2	40,7	18,5
Живанши	12,1	0,0	12,8	0,0	9,8	17,6	0,0	0,0	45,3	5,8	13,8	7,7	7,4	3,7	27,5	15,0	4,8	9,7
Гучі	30,2	32,6	7,0	0,0	42,2	15,6	48,4	0,0	16,9	6,2	14,5	14,5	6,7	5,9	16,7	13,9	7,8	13,3
Пако Рабанн	7,5	87,5	18,4	52,6	13,3	36,7	26,1	17,4	18,8	21,9	9,1	12,1	17,1	131,7	5,3	44,7	31,6	52,6
Середнє значення	15,0	27,6	22,5	21,7	35,3	14,0	28,5	10,0	19,8	9,3	25,9	11,3	7,7	10,5	14,1	17,0	21,7	20,9

Як показали результати проведеного дослідження (табл. 1), що костюм в якому використовується ефект металу набирає популярності на даний час і має тенденцію до її зростання. Тому актуальним є створення авторських колекцій одягу з цим ефектом. Надихнувшись творчістю модного будинку Пако Рабанн розроблено авторську колекцію під девізом "Подих металу". Пропонується використовувати такі матеріали як атлас сірих відтінків, трикотажне полотно з глянцевим напленням та трикотажну сітку, яка імітує металеву кольчугу. Ретро-мода, метал та вежі "Абсолют" у Торонто стали мотивом для створення об'ємних каркасних аксесуарів, натільних прикрас та рукавів у вигляді кольчуги із матеріалів з металізованим напленням та оздоблення виробів металевими ланцюжками (рис. 1).



Рис. 1. Ескізи моделей авторської колекції "Подих металу"

Таким чином на основі результатів проведеного дослідження, розроблено та виготовлено авторську колекцію під девізом "Подих металу". Концепцією колекції є гра на контрасті між легкістю та важкою об'ємністю, ніжністю та брутальністю, жіночністю та мужністю. Колекція є лауреатом Всеукраїнського фестивалю молодих дизайнерів "Барви поділля-2018".

---

*Якимчук Олена Володимирівна*  
*Кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*  
*Родз'юк Ольга Юрївна*  
*Магістрант кафедри дизайну*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **ОРНАМЕНТИКА АВАНГАРДНОГО КОСТЮМА ЮНДІ УАМАМОТО ЯК ІНСПІРАЦІЙНО-ПРОЕКТНИЙ ФЕНОМЕН В ДИЗАЙНІ КОСТЮМА**

Орієнталізм в історії моди тримає активні позиції із часів проникнення до Європи "східного духу". Сьогодні ми спостерігаємо відхід від прямої репліки до східного костюму. Звернення до східних традицій виражене переважно зміщенням центру уваги на сучасних представників фешн-індустрії. В даному аспекті японська мода є актуальною і сьогодні. Дизайнери керуються принципом поєднання, вони не витісняють культуру своєї нації, замінюючи її на щось інше, а навпаки активно транслюють її в поєднанні з сучасними тенденціями. Японські дизайнери одягу підкорили подіуми всіх модних столиць світу та продовжують підтверджувати звання великих митців і надалі. Їх вміння працювати зі скульптурною формою костюма справляє велике враження як на споживачів так і на іноземних колег. Однак малодослідженим при цьому залишається заповнення форми костюма орнаментом. Серед відомих представників японського дизайну своєю оригінальністю вирізняється Юдзі Ямамото.

Для дослідження основних принципів заповнення форми костюмів орнаментом було проаналізовано десять колекцій Юдзі Ямамото з 2014 р. по 2019 р. В результаті біло визначено наступне:

- Юдзі Ямамото переважно використовує образотворчі, рідше - необразотворчі орнаменти в своїх костюмах. Необразотворчі орнаменти представлені в якості широких приривчатих або тонких ламаних мазків пензлем. В образотворчих орнаментах Юдзі Ямамото використовує антропоморфні мотиви (фотографії, колажі або власні ескізи портрети людей). В костюмах також зустрічаються каліграфічні мотиви - японські ієрогліфи як репліка до національних традицій та прості геометричні мотиви.

- Дизайнер переважно організовує свої орнаменти за принципом композиційно замкнутих а для простих геометричних мотивів використовує лінійну організацію елементів.



- Лінійні орнаменти переважно мають ритмічну організацію і рідше метричну або двозначних рядів. Композиційно замкнуті орнаменти виступають локальними акцентними плямами або точками без ритмічної організації.

- Пластика в орнаментиці костюмів Yohji Yamamoto в переважній більшості криволінійна, що підкреслює скульптурні силуетні лінії форми.

- Дизайнер в орнаментальних структурах костюма використовує переважно стриману кольорову палітру. В орнаменті завжди присутній білий, чорний, відтінки сірого, червоний і рідше ультрамарин та відтінки бірюзового.

- Орнаменти як правило не фактурні, або ж мають рельєфну фактуру у якості грубої в'язки на светрах і сукнях.

- За масою орнаменти Yohji Yamamoto переважно легкі та не перевантажують костюм, але іноді дизайнер вдається до фронтального заповнення площини костюму орнаментом, таким чином збільшуючи його масу.

В результаті можна зазначити, що Yohji Yamamoto протягом останніх п'яти років своєї діяльності створює костюми з не фактурним орнаменти антропоморфних, каліграфічних та геометричних мотивів, які мають криволінійну пластику, композиційно замкнену або лінійну композиційну структуру та ритмічну організацію елементів, переважно використовуючи стриману кольорову гаму.

*Литовченко В.В.*

*Викладач кафедри дизайну*

*Швець С.В.*

*Студентка магістратури*

*Черкаського державного технологічного університету*

## **ПРИРОДНІ ФОРМИ, ЖИВІ ОРГАНІЗМИ І СТРУКТУРИ ЯК ОБ'ЄКТ ПІЗНАННЯ І ДОСЛІДЖЕННЯ В БІОМІМІКРІЇ**

Біомімікрія (від грец. *bios* – життя і *mimēsis* – наслідування) – це прикладна наука, що досліджує принципи життя природи і переймає у неї найбільш цікаві творчі рішення для застосування в самих різних сферах науки і техніки. Використовує природні механізми як зразок для створення інноваційних рішень.

У природі чинники середовища і конструктивні форми живих організмів гранично узгоджені. Конструктор, особливо в останній час, виконує ті самі завдання, що і природа, а саме намагається отримати максимальну несучу спроможність за мінімальної власної маси конструкції і знайти таку форму, яка б сприяла збільшенню її міцності та надійності. Обидва ці завдання успішно можна виконати у природних конструкціях. Природа не визнає двовимірності. Усі біологічні конструкції працюють у трьох вимірах, просторово, наприклад, мушля молоска, сітка павутини або скелет людини. Серед природних конструкцій неможливо знайти стійково-балкову систему, яка найчастіше використовується людиною. У природі рідко зустрічаються елементи, які працюють на згин. Переважно біологічні конструкції працюють на тиск і розтяг. Використовуючи ці раціональні принципи, природа створює безпомилкові, практичні, економічні форми [3]. Крім того, форма біологічного об'єкта (наприклад, дорослого дерева) переважно створюється у результаті тривалого адаптивного процесу з урахуванням багаторічного впливу багатьох чинників. Процеси росту і розвитку містять інтерактивне регулювання на клітинному рівні. Усе це в сукупності забезпечує неймовірну міцність предмета протягом усього життєвого циклу. Така адаптивність у процесі формоутворення приводить до створення унікальної адаптивної структури, яка в біодизайні називається інтелектуальною системою. Водночас нашій промисловості ще недоступні технології створення інтелектуальних систем, які взаємодіють з навколишнім середовищем і можуть пристосовуватися, змінюючи свої властивості [2].

У наш час учені намагаються конструювати системи хоча б з мінімальною пристосованістю до навколишнього середовища. Наприклад, сучасні автомобілі обладнані численними сенсорами, які вимірюють навантаження на окремі вузли і можуть, наприклад, автоматично змінити тиск у шинах. Однак розробники і наука знаходяться тільки на початку цього довгого шляху. Перспективи інтелектуальних систем зачаровують. Ідеальна інтелектуальна система зможе самостійно вдосконалювати власний дизайн і змінювати свою форму найрізноманітнішими способами [4].

Незважаючи на старанне вивчення природних конструкцій і відтворення принципів їх роботи за допомогою найновіших досягнень науки і техніки, між біологічними об'єктами і виробами, створеними людиною все ж існує велика відмінність. Причина цього полягає, по-перше, у різноманітних фізичних і хімічних якостях конструктивного матеріалу. По-друге, у великій різниці розмірів конструкції. Проте найголовніше полягає у тому, що технічні конструкції залишаються для людини тільки допоміжним засобом організації конкретного простору, тоді як у біології організм ототожнюється з конструкцією, яка становить його невід'ємну частину. Можна говорити скоріше про зовнішню подібність творіння рук людини з творінням живої природи, викликаної тим, що штучні конструкції слугують людині для тих самих цілей, що й біологічні конструкції їх господарям-організмам. Тому переносити природну форму "один" до "одного", без змін, не можна, адже вироби повинні передусім відповідати цільовому призначенню і процесу експлуатації. У кожному конкретному випадку дизайнер зобов'язаний творчо підійти до використання природної форми. Тобто, застосовуючи ті самі принципи формоутворення, запропонувати свою нову форму, яка відповідала б функціональним та експлуатаційним вимогам [1].

Добираючи аналоги серед біологічних об'єктів, потрібно приділяти увагу переважно тим з них, які хоча б побічно виконують функцію (таку саму чи подібну), яка потрібна у проектуванні конструкцій. Обравши відповідний природний аналог, визначають те істотне у його формі і конструкції, що забезпечує виконання поставлених перед дизайнером завдань. Пізнання природних форм, будови, розвитку і функціонування живих організмів біологічних структур і систем та процесів, їх використання в архітектурно-дизайнерській діяльності сприяє урізноманітненню форм предметів, матеріальної культури, вводити нові конструктивні рішення, підвищувати їх раціональність і економічність. Симбіоз біології і дизайну, біології і архітектури, біології і техніки сприяє виникненню нових форм і структур, нових напрямків у біодизайні середовища.

На сучасному етапі дослідження біомімікрії відбувається у широкому соціокультурному контексті. Сфера дослідження об'єктів біомімікрії включає широкий спектр напрямків: біоморфологія, біотектоніка, біомеханіка, функційні системи, мультисенсорний дизайн, біонічна цитологія, біоархітектура, біонічна урбаністика, ландшафтний дизайн, середовищний і графічний біодизайн, екобіоніка, нейробіоніка, нано-біодизайн, біотрансплантизм, біокібернетика [5].

Отже, ми отримуємо широкий діапазон основних напрямків і дизайнерських засобів з використання природних принципів і структурних закономірностей формотворення живих систем у формуванні збалансованого середовища життєдіяльності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Мигаль С.П., Дида І.А., Казанцева Т.Є. Біоніка в дизайні просторово-предметного середовища//Навчальне видання. Видавництво Львівської політехніки, Львів 2014. – С. 16-17.
2. Мигаль С.П. Теоретичні основи біодизайну просторово-предметного середовища/С.П. Мигаль, Т.Є. Казанцева // Сучасні проблеми архітектури і містобудування: науко-техн. зб. / відпр. ред. М.М. Дьомін. – К., КНУБА, 2012. – С. 143-156.
3. Митева Ц. Архитектура будущего: биоморфизм, бионика, биомимикрия // материалы сюжета "Город завтрашнего дня" [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.mn.ru/society/87033>.
4. Принципы сосуществования природы естественной и искусственной, матер.наочної студ. конф. "Актуальные проблемы архитектуры и дизайна-2008" [Електронний ресурс] / Н.М. Яландина // Архитектон, 2008, №4. Режим доступу: [http://archvuz.ru/magazine/Numbers/2008\\_2/numbers.htm](http://archvuz.ru/magazine/Numbers/2008_2/numbers.htm).
5. Benyus J. M. Biomimicry: Innovation inspired by nature – 1997.

---

*Борисова Тетяна Миколаївна*  
*Кандидат педагогічних наук*  
*Доцент кафедри основ виробництва та дизайну*  
*Полтавського національного педагогічного університету*  
*імені В.Г. Короленка*

## **НАПРЯМИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ АПСАКЛІНГУ У РІЗНИХ СФЕРАХ ДИЗАЙНУ**

Стрімкий розвиток виробничих технологій сприяє швидкому старінню винаходів. Урбанізоване суспільство все більше споживає та все більше виробляє, але поряд з цим зростає кількість старих непотрібних речей та просто сміття. Щороку людство продукує понад 2 мільярди тонн сміття. Це в середньому 200 кілограмів на людину. В країнах активного споживання ця цифра сягає 2 тонни в рік на одну людину. Тобто кожна доросла людина продукує щороку маленьку вантажівку сміття.

Сміття поглинає величезні території, гниє на сміттєзвалищах, забруднює повітря, водні ресурси та землю, руйнує екосистеми. У багатьох країнах світу давно замислилися над тим, як уникнути перетворення планети на великий смітник. Виявляється, сміття можна переробляти знову в ресурс – і робити з нього або речі, або енергію.

Переробка старих речей на різних етапах розвитку суспільства мала чільне місце в силу різних причин (війна, криза, революція, бідність тощо), але лише в кінці 20 століття і донині у світі застосовують переробку товарів як засіб боротьби зі сміттям. Переробка, вторинне використання чого-небудь або навіть "нове життя" речей асоціюється з апсаклінгом. "Upcycling" є творчим процесом, оскільки завдяки кмітливості та таланту дизайнерів виходять абсолютно нові і досить корисні в повсякденному житті вироби.

