

Руссол Ю.С., магістр, Струмінська Т.В., доц.

Київський національний університет технологій та дизайну

ЗАСТОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ СИМВОЛІВ У ВІЗУАЛЬНІЙ МОВІ УКРАЇНСЬКОГО ПЛАКАТУ

Анотація. В статті розглянуто особливості створення візуальної мови українського плакату за допомогою національно-культурних символів. Викладено основні підходи до використання національних мотивів у графічному дизайні. Наведено приклади української символіки у композиції плакату. Досліджено емоційно-психологічний вплив українського плакату на свідомість глядача завдяки використанню специфічної системи національних знаків та образів, а також їх роль у підвищенні національної свідомості та загального духу української нації.

Ключові слова: візуальна мова; український плакат; національна символіка; графічний дизайн.

Russol Y., Struminska T.

Kyiv National University of Technologies and Design

APPLICATION OF NATIONAL SYMBOLS IN THE VISUAL LANGUAGE OF THE UKRAINIAN POSTER

Abstract. The article considers the peculiarities of creating a visual language of the Ukrainian poster with the help of national and cultural symbols. The main approaches to the use of national motifs in graphic design are presented. Examples of Ukrainian symbols in the composition of the poster are given. The emotional and psychological influence of the Ukrainian poster on the viewer's consciousness through the use of a specific system of national signs and images, as well as their role in raising the national consciousness and the general spirit of the Ukrainian nation is studied.

Keywords: visual language; Ukrainian poster; national symbols; graphic design.

Вступ. Історія розвитку візуально-пластичної мови у свідомості людини і суспільства загалом – це те, що охоплює всі часи нашого існування. Починаючи з давніх часів і продовжуючи сьогоднішнім, наше сприйняття і відтворення навколишнього світу через зображення, їх оформлення та представлення перед іншими проходить мільйони шляхів трансформації та постає перед нами у абсолютно різноманітних виглядах. Задля чіткості термінологічного апарату також варто зауважити, що у сучасних наукових дослідженнях знакові, візуально-комунікативні системи фактично, починаючи з часів палеоліту, називають графічним дизайном. Одним з найцікавіших видів візуальної мови-графіки є плакат.

Український плакат, як цілісне мистецьке явище на сучасному етапі, ще не став предметом дослідження ні з позицій образотворчості, ні з позицій графічного дизайну. Недостатньо уваги приділено значенню його символічної складової та системі семіотичних знаків, які в ньому використовуються.

Іноді створення плаката може бути дуже важким, адже потрібно донести ідею, використовуючи мінімум засобів. У статті ми спробуємо дослідити роль цих засобів у вигляді національних символів: якими вони можуть бути, у чому виражатися та яку інформацію передавати. Також розглянемо застосування цих символів у візуальній мові українського плакату та їх вплив на глядача.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд та охоплення повного спектру національних символів, а також аналіз їх застосування у візуальній мові українського плакату.

Результати дослідження. Плакат завжди був одним з найбільш унікальних та цікавих різновидів графічного дизайну. Водночас він є найскладнішим прикладом рекламного мистецтва, адже потрібно донести ідею, використовуючи мінімум засобів. Плакат та графічний дизайн загалом беруть свій початок ще з часів палеоліту, саме на початку нашого існування зародилося явище зображення чого-небудь, що зараз завдяки науковцям іменується проторекламою. У М. Станкевича можна знайти термін протодизайн, як «той, що передує дизайну» [6]. До протореклами належать також настінні малюнки, міфи, легенди, з яких ми дізнаємося про особливості первісного ладу. Також до протореклами відносять такі два найпоширеніші тогочасні явища як: самоідентифікація, яка виражалась через демонстративну показовість зовнішніх ознак, які відрізняли одну людину від іншої (згодом жителів окремих племен). Це стосувалось особливостей зачіски, одягу, прикрас тощо. Самоідентифікація виконувала насамперед сигнальну функцію, символізацію. В свою чергу, символізація – це наділення різноманітних предметів і знаків додатковими значеннями. За розподілом знакового арсеналу символічними наочними знаками вважаються такі, що в силу закладеного в них візуального образу використовуються для вираження певного, нерідко досить ємкого за своєю значущістю змісту. Існує чимало класифікацій, в основу яких покладено певний аспект розгляду (психологічний, історичний та інші), але в даному разі вони мають меншу спорідненість із зображальними знаковими образами.

