

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

КОСІВ Василь Михайлович



УДК 7.05:64(100)“19”

**НАЦІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ І ГЛОБАЛІЗАЦІЯ
ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТ.**

Спеціальність 05.01.03 – технічна естетика

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата мистецтвознавства

Харків – 2003



7.05
658, 912.2
Дисертацією є рукопис

Роботу виконано у Львівській академії мистецтв
Міністерства освіти і науки України

Науковий керівник: доктор мистецтвознавства,
професор Львівської академії мистецтв
Боднар Олег Ярославович

Офіційні опоненти: доктор мистецтвознавства,
професор кафедри культурології
Національної юридичної академії України
ім. Ярослава Мудрого, м. Харків
Шило Олександр Всеволодович

кандидат мистецтвознавства,
професор кафедри дизайну Харківської
державної академії дизайну і мистецтв
Бойчук Олександр Васильович

Провідна установа: Національна академія образотворчого
мистецтва і архітектури, кафедра теорії
та історії архітектури і синтезу мистецтв
Міністерства культури України, м. Київ

Захист відбудеться: 10 червня 2003 р. о 15 годині
на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.109.01
у Харківській державній академії дизайну і мистецтв
за адресою: 61002, м. Харків, вул. Червонопрапорна, 8.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківської державної
академії дизайну і мистецтв (61002, м. Харків, вул. Червонопрапорна, 8).

Автореферат розісланий 6 травня 2003 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Омельченко О. М.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Друга половина ХХ ст. була позначена складними і неоднозначними процесами в усіх сферах суспільного життя. Графічний дизайн цього періоду, виконуючи функцію візуального спілкування, відображає цю різноплановість, а також документує тенденції та напрямки культурно-мистецького життя. З іншого боку, твори дизайну, як масові комунікативні продукти, впливали на розвиток суспільства, витворюючи нові системи цінностей та виховуючи почуття приналежності до певної спільноти.

Актуальність теми. Проблематика графічного дизайну не стала поки що об'єктом спеціальної уваги української мистецтвознавчої науки. Перебуваючи серед технічних наук (підрозділ – “технічна естетика”), ця галузь була пов'язана з дослідженнями ергономіки, практичного застосування графічних знаків тощо. Невирішеними залишалися проблеми впливу технологічних, економічних, соціальних, національних чинників на стилістику творів графічного дизайну.

Актуалізація питання національних особливостей і глобалізаційних тенденцій пов'язана зі синхронністю процесів національного відродження в Україні та загальносвітової культурної уніфікації, які наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. нерідко вступають у протиріччя. Проблеми національного й інтернаціонального в художній творчості досліджувалися і радянськими науковцями, проте їхні роботи характеризуються залежністю від ідеології та тенденційністю у підборі матеріалів. За роки незалежності в Україні з'явилися публікації, які піднімають питання національного стилю в мистецтві та дизайні й виступають антитезами до тверджень попередніх авторів. Набула також поширення теза про творення “української національної моделі дизайну”. Однак більшість публікацій як радянського, так і пострадянського періоду, поставала не внаслідок ґрунтовних наукових розробок, а політичної кон'юнктури часу. Автори, користуючись псевдо-науковою методологією, вживали переважно ідеологічні аргументи. Натомість відсутні праці, які б, опираючись на конкретні твори, повною мірою висвітлювали питання національних особливостей та глобальних тенденцій у графічному дизайні. Більшість робіт на означену тематику відзначається односторонністю висвітлення проблеми. Радянські дослідники перебільшували роль інтернаціоналізації, натомість у пострадянських публікаціях часто розглядався лише національний аспект і недооцінювалися глобалізаційні тенденції. Взаємопов'язаність національного та глобального, їхня залежність від спільних чинників, а також неоднозначність, що характерна для більшості процесів другої половини ХХ ст., переконують нас у хибності розгляду цих питань окремо і важливості проведення синтетичного дослідження.

Актуальність роботи визначається також загальносвітовим зацікавленням проблемами національних різноманітностей і глобалізації графічного дизайну. До цієї теми звертаються конгреси і конференції Міжнародної Ради Асоціацій Графічного Дизайну – Ікограда (Icograda) наприкінці 90 – початку 2000-х років.

Актуальність дисертації зумовлена потребами української дизайн-освіти, в якій недостатньо уваги приділено теоретичним проблемам другої половини ХХ ст., а також невисоким рівнем вітчизняного графічного дизайну, зумовленим складнощами перехідного періоду і формуванням нових культурних цінностей. Вивчення відповідних явищ другої половини ХХ ст. в інших країнах допоможе сформуувати теоретичне підґрунтя для майбутньої дизайнерської практики в Україні.

Зв'язок роботи з науковими та навчальними програмами, планами, темами.

Тема дослідження стала складовою частиною плану науково-дослідницької роботи кафедри промислової графіки Львівської академії мистецтв на 1999 – 2002 роки. (Протокол № 12 засідання кафедри від 02.06.1999 р.). Попередні результати були апробовані автором у навчальних програмах курсів “Проектування”, “Історія шрифтів і типографіки”, “Психологія реклами”, “Історія графічного дизайну”.

Метою роботи є виявлення особливостей національних моделей графічного дизайну другої половини ХХ ст., глобалізаційних тенденцій, а також використання мотивів національного мистецтва у творчості дизайнерів.

Поставлена мета передбачала вирішення таких завдань:

- вибрати твори графічного дизайну, які відображають проблематику дослідження;
- розробити поняття “національної моделі графічного дизайну”; виявити національні моделі графічного дизайну другої половини ХХ ст., класифікувати їх за способом формування, вивчити їхні стилістичні та комунікативні особливості;
- визначити проблеми розвитку графічного дизайну в Україні, висвітлити особливості становлення українського дизайну 90-х років ХХ століття;
- розкрити мотивації творення нових національних моделей у 90-х роках ХХ – початку ХХІ ст. та запропоновані способи їхнього формування;
- визначити глобальні стильові напрямки графічного дизайну другої половини ХХ ст., з'ясувати їхнє походження, теоретичне підґрунтя та способи поширення;
- виявити приклади запозичення та повторного використання мистецьких і проектних засобів у графічному дизайні, їхню транснаціональну природу;
- визначити особливості використання мотивів національного мистецтва у графічному дизайні як ідентифікуючого засобу, а також їхню роль у творах, пов'язаних з естетикою постмодернізму.

Об'єктом дослідження є твори графічного дизайну, що виконували функцію візуальної комунікації в усіх сферах суспільного життя другої половини ХХ століття.

Предметом дослідження виступають процеси і засоби формування національних моделей, а також глобалізаційних тенденцій у графічному дизайні.