Передові розвинені країни світу вже активно впровадили систему сортування та переробки сміття. Відомий бренд H&M (Швеція) сьогодні приділяє увагу переробці поліестеру на мікрофіброві волокна, з яких виготовляється синтетична тканина для виготовлення одягу Conscious. Технології "апсайклінга" впровадила в свій виробничий цикл фірма Nike. За останні 6 років відомий виробник спортивного продукції успішно переробив понад 2000000 пляшок із пластику, з яких були створені шорти та гетри. А угорська компанія SegraSegra створила куртки і футболки з перероблених велосипедних опор. Наводити такі вдалі приклади серед відомих європейських брендів можна нескінченно.

Нажаль ситуація в Україні залишається невтішною, наразі в нашій державі поки немає жодного сміттєпереробного заводу. Тож проблемою вторинного використання або перетворення старих речей на нові займаються активісти, громадські організації та творчі креативні особистості.

Анна Тесло – столичний дизайнер одягу, що дає нове життя ношеним речам. Всі творчі задуми дизайнера втілюються у колекціях одягу під брендом REHASH, створених із використаних тканин та старих речей (рис. 1).

Павло Сусялков разом з творчою командою створює блокноти під брендом "PAPINARUBASHKA". Першим виробом, який надихнув Павла на виготовлення таких унікальних арт-буків, стала зшита ним з вінтажної тканини обкладинка для улюбленої книги (рис. 2).



Рис. 1. Куртка бренду Rehash



Рис. 2. Блокнот "Папинарубашка" в яскраву клітинку з рукавом-застібкою

Павло Зайцев – один зі співзасновників бренду Talisman Fusing Factory, що переплавляє використані скляні пляшки на нові ідеї (рис. 3).

Ігор і Олександр Соколовські виготовляють світильники SLightStone з вторинної сировини – дроту, скла, дерева, пластику (рис. 4).



Рис. 3. Бутилко-посуд від бренду Talisman Fusing Factory



Рис. 4. Настільний світильник SLightStone

Нині напрям апсаклінгу став досить популярним у окремих громадських організаціях. Так, нещодавно активно поширювалася ідея збору пластикових кришечок для переробки на протези для воїнів-інвалідів. Квітниками з автомобільних шин та тваринами з покришок на дитячих майданчиках наповнили народні умільці подвір'я житлових будинків та скверів. Меблі з використаних дерев'яних піддонів для дачного будиночка – це також оригінальне дизайнерське рішення.

Ідеї проектування виробів з старих речей та неорганічних побутових відходів потрібно активно популяризувати серед учнівської та студентської молоді творчих спеціальностей. Залучаючи їх до технології виготовлення ювелірних прикрас та інших декоративних речей з пластикових пляшок, технології печворк та кінусайга (виготовлення декоративних панно та картин з клаптиків тканин). Старі газети, журнали, просто обривки паперу, залишки шпалер, пакувальний папір, картон і картонні рулони – клондайк для польоту фантазії та творчих поробок різного призначення. Дуже цікаві вироби вийдуть з клаптиків старих джинсів. Метал з бляшаних консервних банок, алюмінієві відкривачки від газованої води або пива; старі або зіпсовані компакт-диски; трубочки для коктейлю; перегорілі лампочки; непотрібні механізми та старі іграшки та речі стануть основою для майбутніх дизайнерських винаходів.

Отже, варто поглянути під іншим, креативним кутом на ті речі, що нам заважають або вже непотрібні й вони можуть отримати нове життя у нестандартному дизайнерському рішенні одягу, взуття, аксесуарів та прикрас, інтер'єру чи екстер'єру, ландшафту тощо. Застосовуючи технології апсайклінгу творчі особистості не лише реалізують свій потенціал, а й роблять такий важливий крок до збереження природного сировинного ресурсу нашої планети.

---

*Kakuko Ishii*  
*Artist, Japan*

## **PAPER IN ART TEXTILE**

Textile design today includes a very wide range of works. Artists have used new technologies and materials. The author of this article started with using raw wool, then moved to ramie, sisal hemp, shredded paper, Japanese, Korean, Taiwanese paper, cheese cloth, bamboo stick and so on.

Basic attitude with regard to producing a piece of work is to preserve the material as much as possible and to emphasize the quality of the material and its visual nuance.

Author fascinated by the delicate texture and transience of the fibers themselves (not when those are) not processed yet.

Textile have ability to reveal off expression through their reconstruction. Stance of work is actualizing the unique qualities and the essence of the materials and aim is to suggest their natural state with respect to the shape, texture and coloration of the elements.

It is important for trying to save the subtle nuances of tones and color shades, which would be revealed after processing.

Author uses paper strip plastic to show nature and delicate nuance form the structure to appear without adding operation artificial as possible to material itself as a basic attitude on producing it. The material called Japanese strings (Mizuhiki) includes traditional implication of Japan to be used in ceremonial occasion, but use as material and show the aspect that is new by constituting a work by repetition of simple work to bind it together and expose the essence of the thing.

Besides knotted paper strings author use Taiwanese handmade paper and bamboo sticks. To convey the artistic intent, the author uses natural colors: white, black and shades of brown in the main.

Creating a piece of work entails both destruction and resurrection in some sense. Producing art is a work of creation, which sublimates two opposite acts – destruction and rebirth.

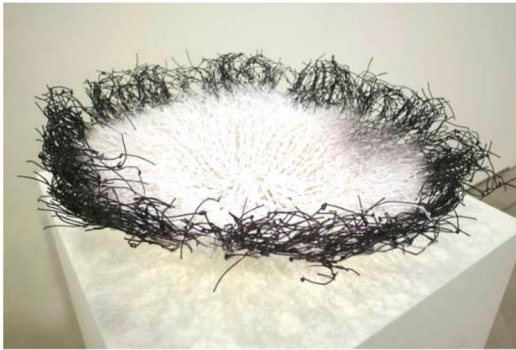


Fig. 1. Japanese strings (Mizuhiki) art works, Kakuko Ishii



---

*Saumya Sinha, Tanisha Choudhury*  
*Journalist, Verve*  
*Chamanlal Siju*  
*Artist, Dora N Maani, Kutch, India*

## **TRADITIONS AND INNOVATIONS IN INDIA WEAVING**

India has very strong traditions. In the Kutch region of Gujarat works vankars or weavers of Bhujodi. One amongst those is Chamanlal Siju, an eleventh-generation artisan and the recipient of the National Award. For Siju and his family it has been their livelihood for as long as they can remember.

Primordially weavers made hand-spun blankets for the herdsmen, known as rabaris (the original customers of the artisans). Now weavers expanded their skills to create one-of-a-kind pieces that not only became the identity of their community but also their primary source of income. Siju displays centuries-old fabrics and clothes in a permanent exhibit in our village and plans to build an interactive space where craftspeople and enthusiasts can experience the rich history of Bhujodi.

What sets family Chamanbhai apart and drives them to be different is their commitment to innovation and evolution of their work. Often its progression is perceived as an adulteration of authenticity. On the contrary, Siju has received global recognition by doing just that without compromising on originality.

From using sheep and goat wool for veils, shirts, shawls and blankets, to working with various types of cottons, silks, rayons and acrylic yarn, the craft has taken on a drastically new shape but the identity of the products remains unchanged with the use of classic motifs such as vakhiyo, chaumukh, satkani, hathi, dholki. The extra weft method is using.

"Earlier, it was possible to tell which community a person belonged to just from their clothes. Especially with women, one could tell if they were unmarried, married or widowed, from their outfits and the motifs that embellished them. Today, clothes are no longer a marker of our identity or that of our community."

"In order to keep their work relevant and save it from extinction, the crafts of Kutch witnessed a design intervention in the early '70s, soon after the set-up of National Institute of Design (NID) in Ahmedabad," says Radhi Parekh, founder of Artisans' in Mumbai. "There is certain openness of new techniques and thinking, particularly amidst the Kutchi Gujaratis, who have been involved in trade and entrepreneurship since the beginning."

Weavers learn to work on different rhythms and patterns on the warp. For example, asymmetry in motifs is not a part of our traditional vocabulary but omnipresent in most modern wardrobes.

Working with handlooms all along it is possible to create new textiles and motifs. But such products – that are authentic, original, international in their appeal and labour-intensive – tend to bite into the realm of luxury because of their steep prices. This makes them available only to some, hence in some way, killing the idea of sustaining the work by making it available to a larger audience. Any craft that doesn't innovate will soon evaporate; the answer may lie in creating a refreshing.



Fig. 1. Art works of Chamanlal Siju  
Photographs by Prateek Patel and Radhi Parekh

---

*Литовченко Н.М.*  
*Старший викладач кафедри дизайну*  
*Тертишник М.В.*  
*Студентка 4 курсу кафедри дизайну*  
*Черкаського державного технологічного університету*

## **СЕНСОРНЕ ОБЛАДНАННЯ ЯК РОЗВИВАЮЧА ДИЗАЙН-ФОРМА**

Завдання виховання – цілеспрямовано і продумано, з урахуванням дитячої психології, формувати в свідомості дитини ціннісний світ культурної форми, пов'язаний з тим або іншим конкретним предметом навчання. При цьому особливо підкреслюється, що проектний метод і спосіб навчання не менш важливий, ніж сам предмет навчання. Цьому критерію "проектності" повинні відповідати всі процеси, включені в систему виховання і освіти підростаючого покоління. Ці концептуальні та методологічні положення були реалізовані в комплексній дизайн-програмі ВНДІТЕ "Розвиваюче предметно-просторове середовище для дітей". Комплекс науково-дослідних, методичних рекомендацій, проектно-конструкторських, ергономічних робіт по формуванню предметно-просторового середовища для дітей був створений під керівництвом В. Ф. Сидоренко, О. О. Грашина і Л. Д. Чайнової [2].

Особливим аспектом проектування дизайн-форми будь-якого предмета, з яким вступає в контакт людина, є врахування ергономічних показників [4].

Так, принципи формоутворення розвиваючих об'єктів предметно-ігрового середовища, розроблені М. Монтесорі, С. Новоселовою та ін., є реальним повноцінним ергодизайном системи розвиваючих іграшок та дидактичних посібників для дітей. Це наочна практична методологія формоутворення, яка інтегрує дизайн, психологію, ергономіку, педагогіку, пропедевтику, соціалізацію дітей, а також сучасні промислові технології, що забезпечують практичну реалізацію даної методології в масштабі цілого соціуму і кожної конкретної особистості. Вони вважали, що необхідно створити таке просторове оточення, в якому дитина могла б відчувати себе комфортно і розвиватися в різних видах діяльності.

Наявність різноманітного ігрового і дидактичного обладнання, його доступність сприяє самореалізації дитини в різних видах діяльності: ігрової, пізнавально-дослідницької, продуктивної, рухової,

інтелектуально-творчої. При організації враховуються три компоненти діяльності: навчальна, спільна діяльність дорослого і дитини, і власна самостійна діяльність.

Прогрес не стоїть на місці і враховує розвиток сучасного покоління з використанням нових технологій. Малюки вже не можуть обходитися без пультів управління, планшетів, комп'ютерів та інших гаджетів. Це наштовхнуло вчених на розробку інновацій у сфері інтерактивного навчання дітям – сенсорне обладнання.

У дитячих садках пропозиція давно знайшла місце для розвитку і пізнання світу шляхом використання інтерактивних комплексів. Сертифіковане обладнання для сенсорної кімнати націлене поліпшити сприйняття нового покоління технологічного світу. Укомплектування дитячих установ електронними гаджетами має місце бути. Група дворічних малят вже активно бере участь у навчальних іграх.

Ігри, в яких використовуються дії з предметами, розвивають не тільки рух, а й сприйняття, увагу, пам'ять, мислення і мову дитини [1].

Зупинимося детальніше на обладнанні для сенсорної кімнати. Дитячою сенсорною кімнатою називається релаксаційне приміщення, обладнане різними стимуляторами, що впливають на слух, зір і вестибулярний апарат дітей.

Психологи стверджують, що успішність емоційного, фізичного і розумового розвитку дітей багато в чому залежить від рівня їх сенсорного розвитку, тобто того, наскільки добре дитина чує, бачить і відчуває. Саме з цієї причини більшість реабілітаційних центрів та дитячих садків мають у своєму арсеналі сучасні пристрої, що сприяють емоційному та психологічному розвантаженню дітей та їх батьків.

Обладнання для сенсорних кімнат характеризується численними видами впливів, які сприяють:

- швидкому відновленню емоційних і фізичних сил;
- підвищенню настрою і самопочуття;
- збільшенню стійкості до стресів;
- зняттю хронічної втоми;
- загальному поліпшенню здоров'я;
- активації роботи мозку і нервової системи;
- нормалізації і поліпшенню якості сну.

Комплекс може бути оснащений як для активації органів почуттів і фізичних процесів, так і для розслаблення і заспокоєння — але в обох випадках він створює позитивний і радісний настрій [3].

