

- Зіновій Штокалко // Українські вісті. – 1949. – 6 лютого = Штокалко З.
Критичні зауваги до стану сучасного кобзарства / Зіновій Штокалко //
Бандура. – 1981. – № 3–4. – С. 11–15.
15. Hornbostel E. Systematik der Musikinstrumente. Ein Versuch /
E. Hornbostel, C. Sachs. – Zeitschrift für Ethnologie, 1914. – Band 46. Hefte
4–5. – S. 553–590.

УДК 7.038.6(4/8):008

Олена Залевська
(Дніпропетровськ, Україна)

УКРАЇНСЬКИЙ ПЛАКАТ: ЕТНІЧНІ ТА НАРОДНО-КУЛЬТУРНІ МОТИВИ

Статтю присвячено дослідженню етнічних та народно-культурних мотивів в українському плакаті. Автор аналізує та систематизує теоретичні матеріали з історії розвитку графічного дизайну в Україні та виявляє особливості дослідження етноспецифічних та національно-культурних мотивів в роботах науковців. Охарактеризовано зв'язок візуальної мови плакату з семіотичною системою. Виявлено дуальну природу українського плакату як графічного об'єкту, що поєднує глобалізаційні та національно-культурні тенденції. Для виявлення етноспецифіки плакату, автор аналізує символіку та культурні коди, як засіб відображення національної самоідентифікації українців в плакаті.

Ключові слова: графічний дизайн, український плакат, семіотична система, культурні коди, символи, етноспецифіка, національно-культурний, історія України.

The article is devoted to the research of the ethnic and national-cultural motives in the Ukrainian poster. The author analyzes and systematizes the theoretical materials on the history of graphic design development in Ukraine and detects the peculiarities of research of the ethno specific and national-cultural motives in the scientific works. The connection of poster visual language with the semiotic system was characterized. The dual nature of the Ukrainian poster as a graphic object that unites the globalized and national-cultural tendencies of the Ukrainian design was detected. In order to determine the poster ethnic specificity, the author analyzes the symbols and cultural codes, as a means of reflection of the national self-identification of the Ukrainian people in a poster art.

Key words: graphic design, the Ukrainian poster, semiotic system, cultural codes, symbols, ethnic specificity, national-cultural, history of Ukraine.

Глобалізація України в світі веде до посилення уваги науковців до культури українського народу. Культура як матеріальна і духовна цінність, закріплюється в надбаннях українців в різних сферах суспільного життя: живописі, музиці, архітектурі тощо. Графічний дизайн – це одна з динамічних сфер розвитку української культури, оскільки дизайн виступає сьогодні дієвим засобом комунікації в соціумі. Графічний дизайн українського плакату відображає різноплановість культурно-мистецького життя українського народу, саме тому йому властиве звернення до національних, етнічних та регіональних чинників, завдяки яким український плакат характеризується власною системою образів, мотивів, цінностей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми. Цінними надбаннями в дослідження національно-етнічної специфіки дизайну є роботи, присвячені національній спрямованості зарубіжних шкіл графіки. Так, Ф. Меггс досліджує місце графічного дизайну в глобальному світу й аналізує вплив глобалізації на візуальну мову графічних об'єктів [23]. Дослідник проводить порівняння національних мотивів творчості на матеріалі робіт дизайнерів Англії, Японії, Голландії; В. Мені аналізує нові концепції розвитку візуальних особливостей плакату в зарубіжній практиці [16] та ін.

Оскільки національна символіка в графічних об'єктах тісно пов'язана з системою символів і знаків, необхідним є звернення до проблем з семіотики дизайну. Графіка сучасного знаку в дизайні аналізується в роботах Т. Єжижанської [8], С. І. Серова [18] та ін.

Дизайн як культурний та національний феномен досліджує Є.Л. Абаїмова. Дослідниця проводить межу між розумінням дизайну як художньої творчості та технічної діяльності, зауважуючи, що першій властиве прагнення досягти естетичного ефекту, для другої – передати точність форми та композиції [1]. Враховуючи, що дизайн є цілісним об'єктом, він передбачає досягнення нової мети, яка поєднуватиме художню творчість та технічні властивості, дизайнери звертаються до використання художніх символів національної орієнтації.