Хронологічні і територіальні межі. Хронологічно дослідження обмежується другою половиною ХХ ст. і двома роками ХХІ ст., оскільки у цей період змінилася природа візуальної комунікації, що призвело до стильових і технологічних змін у дизайн-творчості, а також теоретично-філософському трактуванні об'єкту дизайну. Окреслені роки стали визначальними для становлення професії графічного дизайну,

творення національних асоціацій та їхнього об'єднання у міжнародні організації. *Територіальні межі* дослідження зумовлені завданнями дисертації, виконання яких передбачало залучення матеріалу з різних регіонів світу. Для розгляду національних моделей був обраний графічний дизайн Японії, Кореї, Ірану, Швейцарії, Італії та Польщі. Для вивчення особливостей формування нових моделей залучені матеріали з Хорватії, Росії, Австралії, Південно-Африканської Республіки, Зімбабве, Республіки Гвінеї та ін. Окремо виділено характеристику графічного дизайну в Україні. Глобалізаційні явища та використання національних мотивів ілюструються роботами також зі США, Німеччини, Греції, Нової Зеландії, Індії, Перу та деяких інших країн.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети застосовувався системний підхід до матеріалу: стилістика творів розглядалася разом з чинниками її формування та у зв'язку з особливостями функціонування. Тут вжито аналітичний метод дослідження. Для з'ясування взаємодії різних тенденцій і виявлення цілісної картини використовувалися методи порівняння та синтезу. Термін "національні моделі" відображає застосований метод моделювання. При конструюванні моделей використано абстрагування. Виходячи з прикладних характеристик графічного дизайну, його визначено як форму візуального спілкування. Аналіз творів проводився з урахуванням комунікативних особливостей та синтаксичної структури.

Наукова новизна дисертації полягає в наступних положеннях і результатах:

- Дана робота є першим комплексним дослідженням процесів національної диверсифікації та глобальної уніфікації графічного дизайну другої половини ХХ ст.
- Уперше введено в науковий обіг поняття національної моделі графічного дизайну. Вперше зроблено поділ моделей за способом формування, розширено та вдосконалено визначення їхніх стилєвих та комунікативних особливостей;
- Отримало розвиток питання національної моделі графічного дизайну в Україні. Вперше визначено мотивації та способи творення нових моделей в інших країнах.
- У дисертації вперше визначено сукупність чинників глобалізації графічного дизайну, з'ясовано їхню стилістику та способи її поширення.
- Уперше виявлено специфіку використання мотивів національного мистецтва у графічному дизайні для виконання політичних, економічних і психологічних завдань візуальної комунікації, а також у зв'язку з естетикою постмодернізму.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що в ній проаналізовано і науково обґрунтовано роль національних моделей у формуванні обличчя графічного дизайну другої половини ХХ ст., а також чинників його стандартизації, уніфікації і стилєвої одноманітності. Це сприятиме розумінню особливостей окресленого періоду та впливу процесів, що лежать поза сферою дизайн-творчості, на становлення шкіл і напрямків у графічному дизайні. Робота сприятиме також активізації подальших досліджень і розробки теоретичної проблематики цієї галузі.

Практичне значення роботи полягає у можливості застосування її положень:

- Для оцінки етно-психологічних, культурних, соціальних, економічних, політичних,

технологічних та інформаційних чинників у розвитку графічного дизайну і врахування їх у державних програмах розвитку українського дизайну.

- У вузівській практиці при читанні теоретичних спецкурсів з історії графічного дизайну, психології візуальної реклами та інших, а також при проведенні занять з графічного проектування і вирішення конкретних завдань візуальної комунікації.
- У професійній діяльності дизайнерів, пов'язаній з проектуванням систем корпоративної та державної ідентифікації, рекламних кампаній тощо.

Апробація результатів дисертації здійснювалась у 13 доповідях на всеукраїнських та міжнародних наукових конференціях: “Проблеми мистецької та дизайнерської освіти в Україні та шляхи її інтеграції в європейський простір” (Івано-Франківськ, 1999 р.); “Мистецька освіта в Україні на порозі III тисячоліття” (Львів, 1999 р.); XXXIX, XL і XLI науково-творчі конференції професорсько-викладацького складу ЛАМ (Львів, 2000, 2001, 2002 роки); “Дизайн 2000” (Херсон, 2000 р.); “Образотворче мистецтво та дизайн в інформаційному просторі сучасного суспільства” (Харків, 2001 р.); “Реклама і дизайн ХХІ сторіччя: освіта, культура, економіка” (Київ, 2001 р.); “Проблеми художньої та дизайнерської освіти” (Харків, 2001 р.); “Розвиток національної моделі дизайну і образотворчого мистецтва в умовах глобалізації сучасного світу” (Харків, 2002 р.); “Реклама і дизайн в умовах глобалізації вищої освіти та інформаційної інтеграції” (Київ, 2002 р.); “Сучасний художній процес і проблеми творчої молоді” (Львів, 2002 р.); “Дизайн-освіта 2003: досвід, проблеми, перспективи” (Харків, 2003 р.).

Публікації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження відображені у десяти статтях, три з яких опубліковані у фахових спеціалізованих виданнях з мистецтвознавства, що входять до відповідного переліку ВАК України.

Структура роботи. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Повний обсяг дисертації – 397 с., обсяг основної частини – 177 с., список використаних джерел (196 найменувань) – 15 с., додаток А (311 ілюстрацій) – 202 с., додаток Б – 3 с.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовується актуальність теми дисертації, характеризується стан наукового опрацювання проблеми, визначаються мета і завдання, предмет та об'єкт дослідження, подаються його часові й територіальні межі. Там же вказується наукова новизна, теоретичне і практичне значення роботи, особистий внесок пошукувача, надається інформація про апробацію основних результатів дисертації.

Розділ 1. Історіографія проблеми. Джерельна база і методи дослідження містить аналіз літератури, дотичної до проблеми, інформацію про джерельну базу дисертації та виклад використаних методів дослідження.

Зазначено, що проблематика роботи знайшла висвітлення в публікаціях різного характеру. Відповідно з дотичністю до об'єкта та предмета дослідження використану

літературу розділено на три умовні групи: 1) естетико-філософські та культурологічні праці, в яких вивчаються проблеми національного та інтернаціонального, а також глобалізаційні процеси другої половини ХХ ст.; 2) література, присвячена історії графічного дизайну, публікації про окремих авторів чи осередки, інтернет-вузли національних спілок графічного дизайну; 3) монографії, статті, що висвітлюють тему національного і глобального в дизайні, у тому числі матеріали Ікограда.

1) Проблемами розвитку та інтернаціоналізації національних культур займалися радянські автори Є.Зінгер, Ю.Петров, Е.Акопджанян, М.Пархоменко, І.Ляшенко та інші, але їхні праці були покликані доповнювати й аргументувати ідеологічні положення панівної системи – тому перебували у дискурсі ідеологічної боротьби. Глобальні зміни, що сприяли уніфікації, знайшли висвітлення у роботах зарубіжних авторів (М.Мак-Люен, Олвін і Гейді Тоффлери, Ф.Фукуяма, Т.Фридман, Л.Колаковський), де визнавалися об'єктивними наслідками цивілізаційного розвитку.

2) Дизайн окремих країн висвітлювався у збірниках Всесоюзного науково-дослідного інституту технічної естетики (ВНДІТЕ), але матеріали, присвячені графічному дизайну, становили невеликий відсоток у порівнянні до промислового та дизайну середовища. Цінними джерелами дослідження стали фундаментальні зарубіжні видання з історії графічного дизайну. Створені переважно американськими й англійськими авторами (Ф.Мерс, С.Хеллер, Ф.Хайген, К.Мак-Дермотт та інші), вони стали основою “заходо-центричного” трактування розвитку галузі.