Знаково-символьна графіка в останні два десятиріччя набула стрімкого розвитку і проникла як продукт графічного дизайну практично у всі сфери людської діяльності, стала невід'ємною частиною життєвого і виробничого середовища країни. Усвідомлення державної незалежності спонукає нас до пошуку саме тих знаків та символів, які зможуть створити образ національно маркованого продукту, а також осучаснити національні традиції у сфері семіотики та айдентики. Семіотика визначає знак як матеріальний, чуттєво сприйнятий предмет (явище, дія), що виступає в процесі пізнання та спілкування як представник іншою предмета чи явища і використовується для прийому, збереження, перетворення та передачі інформації про замішуваний предмет або явище. Конкретні символи у графічному дизайні можуть передавати інформацію як про бренд, так і про певну національну приналежність. У статті ми розглянемо саме національні символи та їх значення для українського плаката.

Частково торкалася означеної теми О. Лагутенко у своїх книжках «Українська графіка першої третини ХХ століття» [2]. Хронологічні рамки цих досліджень не дозволили зазирнути глибше в історію виникнення українського плакату, хоча влучно діагностували появу національної специфіки. Бажання усвідомити український плакатний поступ також знаходимо у роботі О. Храмової-Баранової, яка визначала, що «одним із найбільш розповсюджених варіантів графічного дизайну став плакат» [1]. Плакат загалом постає як принципово інноваційне явище, а тому можна говорити про його національну маркованість. Дана ремінісценція є вельми важливою для нашого дослідження, оскільки означення «український плакат» і «плакат України» не є тотожними. На думку науковців, терміни «український плакат», «польський плакат», «іранський плакат» тощо означають існування цілісного явища, відповідно, «плакат України», як і «плакат в Україні», більше вказує на існування даного виду мистецтва в даній країні. А. Лагутенко розглядає український плакат як синтез різних жанрів, форм, стилів та художніх напрямків [2, с. 29].

Якщо говорити про технології, а саме про прийоми, використовувані в національному плакаті, то на відміну від художників монументального чи декоративно-прикладного мистецтва, художники-рекламісти повинні розбиратися в тонкощах

споживацької психології. Використання символів є одним із головних способів комунікації з певною аудиторією.

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. На зв'язку культурологічних функцій дизайну, як семіотичної системи, наголошує дослідниця К.А. Кондратьєва [7]. 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 думку О. Залевської, будь-якому культурному коду притаманна така риса як емоційність, оскільки він містить історично-сформовані уявлення, певні реалії соціально-культурного життя тощо, а тому, мають ціннісне або емоційно-психологічне навантаження на свідомість глядачів. Трактувати 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 [3]. 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.

Найбільше завдяки символам національні традиції відображаються у етнічному плакаті. А.М. Король у роботі «Методика трансформації етнічних зображувальних мотивів у графічному дизайні» зауважує, що основними характерними елементами етноплакату України є фольклор, менталітет, артефакти автентичної культури, національний одяг, звичаї, традиції та самобутня культура [4]. В українському етноплакаті йде боротьба інтенсивного пошуку національно навантаженої метафоричної символіки з адаптацією загальносвітових і напрацюванням власних максимально уніфікованих знакових кодів. В.М. Королевський у своїх дослідженнях про етноплакат зазначав, що відображаючи культурні національні цінності (менталітет, традиції, інновації, визначні пам'ятки країни та ін.), він торкається наступних проблем: збереження індивідуальних особливостей держави у глобалізованому світі, самоідентифікації народу, питання буття, життєвої місії нації, ідею безперервності й стійкості національної культурної традиції в її зв'язку з духовними інтересами і пошуками окремої особистості і всього суспільства. Зіставляючи вітчизняний плакат з плакатами інших країн, його можна виділити за особливим національним колоритом, підвищеною емоційністю та семантично змістовим навантаженням: емоційно-чуттєве ставлення українця до світу безпосередньо впливає на художньо-образне вирішення твору [5]. Українському етносу взагалі притаманні містичні переживання, глибокі роздуми над змістом буття, над глобальними проблемами людства. Тому українці спромоглися створити свою плакатну школу, твори якої є більш романтичними, емоційно насиченими, тоншими у психологічних прийомах.