Проблеми дослідження впливу національно-етнічних мотивів розглянуто в роботі Хан-Магомедова [22]. Дослідник аналізує національні та інтернаціональні явища в контексті їх впливу на дизайн сучасної архітектури.

Функції дизайну як культуротвірного явища розглядає В. Пойдіна [17]. Дослідниця зауважує, що дизайн-проекування в українській культурі змінюється після прийняття країною незалежності. Підвищення рівня національної самосвідомості знаходить відображення в комерційних, соціальних та інших видах плакатів.

Національні моделі та мотиви дизайну досліджуються в роботах О.Д. Гладун «До проблеми візуальної мови графічного дизайну України» [4] і «Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України» [5]. Дослідниця приділяє основну увагу розвитку національних мотивів в мистецтві українського плакату Харківської школи [6]. Схожу тематику розвиває в свої роботах В.М. Косів, досліджуючи національні моделі в умовах глобалізації та етнічну специфіку візуалізації графічного дизайну в часових рамках розвитку графічного дизайну другої половини ХХ ст. []. Етнічні мотиви графічного дизайну розглянуто в роботі А.М. Король [13; 14]. Дослідник аналізує трансформації етнічних зображувальних мотивів у графічному дизайні. В результаті дослідження виявлено, що сучасний графічний дизайн (проведений на матеріалі аналізу дизайну грошових знаків) увібрав у себе національні риси та етнічні мотиви, які характерні для українського народу.

Формування цілей статті. Метою статті є дослідження засобів вираження етнічних та народно-культурних мотивів в українському плакаті. Для досягнення поставленої цілі необхідно визначити особливості української символіки, яка спостерігається в дизайні українського плакату, розкрити зразки та стереотипи національної культури українців.

Виокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячено означену статтю. Аналіз наукової літератури показує, що складність дослідження дизайну українського плакату пов'язана з тим, що в графічний дизайн в Україні – це нове й малодосліджене явище, яке тільки розвивається. Окрім того, в сучасному суспільстві спостерігається чітка відособленість етнічних груп та їх культури в державному і національному масштабі. Як зауважує С. Серов у вступній статті до альбому «Польська школа плакату»: «В історії світового дизайну не так багато сторінок, що мають національність» [19]. Національна культура України зазнає впливу світових культур, а тому графічний дизайн України набуває загальнолюдських рис.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Переломним моментом для розвитку національної орієнтації українського плакату стали 50-і роки ХХ століття. Згідно з П.О. Білецьким, в результаті звернення до народних традицій, в цей період змінилися погляди на красу та сутність мистецтва. «Одна за іншою відбуваються спроби проникнути в духовний світ і творчу лабораторію народного мистецтва, а згодом зруйнувати прикордонні стовпи, що тривалий час розділяли мистецтво професійне і народне» [3, с. 36].

Незважаючи на те, що український плакат є частиною глобальної системи

графічного дизайну, його семіотична система та використання образів і символіки дозволяють говорити про його унікальний український національний колорит. Досліджуючи український графічний дизайн у світовому контексті художньо-проектної культури, В. Даниленко зазначає, що «наш плакат можна виділити за особливим національним колоритом, підвищеною емоційністю та специфічним семантично-змістовим навантаженням» [7]. На думку науковця, український плакат в добу сучасності характеризується двома основними складовими: 1) традиційність, тобто звернення до історичних мотивів національної культури; 2) іноваційність, а саме здатність до впровадження нових тенденцій розвитку візуальної мови графічного дизайну в умовах світової глобалізації.

На зв'язку культурологічних функцій дизайну, як семіотичної системи, наголошує російська дослідниця К.А. Кондратьєва [10]. Вона розглядає семіотичні особливості дизайну як засіб комунікації з глядачем, в якому використовуються культурні коди в просторі і часі. Важливе значення в національно-культурній парадигмі мистецтва українського плакату, дослідниця відводить емоційній складовій, гармонійності та оригінальності графічного об'єкту. На нашу думку, емоційність притаманна будь-якому культурному коду, оскільки він містить історично-сформовані уявлення, певні реалії соціально-культурного життя тощо, а тому, мають ціннісне або емоційно-психологічне навантаження на свідомість глядачів.