Підсумувавши вищесказане, можна зробити висновок, що в дошкільний період сенсорні процеси є провідними в ході знайомства дитини зі світом. Тому в період раннього розвитку дитини необхідно приділяти увагу розвитку всіх видів сприйняття, оскільки відставання

в сенсорному розвитку затримує інтелектуальний розвиток дитини, може стати причиною психічної недостатності, затримки мови, а, отже, викликати асоціальність дитини, що може виявитися непоправимим на більш пізніх етапах психічного розвитку і навіть призвести до інвалідності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Венгер Л.А. Воспитание сенсорной культуры ребёнка от рождения до 6 лет: Кн. для воспитателя дет. сада / Л.А. Венгер, Э.Г. Пилюгина, Н. Б. Венгер. Под ред. Л.А. Венгера. – М.: Просвещение, 1995. – 144 с.
2. Дизайн в общеобразовательной системе / Библиотека дизайнера. Серия дизайнерское образование. - М., ВНИИТЭ, 1994.
3. Ігрове та розвиваюче дитяче обладнання. URL: <http://www.alma-ukraine.com/igrove-ta-rozvivayuche-dityache-obladnannya/RU/>
4. Эргодизайн промышленных изделий и предметно-пространственной среды: учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по спец. "Дизайн", "Эргономика" / Под. ред. В.И. Кулзійкина, Л.Д. Чайновой. - М.: Гуманитар, изд. центр ВЛАДОС, 2009. - 311 с. ил., цв. ил. 8.

---

**Малик Т.В.**  
*Старший преподаватель кафедры ДТО*  
**Будник Светлана Алексеевна**  
*студентка II курса магистратуры*  
*Харьковской государственной академии дизайна и искусств*

#### **ОСОБЕННОСТИ УКРАИНСКОГО ДЕКОРАТИВНОГО ИСКУССТВА КОНЦА XX ВЕКА**

Период 90-х годов XX столетия в украинском искусстве, как указывает Т. Кара-Васильева, был очень сложным, как с исторического, так и искусствоведческого взгляда. Эти годы были определены принятием Украиной государственной независимости, которая привела к постепенной интеграции в мировое пространство культуры и искусства. Это привело к обращению к прошлому страны и ее традициям, к осмыслению процессов развития мирового искусства и поиску места национального творческого наследия в нем. Произошла переориентация художников и дизайнеров, переоценка ими предыдущего опыта и эстетических идеалов. Результатом этого

была смена художественной модели творчества, изменение эстетических ориентиров. Получив свободу творчества, художники оказались в кругу разнообразных творческих направлений и концепций. Новаторское формообразование, взаимодействие с пространством, обращение к современным технологиям, усиление личностного начала в творчестве - это характерные тенденции, которые наблюдаются в искусстве этого периода.

В течение всего XX ст. декоративное искусство Украины хранило связь с историческими традициями и народным художественным творчеством, благодаря чему сохранило свою самобытность и успешно выступало на международной арене.

Основной механизм действия народного искусства состоит в его традиционности, в отличие от искусства профессионального, в котором большую роль играет, прежде всего, креативность поисков, новаторство. В народном искусстве, наоборот, главным и определяющим есть наследование канонов, произведенных мастерами на протяжении многих веков.

Если народный мастер не должен выходить за пределы традиционной системы видения (они должны опираться на опыт и художественный уровень мастеров, которые работают рядом), то для дизайнера это невозможно: повтор или копирования приводят к эпигонству, лишают его возможности сказать свое новое слово, откликнуться на нужды времени.

В конце 80-х – начале 90-х лет украинские художники радикально изменяют восприятие декоративных материалов, которые раньше использовались для создания лишь утилитарных предметов и сувенирной продукции.

В 90-те годы основными стали постмодернистское и неоавангардистское направления, произошла переоценка предыдущего опыта и эстетических идеалов. Все это привело к поискам нетрадиционных материалов, открытию их скрытых художественных и функциональных возможностей.

Особенностью 90-х лет было сосуществование разнонаправленных стилевых тенденций. Старое и новое, функциональное и не функциональное, разные творческие направления, формируя элементы сложной целостности, в одинаковой мере находили место в общем спектре художественной культуры и крепко утвердились в сфере пластических искусств.

Прослеживается усиление тенденции к самовыражению, созданию эксклюзивных, изысканных вещей. Этот период ознаменовался разнообразными находками в создании уникальных станково-декоративных вещей.

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ**

Сьогодні провідні фахівці все частіше проявляють інтерес до сучасних інноваційних видів технології. Найсміливіші ідеї дизайнерів можна втілити в життя завдяки використанню інноваційних технологій, які формують нові можливості в дизайні одягу. Серед них: лазерна перфорація, 3D-друк моделей одягу та аксесуарів, цифровий друк, одяг-спрей (безшовна технологія створення текстилю), поява LED технологій тощо.

Завдяки використанню лазерної перфорації на виробках із шкіри можна мінімізувати затрати на виготовлення складних мережив з високою точністю рисунка. Новим відкриттям у світі моди стало використання друку на 3D-принтері. Так, наприклад: нідерландський дизайнер Іріс ван Херпен часто використовує дану технологію при розробленні своїх колекцій; Майкл Шмідт та Френсіс Бітонті створили сукню, яка складалася з 17-ти деталей, які були надруковані на 3D-принтері.

Бренди зі світовим іменем часто використовують цифровий друк на матеріалах для відтворення конкретних рисунків, орнаментів тощо.

Оригінальним розробленням від модельєра Мануеля Торреса є спрей, який розпилюється на тіло людини і може замінювати певні види одягу (білизну). Наприклад, футболка створюється за кілька хвилин та за своїми якостями не відрізняється від речей, які виготовлені з тканини. Японські вчені розробили тканні сонячні панелі, з'єднавши дрібні фотогальванічні елементи та ткане полотно. Ці сонячні панелі збирають сонячну енергію протягом усього дня за рахунок дрібних сонячних фотоелементів, які вплетені і нитки.

Останнім часом впровадження інноваційних технологій призводить до появи високо функціонального одягу: білизна, яка контролює, покращує фізичний стан та самопочуття людини (компанія ETH Zurich); жилет, який наповнений гелем для комфортного охолодження тіла в спекотну погоду (компанія Arctic Hit); куртки із вмонтованим Bluetooth тощо.

Постійний розвиток інноваційних технологій дає дизайнерам можливість створювати нові форми одягу, застосовувати нові методи для його проектування.

---

*Яковець І.О.  
Кандидат мистецтвознавства, доцент  
Професор кафедри дизайну  
Резанка А.Р.  
Магістрант*

*Черкаського державного технологічного університету*

## **ІННОВАЦІЇ В ДИЗАЙНІ ПРИ РОЗРОБЦІ ІНВАЛІДНИХ ВІЗКІВ**

Кінець ХХ – початок ХХІ ст. в усьому світі характеризується бурхливим розвитком технологій у всіх сферах виробництва споживчих товарів. З одного боку, цей феномен пояснюється особливостями розвитку науково-технічного прогресу, з другого — прагненням до дбайливого використання природних ресурсів. І, по-третє, — підвищення якості життя людей і впровадження нових технологій часом випереджає зміну креативних напрямків і динаміку естетичних уподобань [1].

Pascal Mourgue — відомий французький дизайнер сучасності — зауважив: "Все, що ми робимо — це робота над стилем життя, над "буттям". Об'єкт як сам по собі не дуже цікавий". Дана думка як не можна більш точно характеризує стан сучасного промислового дизайну. Змінюючись під впливом часу, культурних орієнтирів і потреб людей, використовуючи останні досягнення технологій і матеріалів, промисловий дизайн став засобом "надавання багатогранної високої якості об'єктам, процесам, послугам, системам протягом усіх їх життєвих циклів" [2]. Основною тенденцією індустрії сучасного промислового дизайну є об'єднання на базі одного підприємства всіх етапів з розробки та впровадження на ринок інноваційного продукту.

Одним із пріоритетів і соціально значущих орієнтирів для роботи промислового дизайнера є проектування різноманітних предметів для людей з обмеженими можливостями здоров'я, що полегшують їх адаптацію до повноцінного життя. Ці об'єкти найбільш затребувані людьми з обмеженими можливостями, які втратили здатність до самостійного пересування. Люди з порушеннями опорно-рухового апарата потребують спеціалізованих засобів пересування, як усередині приміщень, так і на зовнішніх територіях. Дизайн, задіяний практично на всіх рівнях розробки та реалізації таких об'єктів, виступає суттєвою умовою підвищення ефективності створюваних проектних пропозицій.

Незамінним атрибутом повсякденного життя людей з обмеженими можливостями руху є інвалідні візки. Вони полегшують



складності пересування і дають більше можливостей. Тим більше сучасний ринок пропонує широкий асортимент реабілітаційного обладнання [3]. Однак, більшість із них не дають можливості спілкування зі здоровими людьми на соціальному рівні і пристосування до навколишнього середовища, наприклад: сходи, високі полиці, столи та складна дорога по нерівностям, піску або гравію. Долаючи ці перешкоди, людина у візку потребує сторонньої допомоги та відчуває себе залежною від інших, а при спілкуванні з іншими повноцінними людьми відчуває дискомфорт, так як знаходиться нижче рівня очей співрозмовника.

Спеціальні засоби пересування є частиною системи реабілітації людей з обмеженими можливостями, спрямовані на забезпечення повноцінної інтеграції людей в економічне, соціальне і культурне життя суспільства.

З точки зору промислового дизайну, на формування транспортних засобів, в першу чергу, впливає спосіб пересування — фундаментальна основа технічного і проектного рішення об'єкта. Розробка нових технологій в цій галузі і поява інноваційних способів переміщення впорядковані та узагальнені основними положеннями — колісним, гусеничним і крокуючим способами пересування. Дизайнери та технологи в пошуках створення ідеального візку, який буде задовольняти всім потребам, тому як окремий вид можна виділити змішаний чи гібридний спосіб пересування.

Новий пристрій чи будь-який технічний або технологічний об'єкт створюють, спираючись на вже відомі знання, практичний досвід використання аналогічних об'єктів чи процесів. Щоб висунути нові вимоги та потреби до дизайн-об'єкту, потрібно проаналізувати, що ми маємо на теперішній час [4].

На даний момент серед всіх колясок найбільш поширеними є інвалідні візки з ручним приводом. Класичні ручні коляски бувають двох типів: з приводом за обручі і з приводом за важелі. Вони використовують для пересування тільки енергію самого водія. Це є основною перевагою, тому що інвалід має можливість тренуватися, прикладаючи фізичну силу. Однак їм притаманна нездоланна вада: можливості переміщення повністю залежать від стану здоров'я інваліда, а також від дорожніх умов. При цьому часто виникає ситуація, коли можливості інваліда перестають відповідати дорожнім умовам (їзда на гірку, по пересіченій місцевості, проти вітру тощо). Тоді він змушений для подальшого руху або працювати через силу, що негативно позначається на його здоров'ї або взагалі має припинити подальше пересування.

При розробці візка фахівцями розвиваються два підходи:

- В основі першого лежить ідея інтеграції людини і технічного засобу з утворенням біотехнічної системи, яка в повній мірі здатна вирішити задачу узгодження індивідуальних можливостей інваліда з обладнанням інвалідного візка.

- Другий підхід полягає в підвищенні універсальності візка за рахунок модульності конструкції, модульності системи електрообладнання і електропостачання, програмних блоків системи управління, а також уніфікації приєднувальних розмірів і стикувальних вузлів механічних та електричних частин. Це дозволить інваліду самостійно змінювати і удосконалювати конструкцію своєї коляски під свої нові потреби, придбавши лише новий модуль, а не цілком нову коляску [5].

Таким чином, спостерігаємо, що в розробках інвалідних візків використовують багато інновацій, що робить їх високотехнічними та виводять на новий рівень. Візки набувають нових можливостей, а головне — задовольняють потреби користувачів, створюючи безбар'єрне середовище для їх пересування.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Инновационный дизайн материалов / Электронный ресурс. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>
2. Промышленный дизайн: тенденции современного развития/ Электронный ресурс. Режим доступа: <http://jurnal.org/>
3. Як вибрати інвалідну коляску / Электронный ресурс. Режим доступа: <https://med-magazin.ua>
4. Еволюція об'єктів технологічної діяльності / Электронный ресурс. Режим доступа: <http://subject.com.ua>
5. Инвалидные коляски и пути их совершенствования / Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.orthomoda.ru>

---

*Савісько Р.І.*

*Викладач кафедри дизайну*

*Черкаського державного технологічного університету*

## **ВІРТУАЛЬНИЙ ПРОСТІР ЯК ЗАСІБ ВІЛЬНОГО СТВОРЕННЯ ДИЗАЙН-ОБ'ЄКТІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЛЮДИНИ**

Розвиток людини, країни та людства в цілому постійно збільшує і розширює можливості людського інтелекту, створюючи нові інформаційні, комунікаційні, соціальні технології. Кожен етап

розвитку вносить зміни до світогляду людини, її бачення навколишнього світу та переосмислення попередньо сформованих теорій та правил. Людині постійно необхідно представляти в своїй голові абстрактні поняття, образи під час створення чогось нового, ще не створеного в реальному житті. Тобто ми так чи інакше маємо потребу в тому, щоб уявити їх і в певній мірі сформувані енергетичний образ, субстанцію, яка дзеркально відображає об'єкт з реального світу. Люди з надзвичайно розвиненою уявою можуть бути спантеличені створюваними ними образами, які не мають на даний момент жодного відношення до реальності, хоча саме це в подальшому дає змогу створювати унікальні дизайнерські витвори мистецтва.

Люди по своїй природі вимагають спілкування і обговорення своїх думок та напрацювань, але суттєвою перешкодою стає відсутність хоч якогось виду об'єкту, який можливо передати іншій людині для подальшого спілкування. Інструментом, який би міг дати таку можливість, може стати створення дизайн-об'єкту в віртуальній реальності (віртуальному просторі).