Не дивлячись на традицію розуміння національного через переважно зовнішні символи – наприклад, зображення постатей у національних костюмах, окремо можна

сказати про те, що національних рис набуває ще один символічний спосіб вираження, а саме ним стало шрифтове подання. Спроби відобразити національний характер на більш глибокому рівні були зроблені Г. Нарбутом у своєму плакаті до виставки пам'яті Тараса Шевченка 1920-ого року (рис. 1). Також відомою роботою є фронтиспис журналу «Мистецтво» 1919-ого року, що знаходиться в колекції Харківського художнього музею (рис. 2). Художник творчо опрацював шрифти із Пересопницького Євангелія і навіть сполученням чорного й коричневого кольорів на тлі паперу підреслював спадкоємність від перших книг. Свідченням невідвладності часу нарбутівської спадщини є створення майже через століття цифрових версій його шрифтових гарнітур (їм надано ім'я класика Narbut Abetka, Classik, Contrast, Extra, Whirl), які стали чи не єдиними шрифтами з національною ознакою у сучасному дизайні [8].



Рис. 1

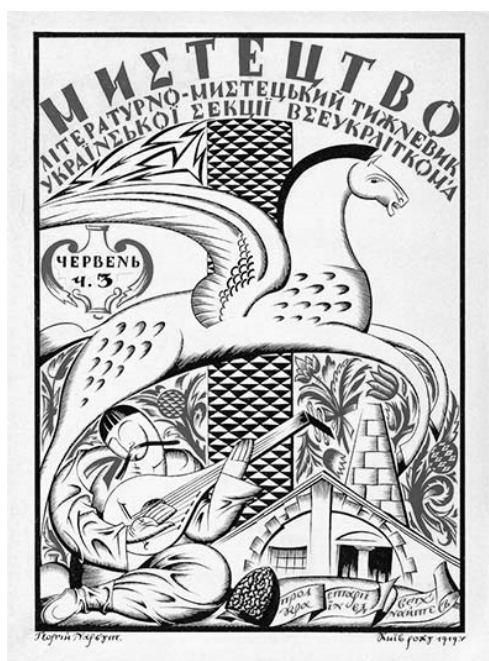


Рис. 2

Фронтиспис також є гарним прикладом використання національних символів не тільки з боку шрифтів, а й ілюстрації, на якій можна побачити козака з народним інструментом під назвою торбан та петриківський розпис на фоні. Так, на основі української історичної й культурної спадщини, Г. Нарбуту вдалося створити національний за формою і змістом український плакат, що вплинув на подальший розвиток вітчизняної графіки та дизайну.