Тракувати семіотичну природу дизайну можна, як формування національного образу країни, що є знаковим відображенням уявлень нації про свою сутність і роль в історії. Відповідно, український плакат є способом вираження етнокультурної самоідентифікації українського народу. Тому національні мотиви плакату реалізуються головним чином через національні емблеми і символи. Зокрема, сьогодні широко використовуються такі українські символи як Тризуб, прапор України тощо (рис. 1, 2).



Рис. 1. Плакат з циклу акції «Миру – мир!», автор: Метін Емін, Македонія 2014



Рис. 2. Плакат з циклу акції «Миру – мир!», автор: Константин Корнаков, Україна

У якості національних символів можуть виступати відомі пам'ятки української культури: споруди, пам'ятники, визначні місця тощо, які відомі українцям і сприймаються ними як елемент історії. А.М. Король у роботі «Методика трансформації етнічних зображувальних мотивів у графічному дизайні» [12] вводить поняття «етнічного плакату» як складової іміджу країни. Дослідник зауважує, що «Основними характерними елементами сучасного етноплакату України є фольклор, менталітет, артефакти автентичної культури, національний одяг, звичаї, традиції та самобутня культура» [12]. Використання національних знаків у плакатів сприяє досягненню мети створення позитивному іміджу країни, збільшенню її значення в світовому співтоваристві, підвищенню національної свідомості та гордості українців за свою країну, а також загального духу української нації.

Графічний дизайн поєднує в собі технічні можливості та мистецтво. В. Косів зазначає, що національні моделі українського плакату розглядаються головним чином в межах промислового виробництва. Національні символи українського плакату дають уявлення не лише про національну культуру українців, але й пов'язані з комерційними вигодами використання таких символів в економічних, політичних, рекламних та інших видах плакатів, оскільки мають психофізіологічний вплив на свідомість глядача завдяки використанню специфічної семіотичної системи [13, с. 3].

Національна спрямованість українського плакату передбачає вплив існуючої в суспільстві ідеології на засоби візуалізації графічного дизайну. Однак не всі науковці підтримують сліпе слідування традиціям уніфікації. Так, С. Хан-Магомедов виступає проти уніфікації національної форми в графічному дизайні, вважаючи, що це вульгаризує мистецтво [22, с. 201].

Аналіз сучасних українських плакатів показує, що в графічному дизайні поширено використовується українська національна та етнічна символіка. Зокрема, мотиви вишиванки або її фрагментів застосовуються в дизайні книг, календарів, постерів. Завдяки використанню українських символів український плакат візуалізує стереотипи поведінки українського народу, а саме патріотизм, єдність нації, моральність та інші складові, притаманні українській культурі. Слід зазначити, що використання національних та етнічних мотивів однієї культури є нетиповим для використання в іншій культурі, оскільки ускладнює або взагалі робить неможливим її прочитання. Так, наприклад, використання в українському плакаті образів відомих персонажів української культури (герої кінострічок, мультиплікаційних фільмів тощо) може бути незрозумілим для носіїв іншої культури. Як зауважує О.А. Калашнікова, розглядаючи особливості застосування національних моделей дизайну в рекламі: «...інформаційне поле складається не за національними ознаками, а за результативністю впливу образного початку у візуальній мові об'єктів графічного дизайну. Інтенсивний розвиток мультимедіа й невербальних засобів впливу, орієнтованих на кінцевий результат, робить інформаційний простір однорідним, використання національної символіки за межами країни нехарактерно для сучасної рекламної продукції» [9, с. 15]. З огляду на це, можна зазначити, що національно-етнічна складова українського плакату обумовлена культурою. Наприклад, мотив «козаків» неодноразово з'являється в українських плакатах. Козаки символізують силу і міць української нації.