Основні підходи до розуміння віртуальної реальності:

1) розуміння віртуальної реальності як суб'єктивної, породжується свідомістю людини (створювати віртуальні речі, виступати творцем віртуального світу);

2) розуміння віртуальної реальності як технологічної, породжується комп'ютерними технологіями;

3) розуміння віртуальної реальності як симуляційної або ілюзорної, породжується за допомогою заміщення реальних об'єктів і явищ дійсності симуляторами [1].

Наразі сучасні тривимірні технології набувають все більших технічних можливостей і відповідно глибше і ширше входять в наш простір і "переносять і душу, і тіло в ілюзію, яка залишається конструкцією свідомості і віртуальних технологій та не помічає повсякденності з її вимогами. Відсутність в світі об'єктів перенесення в світ віртуальних образів змінюють сутність індивіда" [2].

У наш час виділяють основні сфери застосування віртуального простору, які стрімко набувають розвитку:

- ігрова індустрія;
- стрімінги концертів;
- фільми;
- соціальні мережі;
- архітектурне проектування;
- продажі;
- навчання;
- військово-промисловий комплекс [3].

Також для виконання складних мультидисциплінарних проєктів, наприклад, таких, як створення авіаційного двигуна, сьогодні не обійтися без віртуального середовища, що забезпечує структурований доступ до всіх даних та можливість паралельного проєктування [4].

Нині, з розвитком віртуальної реальності, творцям-дизайнерам став доступний величезний простір. Фактично, вони можуть проєктувати будь який об'єкт чи середовище навколо себе. Зараз технічні можливості дають змогу підтримувати почуття присутності в створеному віртуальному середовищі, вільно творити і створювати будь-який об'єкт. Також вільний доступ дає змогу представляти об'єкт на огляд іншим і за необхідності можливе уточнення та корегування форми у віртуальному середовищі, відповідно до вимог об'єкту, які може відслідковувати штучний інтелект.

Бурхливий розвиток напрямку все більше привертає увагу і, відповідно до опитування представників творчих професій, яке було проведено компаніями-виробниками Dell та AMD, вже найближчим часом збираються перейти на технології віртуального простору більше 53% з опитаних [5].

Отже, хоча спроби опанувати і використовувати віртуальний простір на користь людини були зроблені ще в 1960 році [6], люди тільки зараз, завдяки технічним та інтелектуальним досягненням, здатні в повній мірі перейти до всебічного його опанування і використання. Це дає змогу створювати і розповсюджувати віртуальний простір в будь-яких сферах нашого життя, зокрема і в створенні чогось зовсім нового і неймовірного.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Лопатинская Т.Д. Виртуализация современной культуры и ее феноменов // Теория и практика общественного развития. 2014. № 4. С. 34.
2. Лопатинская Т.Д. Компьютерные игры как средство вхождения в виртуальную реальность // Теория и практика общественного развития. 2013. № 8. С. 31.
3. Новиков Д. О проектировании VR пространства. URL: <https://say-hi.me/design/dmitrij-novikov-o-proektirovanii-vr-prostranstva.html>
4. Чупин П., Зеленков Ю., Шмотин Ю. Открытые системы. СУБД 2010 № 07
5. Будущее технологий: AR/VR в проектировании и дизайне. URL: <http://www.nanonewsnet.ru/articles/2018/budushchee-tekhnologii-arvr-v-proektirovanii-dizaine>.
6. M. Haller; B. Thomas; Billinghurst, M "Emerging Technologies of Augmented Reality: Interfaces and Design" 2006 p. c. 414.

---

*Билык Анна Анатольевна*  
*Кандидат искусствоведения, доцент кафедры дизайна*  
*Херсонского национального технического университета*  
*Савченко Татьяна*  
*Магистрант кафедры дизайна*  
*Херсонского национального технического университета*

## **ФУНКЦИИ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРЬЕРЕ РЕСТОРАНА**

Мультимедийные технологии (ММТ) – это взаимодействие визуальной и звуковой информации с использованием современного программного обеспечения. Они объединяют в себе текст, звук, графику, фото, видео, что способствует легкости усвоения информации человеком. Это, в свою очередь, обуславливает проникновение ММТ в различные сферы жизни человека, внедрение их в окружающее пространство. Поэтому их часто используют в интерьере, как жилом, так и общественном. Однако ММТ не ограничиваются только автоматизированными системами для создания функционального пространства. Они также могут выступать в качестве мощного композиционного средства создания внутреннего динамического пространства. ММТ при создании интерьера ресторана могут выполнять следующие функции.

**Информационная.** Использование ММТ существенно облегчает процесс донесения информации до человека, например, – меню в ресторане. Интерактивное меню (сенсорный стол) может содержать в себе неограниченное количество высококачественных фотографий и видео презентаций блюд, их подробное описание, классификацию блюд по различным признакам, всплывающие подсказки, переключение между языками.

**Адаптивная.** Использование автоматизированных систем позволяет адаптировать интерьер под функциональные процессы, протекающие в пространстве. Как правило, это контроль освещения, электропитания, механизация. Благодаря ММТ можно создать привычную, знакомую атмосферу, уют, мягкое направленное освещение, передать звук дождя, осуществить проецирование соответствующего видеоряда и т.д.

**Коммуникативная.** Визуальная коммуникация обеспечивает передачу определенного посыла и информации с помощью визуальных образов, форм, которые, в свою очередь, быстрее запоминаются и

сохраняются в памяти человека. Интерактивные мультимедийные технологии обеспечивают взаимодействие потребителя с информацией, с интерьером в целом. ММТ используются в качестве вспомогательного элемента, который подчеркивает детали, акцентирует внимание человека на уже созданном интерьере.

**Гедонистическая.** Использование мультимедийных технологий без какой-либо функциональной составляющей – это гармония форм, красок, звуков, которая вызывает у человека новые эмоции, радость, наслаждение и эстетическое удовольствие. Например, чувствительные при прикосновении панели, интерактивный декор, игровые элементы и др.

**Преобразовательная.** Правильное внедрение ММТ в интерьер позволяет полностью изменять внутренне пространство помещения – создавать визуальную и физическую динамику, оптические иллюзии, расширять или уменьшать пространство. ММТ позволяют без существенного вмешательства в физическое пространство изменять интерьер, соответственно с желаниями заказчика, например, с помощью интерактивных стен, потолка, различных проекций.

**Образовательная.** Визуализация улучшает понимание, запоминание и принятие решений, поскольку использует понятные для восприятия формы. ММТ позволяет предоставлять информацию для обширной аудитории, подстраиваясь под различные потребности потребителей (возраст, язык, интересы).

**Эстетическая.** Создание визуальной составляющей интерьера, которая удовлетворяет эстетическую потребность человека, а также использование ММТ для формирования эстетического вкуса, раскрытия творческого потенциала человека.

Таким образом, можно сделать вывод, что актуальность мультимедийных технологий в современном интерьере (на примере ресторана) обуславливается их многофункциональностью. Это, а так же легкость в работе с ММТ, позволяет, грамотно сочетая их с остальными элементами интерьера, создать функциональное и эстетическое пространство.

---

*Смирнова Катерина Олександрівна*  
*Аспірант кафедри експертизи, технологій і дизайну текстилю*  
*Херсонського національного технічного університету*

*Павлова Олена Сергіївна*  
*Аспірант кафедри педагогіки, психології й освітнього менеджменту*  
*імені проф. Є. Петухова*  
*Херсонського державного університету*

*Закора Оксана Васиївна*  
*Кандидат технічних наук, доцент*  
*Завідувач кафедри експертизи, технологій і дизайну текстилю*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **ПРОЕКТУВАННЯ ОДЯГУ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ**

Сучасний етап генезису взаємодій всередині людського суспільства відрізняється поступовим зникненням культурних, расових, релігійних, національних, фізичних та інших особливостей. Ключова реформа Міністерства освіти і науки про нову українську школу, яка впроваджується у дію з 1 вересня 2018 року, передбачає інклюзивне навчання дітей з особливими освітніми потребами, дітей з інвалідністю у загальноосвітніх навчальних закладах. Для успішності впровадження даного підходу до освітнього процесу необхідно враховувати механізми засвоєння інформації людьми з обмеженими або особливими потребами. Успішна самореалізація та внутрішній розвиток потенціалу людини як особистості може бути забезпечений завдяки використанню новітніх технологій, зокрема, спеціального одягу, який розширює діапазон інформації, яка може бути отримана людиною у процесі пізнання або взаємодій з іншими членами суспільства.

Відомо, що сприйняття відбувається шляхом виникнення нервового імпульсу. Найбільший за площею орган людини, вкритий нервовими закінченнями, це шкіра. Тому найперше відчуття і найбільш регулярне як подразник, до якого зникає людство у процесі свого генезису, це тактильні відчуття. Для людей із вадами слуху сприйняття оточуючого світу через дотик не є настільки визначним як, наприклад, для людей із вадами зору. У цей же час музику не можливо побачити або торкнутися, тому люди із частковою або повною глухотою можуть тільки її відчутти. Сучасні науковці (Стеценко О.С., Голдмен Д., Березюк О. В., Москальова В.М. та інші) у своїх роботах

вивчають вплив звукових вібрацій на організм. Користуючись власними дослідженнями у даній галузі, компанія CuteCircuit та Гамбургський оркестр Junge Symphoniker у 2018 році розробили прототип сорочки, яка за допомогою вібрації передає на тіло людини звук музичних інструментів. Закономірність між тональністю та частотою звуку і роботою органів людини описана у роботах Тарханова І.Р. Так, мозкова активність і психічні реакції супроводжуються ритмічними хвилями нашого тіла, внутрішні органи організму людини мають досить низькі власні частоти: грудна клітина - 5-8 Гц, голова - 20-30 Гц, скорочення серця - 1-2 Гц, ритм кишечника - 2-4 Гц, вестибулярного апарату - близько 6 Гц і так далі. При більш поглибленому вивченні методів передачі звуків через шкіру стає можливим проектування одягу для людей з особливими потребами. Концепція такого одягу міститься у посиленні тактильного сигналу від подразників. Особа, що здійснюватиме активізацію інноваційної розробки, піддається звуковим хвилям, які діють на неї, відтак фізіологічний та психологічний стан можуть бути різними. Організм людини – це складна акустична система, де кожен орган працює на своїй частоті як музичний інструмент симфонічного оркестру. З урахуванням вище зазначеної інформації наукові пошуки у цьому напрямку дадуть можливість людям з особливими освітніми потребами відчувати на собі музичні коливання. Але використання даної розробки слід застосовувати не систематично, щоб не спричинити шкоду організму. Новий підхід до процесів засвоєння інформації дозволяє не тільки розширити діапазон даних, які людина передає під час контакту з іншою, але й відкриває новий спосіб передачі даних для осіб з обмеженими можливостями.

Спеціальний одяг з тактильними відчуттями, якими можна керувати, є на сьогодні одним із важелів, який забезпечить рівновагу у системі спілкування людей із різними фізичними та психологічними особливостями. Характер реакції на подразники саме шкірою залишається одним із перспективних напрямків наукових досліджень у різних галузях, таких як хірургія, військова медицина, ерготерапія, психологія, педагогіка та інші. Проектування спеціального одягу для людей із особливими потребами в Україні дозволить забезпечити виконання державних програм освіти, сприятиме соціалізації та повноцінному розвитку особистості, а також створить новий продукт, який затребуваний на сучасному ринку текстильних товарів.



---

*Кулешова С.Г.*  
*К.т.н., доцент кафедри технології*  
*та конструювання швейних виробів*  
*Хмельницького національного університету*

*Захаркевич О.В.*  
*К.т.н., доцент кафедри технології*  
*та конструювання швейних виробів*  
*Хмельницького національного університету*

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ПРИНТІВ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ**

Метою роботи є підготовка масиву даних для візуалізації принтів у авторській моделі одягу. Для досягнення поставленої мети вирішені наступні завдання: 1) розробка принтів для оформлення авторської моделі одягу у середовищі графічного редактора векторної графіки; 2) розробка зразків принтів з використанням обраних технологій візуалізації; 3) розробка і відшиття моделі одягу з візуалізацією принта.

Об'єктом дослідження є процес комп'ютерного проектування принта моделі одягу. Предмет дослідження – механізми візуалізації принтів.

У роботі використовувалися методи генерування зображення в універсальних графічних редакторах векторної і растрової графіки.

Авторами адаптовано науково-обґрунтовану теорію гармонізації кольору і форми графічного зображення як нову форму виразності моделей одягу в інформаційному суспільстві.

У роботі візуалізовано алгоритм для оформлення матеріалу моделі одягу за допомогою інструментарію графічних редакторів.

Сучасне швейне виробництво відрізняється швидкою зміною асортименту, складністю конструкцій і технологій виготовлення, наявністю адресного попиту споживачів на продукцію модних ліній. Використання технологій машинного орнаментування у прикладному дизайні у світлі сьогоденнішніх ринкових реалій є дуже перспективним і стосується комплексу проблем, вирішення яких за допомогою сучасних інформаційних технологій можливе зусиллями спеціалістів різного профілю. Машинне орнаментування виробів має на увазі створення або використання існуючих орнаментів та їх наступне нанесення на виріб будь-яким автоматизованим способом [1-3]. Процес передбачає попереднє генерування орнаменту – його комп'ютерний синтез, на базі якого створюються необхідні

інструментальні засоби для втілення його в життя.

На першому етапі дослідження у середовищі AutoCAD підготовлено вихідний файл з ескізами розроблених принтів (векторна графіка, формат файлу dwg) (рис. 1, а). Для подальшої роботи у професійній графіці використано потужні графічні редактори: Adobe Photoshop – найпопулярніший комерційний редактор, GIMP – найпопулярніший вільний безкоштовний редактор [3]. Зображення принтів використано для створення пензлів у середовищі графічних редакторів растрової графіки, що дозволяє візуалізувати безпосередньо колекцію варіантів принтів для підвищення естетичної якості виробів (рис. 1 б, в).