У розділі підкреслена роль зарубіжних періодичних видань, присвячених візуальній комунікації. “Communication Arts”, “Print”, “AIGA Journal”, “Emigre”, “Critique” в США, “Eye” у Великобританії, “Form” у Німеччині, “Graphis” у Швейцарії, “Projekt” у Польщі, “Graphic Design” у Японії – ця періодика відіграла важливу роль в утвердженні статусу дизайнера-графіка та піднятті професійного рівня творів. У більшості видань об'єктом критики виступають художні та прикладні характеристики робіт, автори не виходять за рамки конкретних творів та їхнього середовища і, тим більше, не звертаються до таких проблем як національне та глобальне у візуальній комунікації. До винятків зараховано публікації в журналі “Graphic Design” (Японія) у 70–80-х роках. Його автори (К.Екуан, Д.Еарл, С.Янагі, Дж.Хоаші, С.Седжі та інші) сповідували теоретичний погляд і філософський підхід до проблем дизайну. Важливий внесок в актуалізацію питань національних особливостей та інтернаціональної єдності, здійснив редактор журналу М.Кацумі.

Зазначено, що брак публікацій на теми національного та глобального у даній галузі походить від нестачі досліджень теоретичних проблем графічного дизайну взагалі та відсутності опрацьованих колекцій творів. Це стосується і країн, де дизайн-практика перебувала на високому рівні. Однією з причин названо модерністичну ідеологію, яка заперечувала минулі досягнення, була скептичною до сучасного і спрямована в майбутнє, що особливо позначилося на публікаціях 50–70 років.

Починаючи зі середини 60-х років до теоретичного опрацювання проблем

графічного дизайну зверталася Ікограда. Організовуючи виїзні конференції та конгреси, вона активізувала наукову діяльність авторів у багатьох країнах. Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. тематика виступів особливо нав'язується до проблем глобалізації та національного виразу в дизайні. Доповненням до друкованих матеріалів, присвячених дизайнерським осередкам, стали електронні публікації на інтернет-вузлах національних асоціацій графічного дизайну, а також на вузлі Ікограда.

3) Серед робіт, які комплексно висвітлюють проблеми національного та інтернаціонального в дизайні, виділено працю С.Хан-Магомедова “Національне та інтернаціональне в сучасній архітектурі”. Не погоджуючись з твердженнями марксистської літератури, що пов'язувала класовість і соціальний характер зі змістом твору, а національні особливості з його формою, автор розкриває природу національних особливостей, котрі, на його думку, формуються під впливом різних чинників, у тому числі “своєрідністю психічного складу нації”. Автор вважає помилковим трактування національних особливостей лише як зовнішніх ознак і закликає розмежовувати поняття “національних особливостей” і “національних традицій”, які неоправдано взаємопідмінюються. Нової актуальності зазначені питання набули наприкінці 90-х років у праці К.Кондратьєвої “Дизайн і екологія культури”, де наводяться приклади національних шкіл дизайну в Японії, Фінляндії та Італії. Дослідниця вважає, що традиції органічно влітаються у сучасний вигляд художнього проектування, але не детермінують його повністю. Роль, яку С.Хан-Магомедов відводив поняттю “національних особливостей” як основі національного дизайну, К.Кондратьєва адресує “орієнтації на етнокультурну ідентичність”.

Присвяченою проблемам національного й інтернаціонального в дизайні, є книга Д.Ейнслі “Націоналізм та інтернаціоналізм. Дизайн у ХХ столітті”. Вона побудована на протиставленні “інтернаціоналізму” і “націоналізму”, до якого додаються міркування про “глобалізм” і “регіоналізм”. Не позбавлена методологічних і термінологічних огріхів, ця праця загалом є важливою для розуміння складності проблеми, що особливо проявляється у постановці останньої.

Питання “національного стилю” у графічному дизайні набуло нового відтінку в роботах В.Олінса, за твердженням якого створення візуального “бренду” нації, подібно до торгових марок, стимулює інвестиції, допомагає просуванню товарів та послуг на міжнародному ринку. На думку автора, український дизайн не має свого виразного стилю, і від цього страждає насамперед економіка країни.

В Україні проблеми національного та глобального в дизайні актуалізувалися у другій половині 90 – на початку 2000-х років, що відобразилося на наукових конференціях з проблем мистецької та дизайнерської освіти і практики. Однак значна частина виступів і публікацій були побудовані на псевдо-науковій методиці та популістських закликах. І лише поодинокі автори (Ю.Легенький, О.Боднар, О.Бойчук, С.Антонович, І.Юрченко), торкаючись питання національної моделі та глобальних впливів на дизайн в Україні, використовують науковий підхід і формують цінні

для нас висновки. Зберігається таке ж, як і в радянські часи, співвідношення мінімальної кількості досліджень на теми графічного дизайну стосовно інших його видів.

Джерельна база сформована матеріалами міжнародних біенале графічного дизайну 60 – початку 2000-х років у Варшаві (Польща) та Брно (Чеська республіка), колекціями Варшавського Музею Плакату, Львівського музею історії релігії, творами з приватних колекцій в Україні та Польщі. Твори, що розглядаються у роботі, були репродуковані в альбомах і періодичних виданнях в Україні, Польщі, Росії, Швейцарії, США, Японії, а також у згаданих вище виданнях з історії графічного дизайну. Використано публікації, що репродукують матеріали всесвітніх та регіональних виставок, конкурсів у різних країнах. У дослідженні використовуються електронні матеріали і публікації Ікограда та національних спілок графічного дизайну.

Методи дослідження визначено у залежності від поставлених завдань та згідно зі специфікою об'єкта. Для вивчення особливостей окремих явищ застосовувався аналітичний метод дослідження. Проте для з'ясування взаємодії різних тенденцій та виявлення цілісної картини використовувалися методи порівняння та синтезу. У вивченні графічного дизайну окремих країн використовувався метод абстрагування, який полягав у відході від тих властивостей і ознак об'єкта, що не впливають на предмет дослідження, та зосередженні уваги на якість, котрі були суттєвими для даної роботи. Для створення узагальнених концепцій графічного дизайну в окремих країнах і конструювання “національних моделей” застосовувався метод моделювання. Певна ідеалізація моделей спричиняла деякі невідповідності до оригіналу, які однак вважалися несуттєвими; зате конкретні подібності – важливими і такими, що стали предметом дослідження. У роботі застосовувався історичний метод дослідження, більшість процесів розглядаються в діахронному вимірі. Разом з тим, проводяться паралелі в рамках одного періоду, розгляд об'єкта проводиться у синхронному вимірі. У дослідженні вживалися поняття і термінологія суміжних наукових дисциплін і дотичних галузей. При аналізі механізмів конструювання візуальних повідомлень вживалися лінгвістичні терміни, особливостей функціонування у торгівлі і рекламі – терміни маркетингу, впливів технологій на стилістику творів – термінологія комп'ютерних програмних продуктів.

Розділ 2. Національні моделі графічного дизайну другої половини ХХ ст.

У розділі запропоновано визначення і введено поняття “національна модель графічного дизайну”, яке окреслюється як унікальна система комунікативних та образно-формальних особливостей творів у межах однієї країни. У розділі розглядаються японська, корейська, іранська, швейцарська, італійська і польська національні моделі. Окремо виділено проблеми розвитку графічного дизайну в Україні та країнах, які перебувають на стадії теоретичного обґрунтування власних моделей.