Таке розуміння образу козаків пов'язане з історичною мотивацією, а саме періодом захисту українських земель від татарської навали. Використання образу козака символізує не тільки дух нації, але й риси, властиві йому. Зокрема, ось якими рисами наділяє козаків О.С. Стражний в книзі «Український менталітет: Ілюзії. Міфи. Реальність»: «хазайновитість, сміливість, волелюбність, духовність, сердечність, сентиментальність, відкритість, кмітливість, хитрість, лукавство, свавілля, оптимізм, життєрадісність, почуття гумору» [21, с. 283].

Для порівняння можна навести такі відомі світові символи, які використовувалися в графічному дизайні плакату як: голуб – символ миру; серце – символ життя, здоров'я; природа – символ планети та ін. (рис. 3). Це ті символи, які безпомилково розпізнаються людиною незалежно від приналежності до певної культури.



Рис. 3. Голуб як символ миру в циклі акції плакатів з позитивним слоганом «Миру – мир!»

В українському мистецтві плакату такими символами стають елементи народного декоративно-прикладного мистецтва. Практику використання національних символів в українському дизайні описано в книзі М. Станкевич «Українські витинанки» [20]. Дослідник звертається до аналізу фольклорних мотивів у витинанках В. Корчинського, які використовуються для ілюстративного супроводу повісті «Тіні забутих предків» М. Коцюбинського. Аби дотриматись специфіки графічного дизайну як чорно-білого зображення, художник-дизайнер використовує чорний папір, який наноситься на білий фон. По-перше, ця техніка перегукується з гуцульським народним мистецтвом декорування поверхні, при якому основний тон наносить щільним шаром. По-друге, зображення у витинанці є дуже реалістичними, оскільки художник-дизайнер використовує мотиви українських казок, міфів, образи рослин і тварин тощо, які відображають сутність повісті М. Коцюбинського. Таким чином, візуальні засоби витинанки передають унікальний національний колорит засобами графічного дизайну.

Беручи до уваги, що український плакат пов'язується, в першу чергу, з Харківською школою графіки, національний колорит українського плакату реалізується в роботах харківських дизайнерів. Українські митці трансформують в своїх роботах відомі культурні коди, елементи декоративного мистецтва, українську символіку. Як приклад, можна навести серію плакатів про голодомор в Україні В. Шості ««Вклонімося пам'яті жертв людомору 1933 року» (1990)».

Висновки дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Підсумовуючи вищевикладене, можна зазначити, що український графічний дизайн характеризується дуальністю: він володіє рисами глобальної школи графічного дизайну та власним національним колоритом. Український плакат знаходиться сьогодні в стадії розвитку. Звернення до національно-етнічних мотивів зумовлене увагою до культури України як незалежної європейської країни. Однак, сьогодні ще не можна говорити, про націоналізацію мистецтва українського плакату. Як зауважує С. Серов, «Щоб національна школа набула загально-професійного значення, треба, щоб вона мала риси загально-значимої парадигми, набула концептуальної зрілості, оформленості. І ще – мала харизматичність, пасіонарність, творчу енергію, яка розширює кордони професії, рухає її вперед і робить прикладом для інших» [18]. Отже, національно-культурна та етнічна специфіка мистецтва українського плакату передбачає наповнення сюжету, форми та композицій плакатів українськими матеріалами (символами, знаками, образами тощо). Ці засоби є відображенням української ментальності, а тому їх використання у плакаті втілює в собі національно-культурну спрямованість плакату. Сутність національно та етнічно-маркованої специфіки українського плакату полягає у зверненні до духовної практики українського народу, надбань матеріальної культури, традицій і звичаїв.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі семіотичної системи національних символів в українському плакаті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абаимова Е.Л. *Дизайн как общекультурный и национальный феномен: автореф. дис. ... канд. филос. наук.* – Ростов-на-Дону, 2009. – 25 с.
2. *В Украине стартует проект «Миру — мир!»* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://masterad.com.ua/blog/2014/03/13/в-украине-стартует-проект-миру-мир/>
3. Георгій Нарбут: Альбом / Авт.-упоряд. П.О. Білецький. – К.: Мистецтво, 1983. – 119 с.
4. Гладун О.Д. *До проблеми візуальної мови графічного дизайну України / О.Д. Гладун // Вісник Харківської державної академії дизайну та мистецтва.* – № 5. – 2009. – С. 4246.
5. Гладун О.Д. *Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України / О.Д. Гладун // Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії : Зб. наук. пр.* –