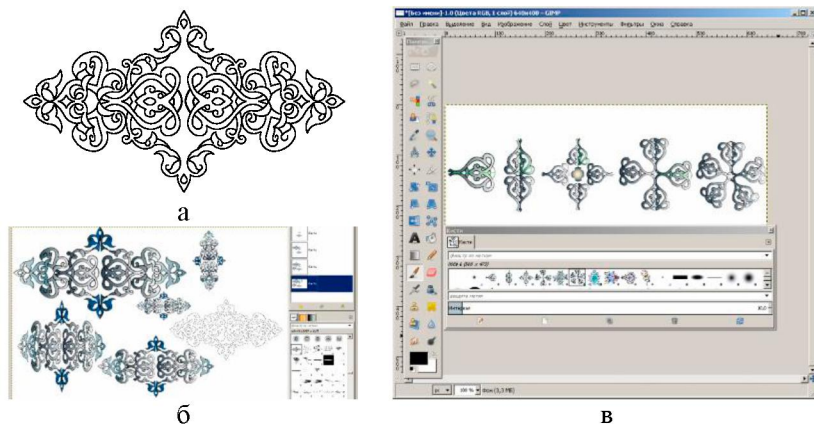


Рис. 1. Візуалізація принта у середовищі: а - AutoCAD; б - GIMP; в - поетапна розробка в графічному редакторі GIMP за допомогою комбінаторики модулей

Унікальність сучасних швейних підприємств полягає в тому, що надається повний цикл виготовлення виробів: від розробки принта і прямого цифрового друку на тканині, до пошиття виробу, упаковки і відправки. Така діяльність надає можливість втілити ідеї в авторські, ексклюзивні, модні, яскраві принти на тканині в найкоротші терміни і на вигідних умовах. Актуальною проблемою є точне відтворення задуму дизайнера, побажань споживача і відтінків кольору тканини (рис. 2).



Рис. 2. Візуалізація авторської моделі пальта жіночого:  
 а - технічний ескіз; б - готова модель одягу з візуалізацією принта

Підготовлений масив даних у вигляді цифрових зображень у форматах графічних редакторів векторної (dwg) і растрової графіки (jpeg) дозволяє візуалізувати принти для нових моделей одягу. Крім того, вказані формати файлів дозволяють виконати прямий цифровий друк, при якому принтер безпосередньо друкує принт чорнилом на тканину за технологією струменевого друку.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Никифоров Б. С. Машинное орнаментирование изделий в современных технологиях дизайна / Б. С. Никифоров, Е. Р. Урмакшинова, С. О. Никифоров, С. С. Николаева // Успехи современного естествознания. – 2002. – № 5 – С. 14-19.
2. Самутина Н. Н. Использование информационных технологий в проектировании и визуализации тканей / Н. Н. Самутина, Н. А. Абрамович, Г. В. Казарновская // Моделирование в технике и экономике: материалы междунар. научно-практической конференции, Витебск, 23-24 марта 2016 г. – Витебск: УО "ВГТУ", 2016. – С. 540-543.
3. Захаркевич О. В. Практикум з комп'ютерного проектування одягу: навч. посібник / О. В. Захаркевич, С. Г. Кулешова, О. М. Домбровська. – Хмельницький: ХНУ, 2016. – 310 с.

---

*Томашевський Володимир Володимирович*  
*Кандидат педагогічних наук, доцент*  
*Завідувач кафедри ДПМ та дизайну*  
*ДВНЗ "Криворізький державний педагогічний університет"*

## **ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ В КОНТЕКСТІ НОВОЇ ОСВІТЯНСЬКОЇ ПАРАДИГМИ**

Реформування системи вищої освіти на сьогодні ставить перед науковою спільнотою складні та масштабні, але водночас, і цікаві з точки зору реального втілення їх в практику освітнього процесу вищої школи, завдання, а проблема підготовки висококваліфікованих кадрів для різних галузей як ніколи гостро постає в світлі сучасних вимог, потреб та викликів суспільства.

Глобальна та регіональна специфіка сьогодення, стрімкий розвиток і впровадження технологій прискорили і змінили процеси здобуття знань, збільшили роль неформальної освіти та фактично відсторонили заклади вищої освіти від забезпечення ринку праці кваліфікованими фахівцями. За цих умов, на думку багатьох вчених, базовою для української системи освіти стала проблема невідповідності змісту навчання сучасним вимогам. Сьогодення вимагає нових компетенцій та мобільності, якісної підготовки фахівців широкого профілю в кожній з освітніх галузей – забезпеченість їх кадрами, оновлення освіти, науки тощо.

Все це потребує вибудови сучасної ефективної моделі, в тому числі і в напрямку підготовки майбутніх дизайнерів до їх професійної діяльності, оновлення змісту процесу їх навчання та визначення їх перспективної конкурентоспроможності на ринку праці. Базовим принципом цієї моделі на сьогодні повинні стати принципи випереджаючого розвитку та пріоритету практичної діяльності. Це підтверджується і логікою, і головною відмінною особливістю подальшої професійної діяльності майбутніх фахівців з дизайну, яка виявляється в чіткій зорієнтованості цього процесу виключно на замовлення фізичних осіб, груп, установ або організацій та виконання затребуваних ними професійних завдань в сфері дизайну. Цьому, на нашу думку, повинна бути підпорядкована більшість програмних завдань навчальної, наукової, позааудиторної та культуротворчої діяльності за умов актуалізації естетичної культури майбутніх дизайнерів, організації їх естетичної освіти, залучення студентів-дизайнерів до естетизації навколишнього середовища та оволодіння ними досвідом самоорганізації естетичної культури.

---

*Хабарова Ірина Миколаївна*

*Старший викладач*

*Лагода Ярина Богданівна*

*Студентка*

*Черкаського державного технологічного університету*

## **ЕКО-ДИЗАЙН ОДЯГУ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ І ТЕХНОЛОГІЙ**

Перехід до екологічного мислення в сучасних умовах гармонізації життєдіяльності людини засобами дизайну означає утвердження екологічного гуманізму як основоположної установки проектно-художньої діяльності. Трансформації цивілізаційних стратегій і зміни ціннісних орієнтирів у суспільстві в останні десятиліття виявляються в еко-тренді та, насамперед, у аспектах винайдення та утілення інноваційних еко-матеріалів та технологій. В свою чергу, їх розвиток призводить до кардинальних змін у процесах формування одягу різного асортименту.

У наукових розробках ХХІ ст. екологічна тематика представлена досить широко у сфері промислового, предметно-просторового та графічного дизайну (О. Бойчук, Г. Гурьєва, К. Кондратьєва, О. Орлова, У. Тишнер, ін.). Наприклад, Ю. Сосницький вказує, що термін "екологічний дизайн" сьогодні трактується не інакше, як "галузь комплексної дизайнерської діяльності, яка прагне до реалізації в об'єктах, що проектуються, зближення вимог природного середовища і культури. Це викликає необхідність врахування цінностей, досягнутих попередніми поколіннями у сфері взаємовідносин людини і природи" [1, с.24]. Проблематика екологічного дизайну одягу відображена в публікаціях В. Даниленка, Д. Єрмилової, Н. Романенко і А. Бердник. Зокрема, Д. Єрмилова зазначає, що екологічний напрямок у дизайні костюма повинен бути орієнтований на екологічні технології фарбування й обробки текстилю, на максимальну економію природних ресурсів і матеріалів, які здатні відновлюватися, на урахування довговічності виробу для того, щоб співвідношення витрат і тривалість функціонування виробу були оптимальними [2]. Втім, еко-тренд в дизайні одягу з точки зору інноваційних матеріалів і технологій в Україні та світі залишається малодослідженим.

Принципи та засоби еко-тренду умовно поділяються на дві великі групи: еко-споживання та еко-виробництво. Екологізація споживання – це загальний принцип, орієнтований на подолання надмірності у використанні речей під впливом моди. До нього

відносять: контрмоду ("повільну моду") як проектування речей, позбавлене основної закономірності моди – мінливості [3]; проектування багатофункціональних речей за концепцією мінімального гардеробу; індивідуальне виготовлення одягу як один із засобів еко-моди; популяризацію секонд-хендів (англ. second hand – дослівно "друга рука") як одну із стратегій сучасної культури споживання; шеббі-шик (англ. shabby chic – дослівно "потертий шик") – напрям у дизайні одягу за принципом "нове життя старим речам". Як бачимо, в цій групі інновації, як такі, відсутні.

Компоненти другої групи, які складають екологізацію виробництва, – це принципи, орієнтовані на щадне використання природних і перероблених ресурсів. Вони враховують стандарти вирощування волокна і процес їх переробки, а також – технологічність обладнання, тобто: використання альтернативних джерел енергії, налагодженої логістики, оптимізацію витрат води, скорочення використання шкідливих речовин та барвників, турботу про гідні умови праці, інформування споживачів про кількість відходів тощо, а також – способи конструювання одягу [4]. Відповідно екологічним стандартам за принципами еко-виробництва реалізуються наступні стратегії:

- застосування енергозберігаючих технологій: водозберігаючі технології, сонячні батареї, енергія вітру тощо;
- використання екологічної сировини (волокна, барвники), що передбачає вирощування в контрольованому біологічному господарстві у відповідності з екологічними критеріями без застосування пестицидів, інсектицидів, гербіцидів, використання органічних добрив і з дотриманням сівозміни, ручний збір продуктів, що виключає застосування хімікатів, відмова від використання генетично модифікованого насіння рослин та відмова від використання шкідливих барвників і хлорних відбілювачів [2];
- безвідходне виробництво (скорочення або відсутність текстильних відходів у виробництві одягу, що є частиною більш широкого поняття "стійка мода");
- застосування волокон, отриманих шляхом вторинної переробки;
- розробка матеріалів і речей за технологіями, що гарантують безпечну утилізацію;
- створення програмного забезпечення (САПР), яке закладає економію матеріалів на етапах розробки конструкцій і закладення технологій виготовлення тощо.

Таким чином, інноваційний аспект (матеріали і технології) в дизайні одягу має місце в екологічному виробництві. Ця сфера проектно-художньої діяльності малодосліджена. Тому, перспективи

подальших досліджень повинні бути зорієнтовані на виявлення зразків впровадження інновацій в екологічному дизайн-проектванні, їх аналіз з метою встановлення зв'язків з принципами формування нових форм одягу.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Сосницький Ю. Основні позиції теорії сучасного екологічного дизайну / Ю.А. Сосницький // Вісник ХДАДМ: Зб. наук. пр. / За ред. В.Я. Даниленка. – ХДАДМ, 2014. – № 3. – С. 24-27.
  2. Єрмилова Д. Экологическое направление в дизайне одежды / Д. Ю. Єрмилова // Сб. научн. тр. – Сб. М.: ГАСБУ, 1997. – С. 12-40.
  3. Корольова М. З історії моди трикотажних виробів/ М. В. Корольова, Т. В. Ніколаєва // Наукові статті: Легка промисловість, Хмельницький, 2006 – №4. – С. 38-39.
  4. Кулишова Е. Перспективы развития дизайна: Экологический аспект / Е. Кулишова // Вісник ХДАДМ: Зб. наук. пр. / За ред. В.Я. Даниленка. – Харків : ХДАДМ, 2007. – № 10. – С. 46-50.
- 

*Хренова Вікторія Валеріївна*

*Кандидат педагогічних наук*

*Доцент кафедри технологічної та професійної освіти  
і декоративного мистецтва*

*Хмельницького національного університету*

### **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ КОЛЬЄ В УКРАЇНСЬКОМУ ЕТНІЧНОМУ СТИЛІ**

Модні тенденції сьогодення вимагають від вечірнього ансамблю вишуканої жіночності та зі смаком розставлених акцентів. Серед самих модних прикрас 2018-2019 р. дизайнери пропонують масивне намисто з великою кількістю каміння та страз. Як і в попередні роки актуальними залишаються прикраси з бісеру в етностилі. Проте, як показав аналіз такого виду прикрас пропонованих на продаж майстринями в крамницях та на різноманітних сайтах, цікавих моделей в українському етнічному стилі, що ідеально доповнятимуть ансамбль – обмаль.

Мотиви традиційних прикрас дісталися нам від предків. У ці зори вони вкладали глибокий сакральний та обереговий зміст. Ще за часів трипільської культури наші прашури носили прикраси, декорували свій одяг вишивкою, аплікаціями, розписом. Протягом

багатьох століть прикраси до одягу змінювались та вдосконалювались народними майстрами. Наприкінці XIX та початку XX століть серед українських селян остаточно сформувались найбільш поширені традиційні прикраси: шийні та нагрудні вироби (намисто, салба, дукач, пацьорки, дукати, згарда, гerdани, селянки та інші) також вушні прикраси.

Саме тому об'єктом нашого проекту було обрано такий аксесуар, як намисто в українському етнічному стилі. На нашу думку саме така прикраса стане ідеальним доповненням для будь якого вишуканого ансамблю сучасної жінки чи дівчини. Отже проєктований нами виріб – кольє в українському етнічному стилі. Призначення – доповнення ансамблю з вечірньою довгою декольтованою сукнею прямого силуету чорного кольору.