2.1. Моделі, сформовані на основі національних традицій. Передумовами виникнення цих моделей були відповідні характеристики національного мистецтва, що стали основою творів графічного дизайну в другій половині ХХ ст.

Японська модель графічного дизайну містить впливи таких традиційних видів мистецтва, як “моншо” (родинні та корпоративні емблеми), “укійо-е” (кольорова гравюра), “манга” (розповіді в малюнках) і каліграфія. Їхні графічні властивості спонукали дизайнерів до прямого використання. Однак більшість робіт, створених у рамках моделі, відзначаються національним підходом до проектування при повній відсутності формальних елементів національного мистецтва. Традиції національного мистецтва виступають вужчим поняттям стосовно його національних особливостей, котрі проявилися в роботах Тадаші Огаші, Ріуїчі Ямашіро, Юсаку Камекура, Кацумаса Нагаї, Ікко Танака, Коїчі Сато, Каору Касаї, Таданорі Йоко та інших авторів. Вони характеризуються ілюзією руху, уявна кульмінація якого проминула або ще не наступила. Кульмінаційний момент залишається для уяви глядача, чим підсилюється емоційна дія образу. Японські автори передають простір, глибину, використовуючи кольорові та тональні розтяжки; виявляють особливе ставлення до незаповненого поля. Композиції будуються за принципом асиметричного балансу, створюючи додаткову напругу образу. Порожнє поле наповнене змістом, у чому проявляється зв'язок з буддійським розумінням порожнечі як очищення. Використовуючи різні зображальні засоби японські автори об'єднувалися за принципами організації простору. Іншою об'єднуючою якістю був синтаксис комунікації, що надавав пріоритет символічному образу над зображенням предмета.

Корейський графічний дизайн характеризується використанням традиційної системи письма “хангул” як національно-ідентифікуючого елемента. У творчості Мюнг-Кванг Квон, Джае-О На простежувались японські впливи; разом з тим у країні проводилися пошуки національної графічної ідентичності. Лідером цього руху у 80 – 90-х роках став Ан Санг Су, творчість якого побудована на типографіці. Використовуючи нерідко західні прийоми дизайну (нашарування різнофактурних зображень), його роботи вирізняються корейською формою, що базується на каліграфічній традиції. У творах дизайн-студій “Ан Графікс”, “601 Бісанг” та інших написи, поруч з інформативною функцією, відіграють роль декору. Писемні символи накладаються на зображення як фактура, уподібнюючись до традиційного орнаменту. При використанні національної системи письма як ідентифікуючого елемента, проектні прийоми звужуються лише до типографіки. Але таким чином корейський дизайн творить формальну сторону національної моделі, де унікальна графіка письма певним чином ототожнюється з національним стилем у графічному дизайні, оскільки вони однаковою мірою є засобами візуальної комунікації.

Іранська модель графічного дизайну сформувалася під впливом мистецької традиції давньої Персії, свідомо впроваджуваної авторами, що відобразилося у самоідентифікації професійної спільноти. Симетрична збалансованість композицій, ажурне членування елементів, фактурна ритмічність площин – ці особливості перського мистецтва у другій половині ХХ ст. відобразилися у творах графічного дизайну. Мортеза Момаєз, Гобад Шіва й інші прямо використовували книжкову

мініатюру та каліграфію, але зустрічалося й абстрактне трактування традиційних мотивів, де модерністичні зображальні прийоми укладалися в традиційні структури та композиції. Твори, пов'язані з ісламістською революцією 1977 – 1979 років, відображають, з одного боку, поєднання інтернаціональної ідеології з національною графічною традицією, а з іншого – національної духовної спадщини з інтернаціональною стилістикою графіки. У творчості іранських авторів кінця ХХ ст. (Маджід Аббазі, Реза Абедіні) історичні мотиви співіснують з асиметричними композиціями і типографікою, нашаруванням різномірної інформації.

2.2. Моделі, сформовані на основі стильових особливостей, творилися у європейських країнах. Модерністична скерованість західного мистецтва спонукала дизайнерів шукати нові, відмінні форми візуалізації повідомлення.

Швейцарська модель графічного дизайну сформувалася навколо осередків у Базелі та Цюріху, де працювали Тео Балмер, Макс Білл, Еміль Рудер, Армін Гофман, Йозеф Мюллер-Брокман та інші автори. Її становлення пов'язане з теоретичними та практичними досягненнями Баухауза. Принципи функціоналізму, об'єктивного структурування інформації втілювалися у побудові композицій за модульними сітками; останні визначали типографіку, фотографію та ілюстрації. Швейцарські дизайнери переважно використовували літери без засічок; у рамках цієї моделі були створені нові шрифтові сімейства. Фотографія трактувалася як об'єктивне зображення, яке ілюструє зміст, не визначаючи композицію, а вписуючись у наперед задану структуру. Синтаксис комунікації полягав у прямій передачі повідомлення, без авторської інтерпретації змісту. Окреслені принципи поширилися за межі країни і стали основою “інтернаціонального стилю” у графічному дизайні. У 90-х роках стилістична одноманітність швейцарської моделі порушилася Нікlausом Трокслером, Мельхюром Імбоденом, Ральфом Шрайфогелем та іншими, які застосовували плюралістичні підходи в проектуванні. Але і їхні роботи характеризуються структурним методом проектування: спочатку визначається сітка, розділена на модульні частини; окремі елементи, нанизуючись на неї, утворюють цілість.

Італійська модель графічного дизайну проявилася переважно у творах, пов'язаних з промисловістю. Джованні Пінторі, Джуліо Конфалоньєрі та інші автори відтворювали технологічні особливості абстрактними зображеннями, котрі не були ілюстраціями продукту, а символічно показували відлагодженість, ергономічність, нові технології. Дизайнери організовували аркуш відповідно до суб'єктивного чуття композиції, кольорова гама диктувалася не стільки функціональними завданнями, як емоційним сприйняттям. Роботи 50 – 70-х років відзначаються великими, виразними формами, активним колоритом, динамічною взаємодією прямокутника формату та зображення. Впливи швейцарської моделі простежувались у творчості Джуліо Конфалоньєрі та Мікеле Спера і виражалися у використанні статичних модульних структур. У 80-х роках більшість італійських авторів відкинула модерністичний, функціональний підхід до проектування. Для

групи “Мемфіс” функціональність стала другорядною категорією по відношенню до форми, фактури та кольору. Загалом характер італійського графічного дизайну визначався північним регіоном країни, котрий за духом був ближчим до Швейцарії і не мав зв’язку з національними традиціями в етно-культурному їх розумінні.