- К.: ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України, 2007. – Вип. 7. – С. 45-49.
6. Гладун О.Д. Харківська школа графіки (друга половина ХХ століття) [Текст]: дис. канд. мистецтвознавства: 17.00.05 / Гладун Ольга Дмитрівна; Харківська держ. академія дизайну і мистецтв. – Х., 2005. – 192 арк.+ арк. 193-367 дод.
 7. Даниленко В.Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури: Монографія. – Харків: ХДАДМ; Колорит, 2005. – 244 с.
 8. Єжижанська Т. Візуальна комунікація / Тетяна Єжижанська // Інформація, комунікація, суспільство: матеріали I Міжнародної наукової конференції ІКС-2012, 25-28 квітня, 2012 року, Львів. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 30-31.
 9. Калашнікова О.А. Зображальний аспект візуальної мови графічного дизайну (на матеріалі плаката): автореф. дис. канд. мистецтвознавства: 17.00.07 / О.А. Калашнікова; Харк. держ. акад. дизайну і мистецтв. – Х., 2011. – 20 с.
 10. Кондратьєва К.А. Дизайн и экология культуры / К.А. Кондратьева. – М.: МГХПУ им. Строганова, 2000. – 105 с.
 11. Королевский В.М. Етнічні мотиви у сучасному українському плакаті / В. М. Королевский // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. – 2011. – № 2. – С. 116-118.
 12. Король А.М. Методика трансформації етнічних зображувальних мотивів у графічному дизайні [Електронний ресурс] / А.М. Король. – Режим доступу: <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/handle/6789/1720>
 13. Косів В.М. Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини ХХ ст.: автореф. дис. канд. мистецтвознавства: 05.01.03 / В.М. Косів; Харк. держ. акад. дизайну і мистецтв. – Х., 2003. – 20 с.
 14. Косів В.М. Національні мотиви як засіб візуальної ідентифікації у графічному дизайні другої половини ХХ ст. / В.М. Косів // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного ун-ту ім. В.Гнатюка (Серія: Мистецтвознавство). – 2002. – № 1(8). – С. 101-107.
 15. Международная плакатная акция в поддержку Украины – «Голос мира» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sostav.ua/publication/mezhdunarodnaya-plakatnaya-aksiya-v-podderzhku-ukrainy-golos-mira-60201.html>
 16. Мэни В. Художественно-коммуникативные особенности современного плаката: новейшие концепции и тенденции развития в зарубежной практике: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения / В. Мэни. – Санкт-Петербург, 2010. – 32 с.
 17. Пойдина Т. В. Культуросоздающие функции дизайнера в современном обществе / Т. В. Пойдина // Национальное наследие и диалог культур как исток духовности современного общества // Научный электронный архив академии естествознания. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://econf.rae.ru/article/7066>
 18. Серов С. И. Графика современного знака / С. И. Серов. – М.: «Линия График», 2005. – 408 с.
 19. Серов С. И. Польская школа плаката: [альбом: учеб. пособие для студентов] / Серов С. И., Кишиштоф Дыдо. – М.: Alma Mater, 2007. – 240 с.
 20. Станкевич М.Є. Українські витинанки [Текст] / М. Є. Станкевич. – К.: Наукова думка, 1986. – 123 с.
 21. Стражний О. С. Український менталітет. Ілюзії – міфи – реальність / О. С. Стражний. – К.: Книга, 2008. – 376 с.
 22. Хан-Магомедов С. Национальное и интернациональное в современной архитектуре // Интернациональное и национальное в искусстве. – М., 1974. – С. 200-274.
 23. Meggs P. History of the graphic design / P. Meggs. – New York. – 1998. – 510 p.