Етнічний стиль зумовлює вибір технік, кольорової гами та квіткового мотиву. Кольє виконане комбінованою технікою: вишивка бісером та вишивка французьким вузликом. Адже наші жінки та дівчата споконвік прикрашали вишивкою бісером різні елементи вбрання та носили прикраси з нього. Французький вузлик заповнюватиме простір між квітами та також нагадуватиме про текстильну фактуру українських хусток. Квітковий мотив та кольорову гаму для майбутнього виробу ми також вирішили запозичити з хусток, які займають не останнє місце в обрядових традиціях нашого народу. Оптимальне на наш погляд поєднання основних кольорів для описаної нами вечірньої сукні – поєднання контрастних кольорів. У нашому випадку – червоного, зеленого та чорного. На нашу думку саме така прикраса стане ідеальним доповненням для стриманої і водночас вишуканої вечірньої декольтованої сукні як для дівчат, так і для жінок середньої вікової групи.

Конструкція проєктованого виробу доцільно щоб складалась з однієї чи двох основних деталей. Адже надмірна роздрібненість відвертатиме увагу від мотиву та колориту. Елементи конструкції повинні бути надійно поєднані за допомогою ниткового з'єднання та намистин. Форма виробу зумовлюється мотивом та формою вирізу на сукні. Її доцільно робити видовженою, щоб підкреслити виріз декольте та розмістити квіткову композицію. У якості застібки доцільно використати атласну стрічку середньої ширини, яка зав'язуватиметься на бант та прикрашатиме виріз сукні на спині.

Центром композиції у проєктованому нами виробі повинні бути квіти. Основними засобами композиційної побудови намиста – асиметрія, контраст за кольором (між додатковими кольорами, хроматичними та ахроматичними). Додатковими – пластична спряженість, нюанс, подібність, подібність до повної тотожності. Основні кольори: червоний, зелений та чорний. Акцентами та



одночасно доповненням до елементів композиції прикраси може слугувати напівкоштовне каміння, що нагадуватиме бутони квітів, їх листя, краплі роси (рис. 1).



Рис. 1. Кольє "Ружа"

Автори – Вікторія Хренова, Оксана Остапчук. 2018 р.

Оскільки випробування цієї прикраси показали ще й їх зручність при експлуатації, є підстави говорити про перспективності даного підходу в проектуванні дизайнерських кольє.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Самые модные украшения для женщин 2018-2019 года – фото, идеи, тренды. URL: <https://ledysoveti.ru/modnye-ukrasheniya/> (дата звернення: 01.04.2018).

2. Українська хустка. URL: <https://fashion-shop.in.ua/a177982-ukrayinska-hustka-ukrayinska.html> (дата звернення: 01.04.2018).

3. Folk Ukrainian traditional necklace. URL: <https://www.etsy.com/listing/265035909/folk-ukrainian-traditional-necklace>.

---

***Yakymchuk D.M.***

*Ph. D., Associate professor department of hotel-restaurant and tourism business  
Kherson State University*

## **INNOVATIVE DESIGN OF HOSPITALITY FACILITIES**

Modern hospitality facilities are characterized by a variety of forms and architectural solutions. Each of them has its own peculiarities. They depend on many factors. The design of hospitality establishments very often depends on its purpose and position in particular district of city or settlement. Appearance of hospitality establishments must fit into the architectural complex of neighboring buildings and form with them one whole. In this case, the direction of institution should not interfere with the architecture of its outer space. The interior can then vary in any direction, which depends on many criteria's. Also, a significant impact on the exterior of premises plays architectural idea of designer. He put in front of himself many tasks. But the main of them is to provide a combination of architectural expressiveness of building with interior of main premises. Such integrated approach provides solutions to various architectural constituents of the premises – interior and exterior.

At the same time, architectural idea of designer must reflect all the necessary constructions in conjunction with different construction techniques. Significantly, the style of a building depends on building materials that are used. They put a certain imprint on the building and require skillful use and a combination of different forms and techniques. At the same time, the use of modern innovative materials allows to approach the design aspects of hospitality facilities buildings in a new way.

Today designers use a lot of modern innovative materials. These include: materials with the latest protective coatings; modern soundproofing materials; sandwich panels and blocks; finished constructions from various materials in the form of arches, blocks and others; materials that have unnatural characteristics; metal-plastic structures of various forms; composite materials; ceramic materials combined with various component additives. Such variety of modern materials allows for designer to create modern buildings with a new features. Thus, it was possible to create buildings with zero energy consumption. There are modern buildings that heat themselves and do not consume electricity during the year. This direction in construction is promising and widespread in Europe. In Ukraine, it is only beginning to developed.

Thus, modern technologies allow to create innovative buildings and houses at the expense of new design decisions. It provides by using a modern building materials that allow to design facilities with new possibilities.

---

*Gjertrud Hals*  
*Fiber artist*  
*Molde, Norway*

## **ART OF GJERTRUD HALS FOR THE LAST 30 YEARS ...**

Author was born and raised on a small island on the north-western coast of Norway and this has to a large extent influenced on she's work. As a seasoned traveler she has observed many different cultures. Much of artistic work is an attempt at expressing the connection between the islands micro-history and the worlds macro-history.

She was educated as a tapestry weaver. However, for about twenty year's author have mostly been making free standing sculptures in different fiber, as well as non-fiber materials. She enjoys the fact that she can creatively act as please, use whatever material that wish, be severe and meditative one day and playful the next.

Her work is refined, full of inspiration. With new impressions and thoughts, she constantly creates new masterpieces and creative work. Constantly working with fibers, the author modifies them in the embodiment of beauty and vision. The author creates works of a voluminous unusual form.

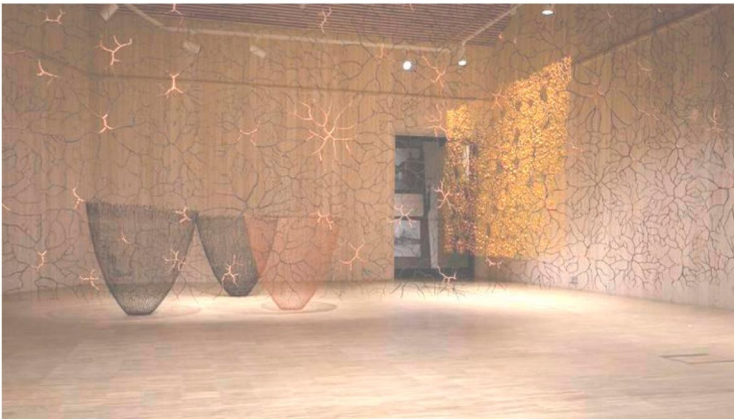


Fig. 1. Fiber work Gjertrud Hals

Her works created with inspiration are impressive in their shape and size. Constantly modifying the space, the author creates interesting works of art, that impressive human consciousness.

---

*Сумська Ольга Петрівна*  
*К.т.н., доцент кафедри експертизи, технології і дизайну текстилю*  
*Чепелюк Олена Валеріївна*  
*Д.т.н., професор, завідувач кафедри дизайну*  
*Федорченко Олена Вікторівна*  
*К.т.н., старший викладач*  
*кафедри експертизи, технології і дизайну текстилю*  
*Фещук Юлія Андріївна*  
*аспірант кафедри експертизи, технології і дизайну текстилю*  
*Херсонського національного технічного університету*

## **МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ФАКТУРИ ТЕКСТИЛЮ**

Дизайнерський пошук нових композиційних рішень сучасних виробів пов'язаний зі спрощенням форм, відмовою від надмірного декорування. Одним із способів раціонального декорування, що сприяє гармонізації форми виробів, є використання в їх оформленні фактури. Технічні можливості отримання різноманітних фактур на виробах з різних матеріалів на сьогоднішній день дуже широкі, але застосування фактурної обробки в об'єктах дизайну обмежена неповнотою теоретичної бази відомостей про фактуру, як елементу дизайну виробів.

Тканини відносяться до числа найважливіших технологічно-дизайнерських продуктів, використовуваних людьми. Фактура поверхні текстильного виробу робить істотний естетичний вплив на людину і займає важливе місце серед засобів художньої виразності поряд з кольором, композиційним рішенням і використовуваними матеріалами. Несучи в собі емоційне навантаження, фактура постає в якості одного з основних засобів виразності об'єкта. Використання в дизайні ідеї фактурності, додає виробу образ, додає нові нюанси. Така поверхня залишається в пам'яті, привертає увагу. Чи є фактура тільки декоративною або також утилітарною, в будь-якому випадку вона бере активну участь у формуванні образу виробу поряд з кольором, формою, орнаментом або зображенням на виробі.

Фактуру тканини визначає волокнистий склад, структурні особливості будови та оздоблення тканини. Основні різновиди тканин за фактурою: з відкритим ткацьким візерунком (гладка, шорстка, узорно-гладка і узорно-рельєфна), з закритим і напівзакритим ткацьким візерунком (гладка, начесно-ворсова і ворсова).

На кафедрі експертизи, технології і дизайну текстилю розроблена технологія створення тканин нових фактур на ткацьких

верстатах без використання складних механізмів. На рисунку показані зразки тканин (об'єкт дослідження), виготовлені за так звану "формулою фактури".

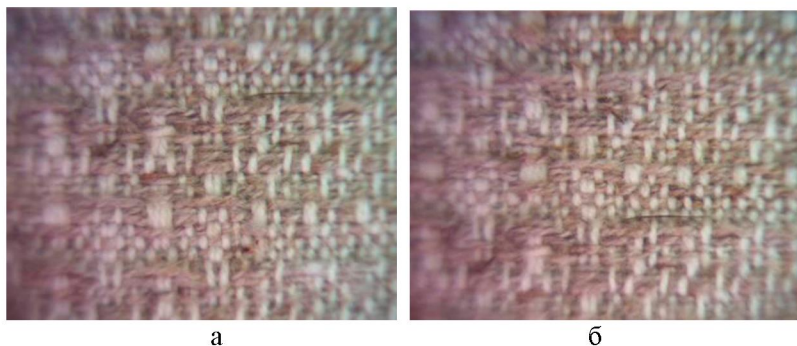


Рис. 1. Об'єкт дослідження: а - зразок 1; б - зразок 2

Глибоке вивчення процесу взаємодії випромінювання з текстильними матеріалами є однією з актуальних науково-технічних завдань у легкій промисловості. Використання комп'ютерних технологій і колориметричної техніки допоможе значно розширити технічні можливості десонатора, експерта з оцінки якості тканини і дизайнера.

Тканини являють собою неоднорідне світлорозсіюване середовище, і для вивчення зразків доцільно застосовувати спеціальні методи оптики світлорозсіюваних середовищ. В роботі була апробована можливість використання сучасних методів вивчення спектральних властивостей текстильних матеріалів з використанням спектрофотометра "Spektra Scan 5100" ф. Premier Colerscan в комплексі системи, до складу якої входять також комп'ютер и пакет прикладних програм для вирішення завдань виробничої колористики. Зразки були оцінені при стандартних випромінюваннях. Результати досліджень, що показано в таблиці, наведено при випромінюванні D-65/10, характеристики зраховані в системі CIEL \* a \* b \*.

Таблиця 1.

Спектральні характеристики фактурних тканин

Характеристика	Зразок 1	Зразок 2	Різниця
L*	75,512	72,299	DL*=-0,213
a*	1,159	0,858	Da*=-0,301
b*	10,916	10,128	Db*=-0,788
C*	10,977	10,164	DC*=0,813
H*	83,906	85,123	DH*=0,255
K/S, од	7,5750	6,2544	dE*=0,870
RFL	31,795	35,389	Strenght: 82,567%

Представлені в таблиці результати інструментальних вимірювань і комп'ютерної обробки спектрів відбиття об'єктів дослідження свідчать про наявність суттєвої різниці в спектральних кількісних і якісних характеристиках зразків. Слід зазначити, що в подальших дослідженнях доцільно встановити взаємозв'язок між спектральними характеристиками тканин різних фактур і параметрами фактур.

Отже, обґрунтовано використання методу спектральної оцінки фактури тканин, який розширює теоретичну і практичну базу відомостей про фактуру. Подальший розвиток теорії і практики дизайну обумовлює необхідність розробки методу оцінки фактур на основі дослідження взаємозв'язку між їх якісними і кількісними характеристиками з урахуванням факторів, що впливають на реалізацію результатів оцінки в процесах проектування і виробництва художньо-промислових виробів.

---

***Memet Ali Zeren***

*Research Assistant, Dokuz Eylül University  
Fine Arts Faculty Basic Art Education Department  
İzmir, Turkey*

## **THE USE OF AN INNOVATIVE TECHNIQUE IN THEATER: VIDEO ART**

Theater has always established a bond with the developments within the era and been in a direct relationship with scientific, philosophical and technical fields, most importantly with technology. As technology influenced the whole art branches together with the dynamic changes within itself, also affected the changes in theater. The important developments such as appearance of voice recorders, progress in musical technology, invention of projectors, developments of 3D drawings and holograms impressed the internal structures of theatre. In this study, the relationship with video art, an innovative and powerful as narrator style of art, and theatre, a rooted art will be examined. The study will focus on the influence of video art on stage plastic and on the questions whether it develops stage plastic.

In this study, concept of video-art, its developmental process and its spot in contemporary art will be examined with the scientific and technological developments and postmodernist point of view. While the influence of video technique on art and design is being investigated, the relationship with the stage construction of theatre will be discussed.

### 1. Video.

Television has improved its impact area as mass medium after 1950s. In this context along with the production of mobile video machines, a new art branch called 'Video Art' that gave point of view to art of modern era, has been a tool that provides more experiential production to artists after 1960s. The video techniques shaped from the artists' own approaches generated itself with the new developments in technical and scientific fields, such as computer, digital photography, etc.