Польська модель відзначається нетрадиційними для графічного дизайну техніками, індивідуальними почерками, використанням стилістики модерністичних напрямків образотворчого мистецтва, дитячого малюнка чи “народного примітиву”, що було викликане, зокрема, невисоким рівнем додрукарських технологій та друку. Генрик Томашевські, Ян Леніца, Вальдемар Свежи, Роман Цеслевіч, Лех Маєвські, Пьотр Кунце формували “концептуальні зображення”, застосовуючи техніки акварелі, пастелі, аплікації, колажу, працюючи акрилом і крейдою, використовуючи рукописні шрифти, які інтегрувалися в зображення. Становленню моделі сприяла Варшавська Академія Мистецтв, де студентів заохочували реагувати на сучасні напрямки живопису, фотографії та кіно, застерігаючи їх від вузького професіоналізму. Включаючи до своїх творів прийоми сюрреалізму, експресивного абстракціонізму, поп-арту, вихованці Академії виконували освітню роль в суспільстві. Польська модель відзначалася особливим синтаксисом комунікації та логічними прийомами візуалізації повідомлення, що полягали у використанні метафор, метонімії, почутті гумору, а також у трактуванні глядача, як рівноцінного партнера.

2.3. Графічний дизайн в Україні. Становлення національних моделей у 90-х роках ХХ ст. Згідно з визначенням поняття національної моделі зазначено, що графічний дизайн в Україні не сформувався як національна модель, оскільки не відзначався ані унікальними стилістичними, ані комунікативними особливостями. Частина українських прикладних графіків працювала згідно з ідеологічними обмеженнями, котрі визначали також загальноестетичні рамки. Інші формували свій почерк під впливами “інтернаціонального стилю”, польської моделі графічного дизайну, а також синхронних загальномистецьких течій. Більшість авторів вирішувало комунікативні завдання, використовуючи ілюстративні прийоми образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва. Протягом 90-х років графічний дизайн в Україні користувався спадщиною “радянської стилістики”, а також був під впливом російського дизайну. Це проявилось у великих геометризованих формах, заповнених локальними кольорами, а також в особливостях синтаксису передачі повідомлення. Іншою тенденцією були спроби конструювання “національного стилю”. Поширеним засобом “національного забарвлення” графічного дизайну було використання шрифтів з елементами рукописного уставу, друкованого напівуставу, барокового скоропису, котрі були переважно декоративними і мали акцидентне застосування. У творах дизайну використовувалися зображальні елементи доби Київської Русі, “козацького бароко”, “українського модерну”, орнаментальні мотиви народного декоративно-прикладного мистецтва. У пошуках національного виразу більшість авторів звертали увагу на проблеми форми і формотворення, натомість недостатньо

уваги приділялося комунікативним аспектам. Пошуки національного стилю проводилися переважно у площині використання зовнішніх ідентифікуючих ознак.

У 90-х роках ХХ ст. спроби конструювання національного стилю у графічному дизайні спостерігалися у постколоніальних країнах, котрі не мали можливостей самовираження в попередній період, а також у регіонах, де розвиток дизайну був неможливим через економічні причини. Відмінне забарвлення мали такі рухи в економічно розвинених країнах, де графічний дизайн перебував на високому рівні, але невизрадною залишалася національна ідентичність візуальної мови. В одних випадках мотиваціями були патріотичні почуття і процеси відродження національної культури, в інших – прагнення бути впізнаним на міжнародному ринку й отримати економічну вигоду. Проаналізувавши приклади теоретичних пошуків та спроби їх практичного втілення з Південно-Африканської республіки, Нової Гвінеї, Австралії, Сингапуру, Гон-Конгу, Куби та інших країн, оцінено їх як абстрактні та декларативні. Особливим прикладом нової моделі, що почала формуватися протягом 90-х років ХХ ст., є російський графічний дизайн. Його основу складає стилістика радянської прикладної графіки, а також російські національні особливості синтаксису комунікації, що разом творять доволі органічну єдність форми та змісту.

Розділ 3. Глобалізація графічного дизайну другої половини ХХ ст.

У розділі розглядаються тенденції графічного дизайну до уніфікації, з'ясовуються причини стильової одноманітності.

3.1. “Інтернаціональний стиль” у графічному дизайні 50 – 70-х років.

Безнаціональність та безособовість як критерії універсалізму. Підрозділ з'ясовує питання формування та поширення “інтернаціонального стилю”. Його швейцарське походження визначило основні формальні та комунікативні ознаки: організацію формату за модульною сіткою, використання шрифтів без засічок, а також лаконічність, підкреслену функціональність. Представники “інтернаціонального стилю” вважали себе не митцями, а “засобом для поширення інформації” в суспільстві; прагнули застосувати науковий, раціональний підхід до вирішення проблем комунікації, відкидаючи суб'єктивізм і самовираження. Цінувалося пряме і нейтральне представлення візуальної та вербальної інформації, чітке структурування елементів, відкидалося усяке прикрашання. Важливою місією надіялися нові шрифтові розробки. Найпопулярнішими серед них були “Універс” і “Гельветика”, котрі, завдяки багатству накреслень, дозволяли єдиному шрифтовому сімейству забезпечити пластичну гнучкість усього твору.

Автором з'ясовано, що за безнаціональними ознаками до “інтернаціонального стилю” був близьким “типографічний експресіонізм”, який виник у США в 60-х роках ХХ ст. У Сполучених Штатах потенційними споживачами могли виступати люди різних націй, представники різних культур, з відмінними поняттями про естетичні категорії. Тому важливою засадою комунікації була толерантність, а завдання дизайнера полягало у візуалізації змісту найбільш нейтральними засобами.

Створюючи типографічні композиції, дизайнери застосовували такі властивості шрифту, як насиченість, похилість, різноширинність, відкритість і замкненість форм, округлість і гострота, статика, динаміка, ритм, фактурність тощо. Необхідним образом чи ідеям у графічному дизайні знаходились асоціативні відповідники у графіці літер, – таким чином простими шрифтовими засобами ілюструвалися складні поняття. Твори дизайну отримували універсальну та понаднаціональну досконалість, яка добре сприймалася цілим американським суспільством.

Підрозділ висвітлює також ідею створення піктограм як “наднаціональної візуальної мови” та конкретні приклади її реалізації на Олімпійських іграх, Експовиставках, у метрополітенах. Масару Кацумі в Токіо і Саппоро, Ленс Ваймен у Мехіко, Отл Айхер у Мюнхені та інші дизайнери при розробці піктограм намагалися створити символ об’єкта, а не репродукувати його в деталях. У проектуванні цих знаків застосовувався принцип модульності елементів, які повторювалися.

3.2. Графічний дизайн у транснаціональній економіці та міжнародній торгівлі. У підрозділі розкриваються проблеми візуальної ідентифікації транснаціональних корпорацій, а також локальних підприємств, які виходили на міжнародний ринок. Вимоги до їхньої графічної ідентифікації передбачали створення стильово “нейтральних” систем. З’ясовано, що нейтральність графічного виразу зумовлювалася завданням привернути увагу ширшої цільової аудиторії. Значна частина фірмових знаків була логотипами, характер яких визначався візуальними властивостями літер, що його складали. У 60 – 70-х роках набули популярності емблеми, що мали вигляд геометризованих, абстрактних за формою знаків. Їхній зміст виражався метафорами, які нелегко було розшифрувати без спеціальної інструкції. За синтаксисом комунікації подібна символіка була дуже складною, хоча форми творилися переважно у контексті “інтернаціонального стилю”. На прикладі графічного дизайну паперових банкнот “євро” показано, як економічні та політичні умови спричинилися до нейтральності та непереконливості графічного виразу.

Транснаціональна економічна діяльність у 80 – 90-х роках включала також рекламні кампанії експортованих товарів чи послуг. Рекламні агенції переважно враховували потребу адаптації образу згідно з умовами місцевого середовища. Але, на основі конкретних прикладів, виявлено, що в розумінні більшості спеціалістів адаптація торгової марки та її реклами для національних ринків носила передовсім мовний та змістовий характер, не торкаючись стилістики графічного дизайну.

3.3. Комунікація та нові технології як чинники глобалізації графічного дизайну. У підрозділі аналізуються особливості загальносвітового професійного дискурсу другої половини ХХ ст. Автором визначаються основні глобалізаційні чинники у руслі діяльності Ікограда: вироблення єдиних моральних і професійних принципів у роботі дизайнера; поширення технологічних стандартів; заклики до розв’язання засобами дизайну загальносвітових політичних, екологічних і соціальних проблем. Міжнародні виставки, видання каталогів, особисті контакти авторів сприяли

інформованості про здобутки колег за кордоном, що породжувало стилістичні імітації. Іншою тенденцією було застосування стилістики синхронних напрямків мистецтва: “оп-арту”, “пол-арту” та “гіперреалізму”. Ще одним глобальним напрямком названо “суперграфіку”, яку визначено як маньєризм до інтернаціонального стилю.

Наприкінці 70 – початку 80-х років відбувся перелом у практиці запозичення дизайнерами формальних прийомів окремих стилів. З цього часу застосовуються цитати минулих, чи віддалених географічно, стилів. Уявну “візуальну бібліотеку” дизайнерів поповнили історичні течії ХХ ст., твори отримували вигляд музейних експонатів, створених у відповідності з часом і місцем їхнього походження. Таке пародіювання дизайнерського або мистецького стилю отримало назву “пастіш”. Розглянувши приклади “пастішу” на модерн, конструктивізм, поп-арт, дитячі малюнки, зазначено, що деконтекстуалізована “візуальна оболонка” виражає сучасний зміст.

Уніфікація графічного дизайну походила від єдності комп’ютерних технологій, які надали нові можливості для роботи з графікою. Протягом 80 – 90-х років поширюються твори з накладаннями зображень, прозоростями, розмиттями, що створювало ілюзію глибини, руху, синхронної динаміки подій. Одночасна передача кількох повідомлень і сприйняття кількох зображень відображали інформаційне переваження суспільної свідомості. Подальша динаміка глобалізаційних процесів була спричинена розвитком телекомунікацій. Розглянуті приклади показали, що національною нейтральністю характеризуються інтернет-вузли, пов’язані з наукою, технікою, медициною та у більшості випадків з вищою освітою. З’ясовано, що хоча стилістична подібність творів не була детермінована технологічними засобами (використовуючи стандартні інструменти, автори володіли свободою у способах їхнього застосування), єдині технології стали опосередкованим чинником глобалізації.

Розділ 4. Національні мотиви у графічному дизайні другої половини ХХ ст.

У розділі аналізується використання мотивів національного декоративно-прикладного мистецтва, що включалися у твори графічного дизайну без змін.

4.1. Національні мотиви як засіб візуальної ідентифікації. Зазначено, що національні мотиви, крім декоративних характеристик, несуть семантичне навантаження, – тому в графічному дизайні вони використовувалися як ідентифікуючий елемент, що втілював поняття етносу, нації, держави. Розглянуті приклади застосування національних мотивів у радянських політичних плакатах, у плакаті німецького автора початку 40-х років, на банкнотах української гривні та грошах інших країн, у дизайні інтернет-вузлів з України, Південної Африки, Індії, Кореї, Перу, Нової Зеландії (переважно пов’язаних з туризмом, культурою, мистецтвом) показують, що, не зважаючи на вирішення ідентифікаційних завдань, національні мотиви не стали виразниками “національного стилю”.

Національні мотиви пов’язувалися з середовищем їхнього походження, – тому використовувалися для ідентифікації торгових марок та закладів сфери послуг, пов’язаних з традиційним сільським виробництвом. Національні мотиви виражали

ідею перевірених часом традицій, рукотворність, екологічну чистоту, старовинні рецепти, гостинність, щедрість і якість обслуговування. Візуальні повідомлення формувалися за сценаріями метонімічного типу комунікації, – коли зміст твору полягав не в самому зображенні, а в його первісних контекстних зв'язках.

4.2. Постмодерністичні засади використання національних мотивів.

Підрозділ висвітлює приклади актуалізації національного декоративно-прикладного мистецтва у 80 – 90-х роках у зв'язку з постмодерністичною реабілітацією локальних та історичних течій. Національні мотиви у графічному дизайні стають то фоном для основного зображення, то одним з його компонентів, то додатковим декором виробу. Проаналізовано також “пастіш” творів дизайну на стилістику національних прототипів, у ролі яких переважно виступало декоративно-прикладне мистецтво географічно віддалених народів. Підкреслення культурних відмінностей, акцентування формальних контрастів “незахідного” мистецтва у західних творах були зумовлені пошуками оригінальності та прагненням свіжості стильового виразу. У той час, коли більшість візуальної інформації, яка формувала погляди масового споживача, була скерована в бік модерністської естетики і сучасних принципів проектування, – підкреслена архаїчність, нетехнологічність і непрофесійний характер національних мотивів, що з'являлися у сучасних творах, вдало виділялися у потоці графічної продукції. Постмодерністичні принципи використання національних мотивів у графічному дизайні не передбачали наділення їх змістом візуального повідомлення. Запозичені елементи є очищеними від свого первісного значення. Композиції використовують тільки формальну оболонку; зміст формується іншими засобами. Національні мотиви втрачають свій контекст, їхня прив'язаність до конкретних причин творення чи застосування стає неважливою.

ВИСНОВКИ

1. У дисертації наведено теоретичне узагальнення і нове розв'язання наукової проблеми національних різновидів та глобалізації графічного дизайну, що набула нової актуальності наприкінці ХХ – початку ХХІ століття не лише в Україні. Глобалізаційні процеси, що призводять до стильової одноманітності, викликають диверсифікацію як антитезу. Особливо ця проблема загострюється у постколоніальних чи посткомуністичних країнах. В українському мистецтвознавчому середовищі намітилися риси політизації виступів на дану тему, у чому автор вбачає продовження хибних тенденцій радянського періоду. Проведене дослідження, завдяки неупередженому науковому підходу, містить результати, які дозволяють більш ґрунтовно з'ясувати особливості та внутрішню природу предмета.

2. Огляд історіографії проблеми показав, що більшість авторів з'ясовувала вузькі її ділянки, нерідко з ідеологічно детермінованою суб'єктивністю. Нестача досліджень, близьких до теми дисертації, пояснюється нерозвиненістю графічного дизайну радянського періоду, модерністичною скерованістю в майбутнє західних

авторів, відсутністю наукового підходу в середовищі дизайн-критики.

3. Зібрані й опрацьовані твори графічного дизайну свідчать про стилістичну та функціональну різноманітність, яка представляє предмет дослідження. Процеси, що вивчалися, проявилися у різних формах та різних сферах суспільної комунікації, ілюструються роботами, різними за художніми і технологічними характеристиками.