### 2. Use of Video Art in Theatre.

The book named 'Digital Performance: A History of New Media in Theater, Dance, Performance Art and Installation' written by Steve Dixon, the performer and director who is famous with the researches in use of media Technologies in stage art, is highly important regarding the few written books upon this subject. In this book Dixon tells the history of the use of the digital technologies in stage and visual arts. The poet and writer George Parsons Lathrop declared in his article 'Stage Machinery and Vitascope' in January 1907 that encountering the first example of adding a video into a play in US and emphasized the problematic of whether vitascope is being used to displace the ordinary stage machines in the future (Lathrop, 1986). Georges Melies is one of the directors that used motion videos in theater. In 1905 Melies engaged parts of the movies 'Le Raid Paris-Monte Carlo en Deux Heures' and 'Les Pillules du Diable' into his two plays. E. Piscator is the most important example of video use in theater. He initiated political theater with Proleter theater that he established in 1920. About his political theater work 'Trotz Alledem!' which was first premiered in 12 July 1926, Piscator implied that "Beyond the theoretical consideration, the striking effect of video usage not only reveals political and social context regarding the content but also more ultimately demonstrated the correctness in terms of the shape." (Şeyben, 2016).

### 3. Use of Video-Art in Modern Theater.

Video-art is a quite innovative technique in contemporary theater and stage art. The video-art is used to demonstrate symbols, abstract concepts, history, sources of the episodes and reminders as the connector of stage costume and décor, and is used as the only décor of the play and the only partner of the player. Video-art is not only used in projection screen. It can be projected both to the texture of the decor and to the player's body which provides a new kind of language to theater. In a play where an organic relationship is established, it is not possible that the player is not affected from the relationship. Such stage technique has been used from classical plays to 1950s Brechtian plays until today's postmodern plays. The use of video-art in theater also enables a play to turn into a performance. Thereby video-art has a relationship with performance art. This staging form that is open to criticism is crucial to gain new experience. Such effect of

technological developments on theater art had impact on its each component. The theater, modernized from the director to the players, got out of the classical presentation with the help of technology. Theater writings also got changed and were freed of didactic expression.

#### REFERENCES

1. Candan, Aşın 1997. Öncü Tiyatro ve Dijital Çağda Gösterim, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
2. Şeyben, Burcu Yasemin 2016. Tiyatro ve Multimedya. İstanbul: Habitus Yayıncılık
3. Burnett, Ron (2007). İngeler Nasıl Düşünür? (Çev. Güçsal Pular). İstanbul: Metis Yayınlar
4. Rush, Michael (2005). New Media in Art. Londra: Thames&Hudson
5. Lathrop, George Parsons (1896). Stage Scenery and the Vitascop. The North American Review: University of Northern Iowa

---

**Ziyacan Bayar**

*Research Assistant, Dokuz Eylül University  
Faculty of Fine Arts Graphic Department  
İzmir, Turkey*

#### **THE NEXT STEP IN VISUAL COMMUNICATION: DESIGN AS AN EXPERIENCE**

Today, limitation of long-term resources, sustainability concerns, economic, environmental and cultural worries have been the main drivers of the transformation of design space today. Today's design ecosystem, in addition to aesthetics, is now seeking solutions to more sensitive and comprehensive social problems (Grefé, 2011, p. 26). So how do all these changes affect the basics of graphic design and visual communication design leaning on two-dimensionality? Moreover, how is the field of visual communication design evolving towards designing experiences? AIGA's former chairman, Richard Grefé, briefly answers these questions by concisely mapping the great evolution of communication design over the past 20 years.

From Grefé's point of view, the term graphic design 'seems to be an archaic definition when considering today's needs and designer profile. This profession branch can be easily defined as 'Graphic Design' before and during the modern period in which designers cannot finish the discussion with form and style problems. In the post-modern periods when the designer



started to talk about the content and the message in addition to form problems, it is more inclusive and accurate to talk about communication design than graphic design. Nowadays, the designer is able to cope with more complex problems, including advanced formulations such as forms and content, as well as by what methods the receiver will absorb messages in this time. Today, design creates common values between human, technology, engineering and business world and transforms itself as much as it converts (Grefé, 2011, p. 27). Design is now considered the most basic need to be solved, rather than an aesthetic end touch. Designers have become one of the irreversible spine bones of large ecosystems. At the core of today's successful ideas lies the successful integration of large ecosystems that have integrated design thinking into development processes (Schaffer, n.d), (Tresler, 2014).

Nowadays, the diversification and complexity of the mediums in which communication is needed has led to the positioning of visual communication design as a multidisciplinary field with a broad perspective looking for solutions to people-oriented problems. In the context of this transformation, it is now possible to observe that designers now support their clients in the form of abstract services such as strategy, positioning, communication, behavior management and service design (Grefé, 2011, p. 27), (Tresler, 2014). In light of these implications, it is not difficult to conclude that today's designer is increasingly focused on communication-oriented experiences beyond form.

Theorist Ellen Lupton calls today's innovative design view the 'Age of Experience Economy'. Experiences create memories by stimulating feelings, and in the minds of users, they produce transcendent meaning and loyalty to the brand, place or event. Nowadays, the increasingly accepted experience economy view is an attitude that shapes the way in which companies, producers and even official institutions design, distribute and communicate products and services. Lupton briefly maps the basics of the design ecosystem which he has mapped in directing the viewers of today's designers from objects to actions. In the 1990s, with the sectoral view, the experience economy was the most visible face of the commercial revolution. Customers and employees are like players of pre-designed dramas. Joseph Pine and James Gilmore have summarized this approach as follows: "When the individual buys a service, he has the object produced in his name. But when he buys an experience, he buys the memories that the institution will play for him and that he will never forget" (Lupton, 2017, p. 66-71).

Nowadays, when the design is getting closer to experience, it is possible to observe that all design areas approach each other at the same rate in the common denominator of designing experience. While some experiences are shaped through objects, some experiences communicate

through messages and visuals. Furthermore, major perspectives and inclusive titles, which increasingly incorporate all such interactions, such as Service Design, are accepted. One of the main reasons why the word experience has spread to such business and design branches is that the efficiency of 'design thinking methods' has been proven in many projects today. This way of thinking, which designers have been accustomed to since their first education, has become more widespread nowadays and has become a teaching accepted by many professions. This, in addition to design, has also incorporated other professions into the project development process, and has paved the way for more comprehensive and broad-based outputs and ways of thinking. The designer has begun to pursue ideas that extend beyond the surface with his tools and his team. On the other hand, in the process of designing the experience, the visual abilities of the designer, the ability to develop rational and efficient solutions to the problems and the communication skills and the responsibility of designing the experience are the most important roles.

What's next in graphic design in the age of communication that doesn't have a specific form? Another important research question comes from the *The New Design Landscape* documentary. Looking at the answer to the question of what it means to be a designer in this new reality, the documentary evaluates the ecosystem of the Dutch design through the discourses of the leading designers of the country, and assumes the idea that the communication transformed by social media and technology is now a system of formless ideas. At the same time, the documentary offers very accurate views on the design of today's graphic design. Presenting a definition that follows the Grefe, Dutch designers argue that the design of the message of the contemporary designer is beyond the understanding of designing the message with the usual graphic design reflex. Again, this approach recognizes production as the reality of design, shifting from single print objects into living and intervening living systems. In this context, the documentary describes this designer in a fluid design environment as a conductor, moreover a conductor managing the information train. In the new design plane, the designer is an editor who knows how to deal with information, not things but situations. In this context, construction emphasizes that the world of design is on the eve of a great change, and moreover, it reveals that the designers have difficulty identifying and renaming their profession at the stage of this change. Felix Janssens, creative director of Total Identity, positions the fundamental goal of today's design as the organization of how the experience will be consumed. It is becoming more and more difficult for designers to stay up-to-date today when innovation and change are inevitable. To overcome this, designers are responsible for developing collaborations and adopting a common working principle. The documentary now points to a new fluid hierarchy based on

equality rather than a demand-solution relationship in design production. The production of the new landscape of design emphasizes the concept of production together as the key point of the future design ecosystem (Slegers, 2015).

In this era of MacLuhan's view, looking at the future from the rearview mirror, it is not difficult to see the design world begin to revolve around inclusive titles such as design thinking, creative thinking, visual communication, and designing experience and services even further. Furthermore, it is possible to say that we are on the eve of a new period in which the perspective of the designer and the sphere of influence are expanding rather than the field itself. Collectively, in this new reality, it is possible to see the designer as an editor looking for new experiences and working models by integrating working areas such as human psychology, strategy and sociology into the production process.

#### REFERENCES

1. Grefé, R. (2011, 12 16). Experience Design Is the Only Design. *dmi Review*, 22(4), 26-30.
2. Lupton, E. (2017). *Design is Storytelling*. New York, ABD: Cooper Hewitt Smithsonian Design Museum.
3. Schaffer, E. (ty). The Wholeness of User Experience . Retrieved 4 6, 2017, from Human Factors International: [http://www.humanfactors.com/whitepapers/wholeness\\_of\\_user\\_experience.asp](http://www.humanfactors.com/whitepapers/wholeness_of_user_experience.asp)
4. Slegers, E. (Director). (2015). *Het nieuwe ontwerp landschap [Motion Picture]*.
5. Tresler, M. (2014, 10 29). Experience design is shaping our future. Retrieved 07 24, 2017, from O'Reilly: <https://www.oreilly.com/ideas/experience-design-iot-design-business-design>

---

**Мигаль С.П.**

*Кандидат архітектури, Заслужений діяч мистецтв України  
Професор кафедри дизайну  
Національного лісотехнічного університету України, м. Львів*

**Пилипів І.З.**

*К.т.н., доцент кафедри дизайну  
Національного лісотехнічного університету України, м. Львів*

#### **ДИЗАЙН ВІЗУАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА**

Розвиток соціосфери в просторово-часовому континуумі і в культурі взаємозв'язків зі світом зумовлюється парадигмою постнеокласичної методології наукового пізнання, суб'єктно-

об'єктною цілісністю, динамічною еволюційністю. Науково-технічний прогрес другої половини XX ст. та IV-та промислова революція на початку XXI ст. стали основою технологічного і соціального прогресу людства. Здобутки фізики і хімії, молекулярної біології, інформаційних, когнітивних і нанотехнологій дали змогу людині проникнути у найдрібніші структури живого організму, його генетичну пам'ять, відкритті нових видів енергії, експонентного розвитку комп'ютерної техніки. Людина стала вже менш залежною у своєму розвитку від біотичних чинників, потреби адаптації до мінливих умов довкілля. Вона вже здатна впливати на структурно-функціональну організацію природних екосистем, створює штучні екосистеми та геосоціосистеми, формує візуально-комунікативне, інформаційне предметно-просторове середовище і підтримує його функціонування. Важлива роль при цьому відводиться концепції сталого розвитку суспільства, формуванню цілісного гармонійного середовища життєдіяльності людини, забезпечення якості життя і захисту інтересів майбутніх поколінь.

Усвідомлення планетарного континууму простору, соціосфери як самоорганізованої, саморегульованої планетної системи а також утвердження антропоцентричної спрямованості дизайну, як всеосяжної мети по формуванню збалансованого просторово-предметного середовища, вимагає нових підходів та методологій до вирішення даної проблеми. Формування цілісного гармонійного середовища зумовлюють ідеології інвайронменталізму, геосоціосистемології, екологізму та дизайну.

Стало зрозумілим, що вирішення цієї проблеми потребує розроблення методів описання та кількісної оцінки якості простору, сукупності всіх необхідних концептів, знань, інформації, матеріальних засобів та способів їх використання, спираючись на основи загальнонаукової та спеціальних екологічної, архітектурно-урбаністичної, дизайнерської та інших методологій. Як вихідну позицію для просторової організації соціосистемного середовища можна прийняти багатовимірність простору, що визначається геометричними, антропоморфними, просторово-часовими та іншими параметрами (табл. 1). Як показує практика, дослідження і використання векторного багаторівневого простору дає змогу вирішувати численні прикладні завдання по формуванню геосоціосистемного візуально-інформаційного комунікативного середовища.

Таблиця 1

## Засади і концепти дизайну геосоціосистемного середовища

Загальні	Екологічні
людина ентральний організатор соціосистемного середовища, носій соціокультурних традицій і виконавець усіх функціонально-технологічних процесів;	збереження природного середовища, матеріального та духовного ресурсу сформованого дизайн-простору, використання "природного" генерування форм і образів, різноманіття прийомів і засобів їх формотворення;
дизайнерська діяльність пов'язана з трансформацією вихідного багатовимірного (менш організованого) простору в простір з проміжно-кінцевою організацією, кожному виміру простору ієрархічної просторової системи надається конкретне функціональне навантаження;	створення умов біологічної, соціальної та просторової адаптації людини і соціальних спільнот, використання в середовищі природних компонентів ландшафтного дизайну в нерозривності їх природно-екологічних зв'язків;
будь-яка ситуація є складовою процесу, який розвивається в просторі і часі; використання в проектній діяльності позитивних урбоекологічних, архі- тектурних, конструктивних і технологічних рішень на засадах сталого розвитку;	створення дизайнерського продукту з використанням ресурсо- і енергоощадних, нешкідливих і безвідходних технологій виробництва, проектування об'єктів з тривалим терміном служби з урахуванням подальшої утилізації, можливості розподілу та вторинного використання сировинних матеріалів, з мінімальною шкодою для екології;
широке використання властивостей ландшафтних засобів формування середовища для забезпечення різноманіття предметних форм і відтінків його образного змісту;	використання традиційних та нових екологічно безпечних матеріалів, економія природної сировини завдяки зниженню матеріаломісткості;
урахування особливостей природно-географічних і кліматичних чинників регіону експлуатації об'єкта, "життєвого циклу продукту";	розвиток інженерної екології, створення "живих" виробів та машин, використання принципів біодизайну як одного із екологічних напрямів проектно-культури;
створення багатофункціональних містобудівельних систем, різноманітних архітектурно-просторових структур у контексті концепції сталого розвитку, прийомів перетікання природного середовища в штучне і навпаки;	охорона і відтворення природного середовища як умови життєдіяльності людини, формування і розвиток екологічної культури, органічного способу життя соціальної спільноти за допомогою засобів дизайнерської діяльності;

## Продовження таблиці 1

Загальні	Екологічні
використання в предметному дизайні та дизайні середовища мультисенсорики, поєднання аромату і акустики;	кожна дизайнерська розробка повинна забезпечуватися системною екологічною і соціально-економічною оцінкою соціальних та економічних ресурсів на засадах сталого розвитку;
забезпечення людині психологічного комфорту та повноцінного естетичного освоєння навколишнього середовища, врахування індивідуальних потреб із запитів кожної особистості.	прогнозування і оцінка можливих негативних наслідків дизайнерської діяльності для навколишнього середовища.