4. Дослідження виявило невизначеність наукових окреслень національних різновидів графічного дизайну другої половини ХХ ст., що зумовило введення нового поняття “національна модель графічного дизайну”. З’ясовано, що за наявності сукупності комунікативних і формальних особливостей найбільш сформованими були національні моделі шести країн. Поділ національних моделей графічного дизайну на дві групи показав, що моделі Японії, Кореї та Ірану відображають традиції національного мистецтва. Швейцарська, італійська і польська моделі вміщують ідейні та формальні принципи лише сучасних авторів.

5. З’ясовано, що національні моделі різнилися за формальними прийомами проектування. Характерним для японських дизайнерів було образно-чуттєве формування композиції; корейські автори використовували типографічний підхід; в Ірані переважали фактурні прийоми; швейцарські дизайнери застосовували структурно-атомістичні методи; італійські – абстрактне формоутворення, визначене форматом; польські автори творили концептуальні зображення нетрадиційними для дизайну техніками.

6. Комунікативні відмінності національних моделей полягали у способах візуалізації повідомлення. Японські дизайнери застосовували символічний підхід; корейські – лого-центричний; іранські – історично-контекстуальний; у Швейцарії сповідували логічний, об’єктивний підхід; в Італії використовували смислоутворюючі властивості просторових, структурних і кольорових співвідношень абстрактних елементів; у польських творах переважали метафоричні трансформації змісту.

7. Дослідження підтвердило, що відсутність унікальних комунікативних та формальних підходів у графічному дизайні України не дозволяє говорити про сформовану національну модель. Заклики до творення “національної моделі дизайну” реалізувалися спробами етнізації шрифтів, оздобленням творів народним орнаментом, присутністю “національних” образів чи сюжетів. Однак наведені приклади доводять, що сама національна форма, без урахування особливостей національного синтаксису комунікації, не творить національного стилю.

8. Виявлено, що кінець ХХ ст. став початком періоду творення нових національних моделей. Однією з мотивацій цього процесу визначено пошуки антитези глобалізації; іншою – економічне зростання, яке деякі теоретики пов’язують із наявністю в країні “унікальної візуальної мови”. Способами формування нових моделей пропонуються використання традицій національного мистецтва та вивчення комунікативного контексту країни. Виявлено, що у багатонаціональних суспільствах цілість моделі пропонується творити шляхом

додавання окремих національних особливостей.

9. Результатом глобалізаційних тенденцій у графічному дизайні другої половини ХХ ст. визначено уніфікацію прийомів проектування. Вона значною мірою була зумовлена процесами, що відбувалися поза мистецькою і дизайнерською сферою. Формуванню наднаціонального графічного виразу сприяли: транснаціональна економіка, політика інтеграції, розвиток засобів інформації та комунікації, міжнародне спілкування професіоналів, розвиток нових технологій. Проявами глобалізації визначено “інтернаціональний стиль” дизайн піктограм і “шрифтовий експресіонізм”.

10. Дослідження показало, що закордонні контакти дизайнерів, об’єднання у міжнародні організації та інформованість про творчість колег за кордоном породжувала наслідування. Стилістичній уніфікації сприяло використання синхронних та історичних мистецьких і дизайнерських стилів. Визначено, що комп’ютерні технології впливали на графічний дизайн безпосередньо, що виражалося в єдиних можливостях формоутворення, та опосередковано, що визначалося використанням однакових способів візуалізації повідомлення.

11. Аналіз комунікативних якостей об’єкта допоміг виявити, що причинами використання національних мотивів у творах графічного дизайну були їхні ідентифікаційні властивості. З’ясовано, що використання національних мотивів у 80–90-х роках мало також постмодерністичний характер. Доведено, що “пастиш” на стилістику творів декоративно-ужиткового мистецтва був можливим тоді, коли ці мотиви втратили ідентифікуючу функцію і сприймалися лише на формальному рівні.

12. Таким чином, проаналізувавши результати дослідження, автор дійшов висновку, що складність і різноманітність процесів, які відбувалися у графічному дизайні другої половини ХХ ст., застерігають від однозначних формулювань стосовно цього періоду. Різні (інколи протилежні) течії та напрямки часто співіснували в одній країні. У графічному дизайні, з одного боку, відображалися зміни суспільного життя, а з іншого, – як особливий інструмент спілкування, він сам формував нові погляди і цінності, в тому числі й ті, що знайшли втілення на початку ХХІ століття.

13. Положення дисертації доцільно використати у навчальних програмах зі спеціальності “графічний дизайн”, а також увести їх до відповідних лекційних курсів. Результати роботи можуть стати аналітичним матеріалом для вдосконалення державних програм розвитку дизайну в Україні. Вони також допоможуть дизайнерам-практикам у вирішенні конкретних завдань візуальної комунікації.

14. Дисертація відкриває перспективи для подальших наукових досліджень:

- становлення і розвитку графічного дизайну в Україні;
- ролі комунікативних особливостей українського суспільства у творенні української національної моделі графічного дизайну;
- формування ідентичностей під впливом комп’ютерних технологій і телекомунікації;
- зв’язків постмодерністичної теорії мистецтва з національним формальним виразом у графічному дизайні.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Косів В. Графічний дизайн як візуальна мова. Проблеми спілкування // Вісник Львівської академії мистецтв. – Львів: ЛАМ, 1999. – Спецвипуск. – С. 190-194.
2. Косів В. Національні мотиви у графічному дизайні: постмодерністичний підхід // Вісник Львівської академії мистецтв. – Львів: ЛАМ, 2001. – Вип. 12. – С. 88-101.
3. Косів В. Національні мотиви як засіб візуальної ідентифікації у графічному дизайні другої половини ХХ ст. // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Мистецтвознавство. – Тернопіль: Тернопільський державний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2002. – № 1(8). – С. 101-107.
4. Косів В. Українська “гривня” та європейське “євро” – політичні і космополітичні підходи до графічного дизайну // Вісник Херсонського державного технічного університету. – Херсон: ХДТУ, 2001. – № 4(13). – С. 78-81.
5. Косів В. Глобалізація і національні моделі в сучасному графічному дизайні // Пластичне мистецтво. – К., 2002. – № 1. – С. 66-71.
6. Косів В. Глобалізація *versus* національна традиція. У графічному дизайні війна триває // Реклама і дизайн ХХІ сторіччя: освіта, культура, економіка / Вісник наукових праць Інституту підприємництва, права і реклами. – К.: Інститут підприємництва, права і реклами, 2001. – Випуск 2. – С. 135-136.
7. Косів В. Регіональні моделі у графічному дизайні другої половини ХХ ст. // Вісник Харківського художньо-промислового інституту. – Харків: ХХПІ, 2001. – № 4. – С. 87-90.
8. Косів В. Типографіка як засіб глобалізації графічного дизайну // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – Харків: ХДАДМ, 2001. – № 5. – С. 114-116.
9. Косів В. Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини ХХ ст. Питання історіографії проблеми // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – Харків: ХДАДМ, 2002. – № 6. – С. 290-293.
10. Косів В. Графічний дизайн в Україні: проблеми становлення національного стилю // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-методичної конференції “Дизайн-освіта 2003: досвід, проблеми, перспективи”, 24-28 березня 2003 р., м. Харків / за загал. ред. Даниленка В.Я. – Харків: ХДАДМ, 2003. – С. 176-181.