Дизайн візуально-інформаційного середовища прийнято розглядати в широкому контексті формування цілісних соціокультурних систем – гармонійного структування процесуального, предметного і середовищного аспектів а також програм організації таких систем. Проектування просторово-предметного середовища – складний організаційний і творчий процес, що передбачає світоглядно орієнтоване осмислення і дослідження проблеми, розвиток інноваційних та конвергенційних технологій формування об'єкту проектування.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Мигаль С.П. Дизайн середовища: проблеми та перспективи / С. Мигаль. // Вісник НУ „Львівська політехніка”. „Архітектура” - Львів: в-во НУ „Львівська політехніка”, 2012. - № 728. - С. 197-202.
2. Мигаль С.П. Дизайн просторово-предметного середовища в контексті нових технологій вимог сталого розвитку / С. Мигаль // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: 36. наук, праць за ред. Даниленка В.Я. Харків: ХДАДМ, 2011. - №5. - С. 64-67;
3. Прайд В., Медведєв Д. Феномен ХВІС-конвергенції: Реальність и ожидания [Електронний ресурс] // В. Прайд, Д. Медведєв. — 2008. — Режим доступу: <https://1:pan5iitapaniz-831a.gi/soп1enI/yiel/498/110/>

---

**Tugcan Guler**  
*Assoc.Prof., Dokuz Eylul University*  
*Faculty of Fine Arts Graphic Department*  
*İzmir, Turkey*

## MAPS AS AN INFOGRAPHIC MEDIUM

Maps are extensively used in information design and have become one of the most important resource for users. In this paper it's discussed specially designed maps having a purpose of giving information to the audiences. Geographical maps are not in this context.

It's certain that people need more and more maps and wayfinding systems as the World population increases and users are moving around more than ever (Hartmann 2007). Cities have become places that have layers consisting of different transportation units. Users of railways, highways, tunnels, bridges and pedestrian ways needs maps. It's not easy to build a map targeting a large user group. And also, there's no clear formula for mapmaking. A map designed for a hospital may not be efficient for a subway system. As Wayne Hunt clearly stated, "It's going to be wise to use common sense because of the difficulty of reflecting design into calculations" (HUNT, 2004, s25).

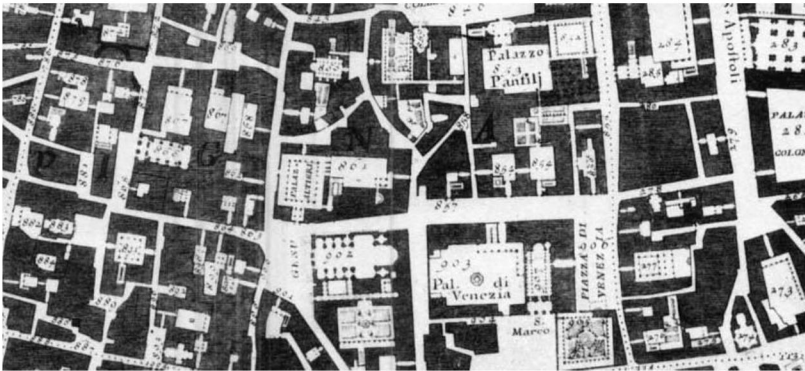


Fig. 1. Nolli's Map of Rome, Rome – Italy. Resource: NOLLI, 1748

Nolli's Map of Rome, 1748, one of the earliest efforts of current mapmaking approach. In this map, Nolli not only used geographical marks but also name of places, groups of information and brief explanation. One can clearly state that Nolli's map became a guide rather than a standart map (Figure 1).



Fig. 2. London Subway System Map, London, Original Artwork: Henry Beck. Resource: [www.tfl.gov.uk](http://www.tfl.gov.uk), 2007

When looking for early attempts, Henry Beck's Map of London Subway system, 1935, can be stated as the very first proper mapping project (Figure 2). In his map, Beck, designed horizontal, vertical and 45 degrees lines for representing subway paths, so that he decided not to use unnecessarily information, as no one can see the paths because the train go underground. Since the passengers travelling underground in dark tunnels, they have no visual reference for understand realistic path of subways. So, there's no need to visualize this "information". The information of curvy lines can only cause confusing. Beck used diagonal lines while putting the stations in the exact place, so the users can read the maps very easily. The simplification of Beck's map eliminated unnecessarily information, but still gives proper ones, so that users' perception is not confused. Beck's approach to the underground maps are widely used around the World today.



Fig. 3. London Bus Lines Map, London, Designer: Transport for London. Source: [www.tfl.gov.uk](http://www.tfl.gov.uk), 2007

Despite the success of subway map, Beck's same design approach for buses was left within a few years. The environment played a key role in this decision. Roads of buses can be curvy or straight, but unlike subway paths there're so many visual references that users can follow the road. So, Beck's



diagonal map a never match with the realist path (Figure 3). This is why while the original Beck's design for subway system is still used today, maps of bus lines was re-built based on geographical structure.

One can be state that there're two fundamental aim of maps:

1. Maps must tell its audience as "you are here" and help them to have references based on familiar forms or locations. Unfamiliar points can be defined for some Familiar or known places. Therefore, users can have a better understanding.

2. Maps must help audience for defining their way and setting up the direction or the place they wish to go. The map should easily be perceived and give a number of references creating link between the map and the environment. Maps are the most fundamental part of finding a way. Anyone focusing a map looks for answers for such questions: "Where am I?", "Where am I going to?" and "How can I reach there?".

Among all these efforts, it shouldn't be expected to get perfectly understood maps by everyone. Human behavior and perceptions may vary. In addition, these variations can never be calculated. Adding the needs of user groups and removing confused context will definitely rise functions of the map and prevent variations between users. As Katz clearly stated, maps as a part of infographic project must appear exactly when users need them (Katz, 2005).

## REFERENCES

1. HARTMANN, Frank; "After Neutrath: The Quest for an "Inclusive Form of the Icon", October 31, 2007, <http://homepage.univie.ac.at/frank.hartmann/texte/neurath.html>
2. HUNT, Wayne; "Ten Easy Pieces", *SegdDesign*, No: 4, 2004, page 22.
3. KATZ, Joel; "Some Thoughts About Mapmaking", *SegdDesign*, No: 9, 2005.

---

**Betül Uslu Özkan**  
*Lecturer, Proficiency in Art, Dokuz Eylül University*  
*Faculty of Fine Arts, Graphic Department*  
*İzmir, Turkey*

## **THE EFFECTS OF DIVERGENT MATERIAL AESTHETICS ON TYPOGRAPHY**

Digitalization, which started with the introduction of the computer in the 1980s, continues to have an impact today. Designers who want to get rid of this effect prefer to carry out their designs in various ways in order to be on the human side of the computer. Among these methods, DIY (Do It Yourself) projects have an important place. Do It Yourself productions are intended to rediscover the importance of handmade. In this discovery, the effect of the material on production is noticeable. Twemlow says that many designers alienated from the sameness of work produced by the limited possibilities of popular software have discovered that the process of producing something with manual labor is physically satisfying. She also points out that the graphic designers who can look at the design from the local level has also increased the value of their works.

In this transformation, it has seen that aesthetics of divergent materials have used by the designers against the computer to create a provocative and shocking effect in the designs. Among those who use this method; Massine is from the pre-computer period, Anton Beeke is from the period when the computer was popular, and Sagmeister, whose name we often heard, was chosen from today. These names have been the subject of the study with their distinctive productions.

Thanks to design programs possibilities of today, we can easily twist and distort the writing. In the 1960s, when Massin did not have the possibilities of today, he forced the opportunities of his time to make stunning works. Throughout his working life, Massin has tried many different materials to visualize the relationship between human voice and typography. In one of his experiments, he works on Édith Piaf's' "*La Foule*" song.

He wants to visualize typography with the tone of Piaf's voice. Massin tries to create typography with the help of photography, and can't get results as he wants. He then make tests with rubber and balloon, which is a more flexible material. Due to its spherical structure, the balloon cannot provide space to allow for smooth printing on its words. The condom, which is as flexible as the balloon but has a smoother surface, is the most

suitable material for the project. He prints the lyrics of the song “*La Foule*” on condom and stretches them with the help of a selobant and then takes photos of them. As a result of Massin's experiments, in the works that turn into typographic designs, the words fly in the air as if they were leaping out of the mouth of the singer. These experiments make with condom help create fluent typographic structures.

Anthon Beeke, who uses unusual methods and visualizations in his works, attracts attention during his period in the design world. The poster is designed entirely by typography, stands out from other works in stunning visuality. In 1989 Beeke creates UABC (Uruguay, Argentina, Brazil, Chile) poster with various divergent materials such as meat, cactus and feather, it protects impressiveness even if today.

Each letter in the poster expresses the value of a country to which it belongs. The U-shaped feathers are define Uruguay, emphasize “Guarani” which means the river of painted birds in the local language. A-shaped plants are the first letter of Argentina, signifies the huge cacti in the Tilcara valley. B-shaped meat is the first letter of Brazil, signifies the Brazil being one of the world's leading names in live animal products. The feathers forming the letter C of Chile are a reference to the value of Chile products made with wool. Beeke strengthens the meaning of the poster with its extraordinary / divergent materials that visualize the content and draw all the attention.

Nowadays, Sagmeister's fictions show similarity with Anthon Beeke's amazing and interesting typography. The divergent materials used in their works and the visual effects they create, interacts with time, make the audience very surprised and think. According to Sagmeister, style is a temporary condition that reflects the trend of the day. Therefore design must be clear, shocking and makes the audience think. In this case, the style is an unnecessary thing that blurs design.

Sagmeister takes a year off to work on his own private project. He chooses one of his note which is “*Things I Have Learned In My Life So Far*” as the title of the project and implements all of the notes under this heading. These works which composed of small memos about Sagmeister own life, exhibited on large billboards, just as grand father's writing motto signs when Sagmeister was a little boy. The approach of Sagmeister in exhibiting his works in this installation series can be seen as the abandonment of art galleries by the contemporary artists.

In this project “*Everything I do Always Comes Back To Me*” sentence visualizes word by word with different materials by Sagmeister. Because of word “Everything”. “Comes” word is formed with sausages and dipped on needles just like a spell made with voodoo doll. The next word “Back” supports this situation. In this case, the word “Comes” becomes personalize and becomes Sagmeister himself. The design of the aircraft

images behind the word To Me which is the last part of the sentence, designed to show that everything always comes back to the Sagmeister.

Massin for giving typography more fluent expression, he uses condom which is divergent material for visualize the voice perfectly. However nowadays designers use the divergent material not as an assisting element, but as the main element of design. This is the result of the fact that typography is not the object of a design, but a subject of design.

In studies is mentioned, a balance in which mind and emotion coexist. Works that focus on this research are uniquely and against consumption, defective against mass production and beyond reach the masses and even beyond interdisciplinary. With these studies, typography is now a design object; itself of design.

## BIBLIOGRAPHY

1. Twemlow, A. (2008). *What is graphic design for?* (Trans. D. Özgen) İstanbul, Türkiye: YEM Publishing.
2. Wolff, L. (2007). *Massin*. (Trans. T. Selous) New York: Phaidon Press Limited.
3. Heller, S. (1999, May 5). Tibor Kalman, 'Bad Boy' of Graphic Design, 49, Dies. *The New York Times*.
4. Heller, S. (2004, Kasım 5). *STEFAN SAGMEISTER: STYLE + FART = LANGUAGE: Aiga*. Aiga: <http://www.aiga.org/stefan-sagmeister-style-fart-language>
5. Spector, N. (2008). States Of Wonder. In S. Sagmesiter, *Things I Have Learned In My Life So Far*. New York: Ambarms.
6. McLuhan, M., & Fiore, Q. (2012). *The medium is the massage*. İstanbul: MediaCat Publishing.

Наукове видання

# **СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА ТА ДИЗАЙНУ**

Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції

5 – 9 листопада 2018 р.

---

Оригінал-макет підготовлено на кафедрі дизайну ХНТУ  
Комп'ютерна верстка Семеняк Н.В.

---

Підписано до друку 02.11.2018 р.  
Формат 60x84 1/16. Папір: офс.  
Замовлення № 13052  
Ум. арк. 14.72. Наклад 30 примірників.

Надруковано у видавництві ХНТУ  
73008, м. Херсон,  
Бериславське шосе, 24, каб. 338,  
тел. (0552) 32-69-93.  
E-mail: [vidavnitztvo.hntu@gmail.com](mailto:vidavnitztvo.hntu@gmail.com)