АНОТАЦІЇ

Косів В.М. Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини ХХ ст. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 05.01.03. – технічна естетика. Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2003.

У дисертації розглянуто проблеми національної диверсифікації та глобальної уніфікації графічного дизайну другої половини ХХ ст. Автором введено нове поняття “національна модель графічного дизайну”, яке окреслюється як унікальна система комунікативних та образно-формальних особливостей творів у межах однієї країни. У дисертації вивчаються японська, корейська, іранська, швейцарська, італійська і польська національні моделі. За способом формування національні моделі розділено на дві групи: 1) сформовані національними мистецькими традиціями країни; 2) сформовані стильовими особливостями. Окремо виділено графічний дизайн в Україні та країнах, які перебувають на стадії теоретичного обґрунтування власних моделей. Глобалізацію графічного дизайну другої половини ХХ ст. розглянуто у контексті “інтернаціонального стилю”, “типографічного експресіонізму”, розробки піктограм як наднаціональної візуальної мови. Іншими чинниками глобалізації графічного дизайну визначено: зв’язок з економікою та візуальною ідентифікацією транснаціональних корпорацій; міжнародні контакти професіоналів та інформованість про творчість колег за кордоном; використання стилістики синхронних глобальних напрямків мистецтва та постмодерністичне використання відомих історичних стилів; комп’ютерні технології та засоби телекомунікації. У роботі визначено особливості використання мотивів національного мистецтва у творах графічного дизайну як засобу візуальної ідентифікації та їхнє місце у творах, пов’язаних з естетикою постмодернізму.

Ключові слова: графічний дизайн, візуальна комунікація, ідентифікація, національні моделі, глобалізація, національні мотиви.

Косив В.М. Национальные модели и глобализация графического дизайна второй половины XX века. – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата искусствоведения по специальности 05.01.03. – техническая эстетика. Харьковская государственная академия дизайна и искусств. Харьков, 2003.

Диссертация рассматривает проблемы национальной диверсификации и глобальной унификации графического дизайна второй половины XX века. Автором введено новое понятие “национальная модель графического дизайна”, которое определяется как уникальная система коммуникативных и образно-формальных особенностей произведений в рамках одной страны. В диссертации изучаются японская, корейская, иранская, швейцарская, итальянская и польская национальные модели. По способу формирования национальные модели разделены на две группы: 1) сформированные традициями национального искусства; 2) сформированные стилевыми особенностями. Отдельно выделен графический дизайн в Украине и странах, которые находятся на стадии теоретического обоснования своих моделей. Глобализация графического дизайна

второй половины XX века рассмотрена в контексте “интернационального стиля”, “типографического экспрессионизма”, разработки пиктограмм как наднационального визуального языка. Другими факторами глобализации определены: связи с экономикой и визуальная идентификация транснациональных корпораций; международные контакты профессионалов и информированность о творчестве коллег за рубежом; использование стилистики синхронных направлений искусства и постмодернистическое использование известных исторических стилей; компьютерные технологии и средства телекоммуникации. В работе определены особенности использования мотивов национального искусства в произведениях графического дизайна как средства визуальной идентификации, а также их место в произведениях, связанных с эстетикой постмодернизма.

Ключевые слова: графический дизайн, визуальная коммуникация, идентификация, национальные модели, глобализация, национальные мотивы.

Kosiv V. National Models and Globalization of Graphic Design in the Second Half of the 20th Century. – Manuscript.

Thesis for the candidate degree by speciality 05.01.03. – Technical Esthetics. Kharkiv State Academy of Design and Arts. Kharkiv, 2003.

The dissertation is concerned with the problems of national diversification and global unification of graphic design during the second half of the 20th century, which became pressing at the end of the 20th century and at the beginning of the 21st century worldwide, including Ukraine. The processes of globalization which lead up to stylistic unification call for the diversification as antithesis. This problem became especially acute in post-colonial and post-communist countries. In public addresses and publications of the Ukrainian art critics that subject is strongly politicized. The author has perceived such tendencies as continuation of erroneous trends in art criticism of the Soviet period. The dissertation is the first attempt to ascertain in an unbiased way the most distinctive features and essence of the matter under investigation.

The author has introduced a new concept “national model of graphic design” denoting a unique system of communicational and formal peculiarities of works within the boundary of one country. In the dissertation the Japanese, Korean, Iranian, Swiss, Italian and Polish national models have been subjected to a thorough analysis. National models have been divided into two groups: 1) those formed by national art traditions of the country; 2) those formed by stylistic peculiarities. The national models of Asia have been referred to the first group, European models – to the second group. Thus the division of national models of graphic design into two groups corresponds to a certain extent with the conventional division of the world between “East” and “West”. Graphic design of Ukraine has been given special attention alongside other countries which are at the stage of theoretic motivation of their own models. The following means of

the national coloration of graphic design in Ukraine have been outlined: making use of fonts with historical appearance, pictorial elements of Kyivan Rus' era, "Cossack baroque", "Ukrainian modern", ornamental motives of folk applied and decorative arts. Up till now the majority of scholars have paid close attention to problems of form creation and little attention to communication aspects. Study of national style has been predominantly made on the plane of external evidences. It has been revealed in the dissertation that the graphic design in Ukraine has not been formed as a national model as it does not distinguish itself either by the unique stylistic or communicational peculiarities. Declarations about creating national models in post-colonial and post-communist countries have been evaluated as rather abstract and declarative.

Globalization of the graphic design of the second half of the 20th century has been studied in the context of "international style" and "typographic expressionism", elaboration of pictograms as a global visual language. The connection with economics and visual identification of transnational corporations have been determined to be the factors of globalization of graphic design. It has been ascertained that the main part of emblems of the firms was nationally neutral logotypes or geometric, abstract, simple-shaped signs. Globalization was subserved by international contacts of professionals and their information about the creative work of colleagues abroad, generating borrowings, stylistic imitations and copying. The utilization of stylistics of synchronous global art trends and postmodernistic "pastish" were practised in many countries. Computer technology and telecommunications caused the globalization directly which was expressed in common ways of form creations and indirectly which was determined by making use of identical ways of message visualization.

The dissertation has given determination of using the motives of national arts in graphic design works as means of visual identification of ethnicity, nation and state as well as rural environment and traditional ways of productions. In works connected with postmodern esthetics national motives of geographically distant countries were predominantly used. They did not carry any sapidity and were used as formal elements only.

Having analysed the results of the investigation the author has come to the conclusion that the complexity and diversity of the processes which took place in graphic design in the second half of the 20th century should warn against absolute definitions as to that period. Different (sometimes opposite) movements and trends often co-existed in one and the same country. Graphic design was on the one hand the reflection of changes in social life and on the other hand – as a particular tool of communication – it formed new viewpoints and values itself and among them those which were realized at the beginning of the 21st century.

Key words: graphic design, visual communication, identification, national models, globalization, national motives.

Підписано до друку 23.04.2003р.
Папір друк.№1. Спосіб друку – офсет.
Формат 60х90/16. Умовн. друк. аркушів 1,0
Тираж 100 прим.
Замовл. № 307/2

Друк ВКП фірма «ВМС»
м. Львів, вул. Вузька, 3
тел./факс (0322) 97-05-67, 76-81-11

453851

АВ 55.112

ИЗДАНИЕ

МИСТ