Окрему та особливу роль у формуванні символіки у стилістиці плаката в Україні відіграли народне мистецтво і народні художні промисли. Наприклад, українські графіки I третини ХХ ст. спиралися на певний досвід народних художніх промислів. Національні традиції (візантинізм, українське бароко, захоплення естетичними цінностями та символікою народного мистецтва) ставали підґрунтям для створення ознак української графіки, яка завжди була найбільш динамічним видом творчості – в ній найповніше відобразилися всі зміни художніх течій [11]. Адже паралельно із суто візуальною національною специфікою (костюмовані постаті, українські краєвиди, жанрові сценки, старослов'янські шрифти), плакат України часто використовував в собі різні мистецькі течії, як-то конструктивізм, експресіонізм, кубофутуризм, авангард та інші. Для українського конструктивізму в цілому характерно національне забарвлення, проте цей

пласт практично не відображений в українських наукових публікаціях. В той же час стилістичний аналіз творів українського авангарду виявив, що в подальшому цей пласт живопису вагомо вплинув на плакат. Художники влили в кубістичну монохромність багатобарвну колористику, безпосередність, почерпнуту з надр колективної народної творчості – з кераміки, лубків, вишивок, ляльок, килимів, писанок, кахлів, розпису весільних скринь, бо, на їхню думку, слов'янські народи виявляли свою енергію саме в яскравих мажорних фарбах. Колористичні рішення також можуть бути символом національних мотивів, особливо такі кольори як: синій, блакитний, жовтий, червоний, чорний, зелений тощо.

Іншим яскравим прикладом графічної стилізації може бути використання оп-арту в українському плакаті. В контексті візуалізації національної ідентичності оп-арт використовував такі символи як орнамент, геометрія та колір. Однією із особливостей також є використання у колажі (монтажі) мальованих зображень, спроби графічної стилізації, створення особливої плакатної мови з використанням площин, комбінування лінійних і напівтонових зображень. Особливо цікавими є приклади, де «сучасність» графіки поєднується з національною ідентифікацією. Співставлення абстрактної графіки оп-арту з мотивами народного мистецтва представляє українську ідентичність як актуальну і модну. Стилізація орнаменту, перетворення його на геометричні структури відсилають водночас і до традиції, і до сучасного глобального контексту [9].

Орнаменти є невіддільною частиною іншого національного символу, важливого для українців – вишиваної сорочки. Національний одяг супроводжував людину протягом життя, його одягали як на свята, так і в робочі дні. Тому вишивана сорочка була не простим убором, великого значення надавалося вишитим візерункам на тканині. Такі малюнки могли як принести щастя, так його і відвернути. Вишиванка здавна несе особливе обрядове значення в житті українського народу. За давніми повір'ями, цей образ уособлює у собі здоров'я, чистоту, щасливу долю та родову пам'ять. Тому найчастіше для привернення уваги споживачів у комерційній рекламі використовують образ вишиванки. Варто відміти, вишиванка може уособлювати у собі поєднання зі своїм родом та минулими поколіннями, зв'язок минулого з теперішнім. Це ефективний рекламний символ, тому що здавна українці були вірними своїм звичаям та традиціям, передавали знання від одного покоління до іншого. Українська нація здавна і до тепер пов'язана із землею та працею, тільки в них вона шукала утіху. Сорочка ж супроводжувала буденну працю народу, тому й залишається символом любові до рідної землі, до праці. Працівники у сфері реклами ніколи не забували про історичне минуле країни, тому національний одяг може стати втіленням історії та традицій у різних видах реклами, особливо в українському плакаті [10].

Національна символіка також може знаходити вираження у абсолютно різних видах творчості та їх зображеннях. Це можуть бути писанки, витинанки та інші елементи народного декоративно-прикладного мистецтва, які згодом можна застосувати у плакатному мистецтві.

Висновки. Отже, розглянувши повний спектр різноманітних засобів вираження, ми можемо зробити висновок, що у візуальній мові українського плакату застосовуються наступні національні символи. Державні емблеми та символи: тризуб, прапор України тощо. Шрифти з національними мотивами. Відомі пам'ятки української культури. Це можуть бути споруди, пам'ятники, визначні місця тощо, які відомі українцям і сприймаються ними як елемент історії. Фольклор. Сюди можуть входити як народні традиції, звичаї, так і персонажі казок та міфів, які передавалися поколіннями у розповідях. Національні за та запозичені мистецькі течії, які мали місце в історії України, такі як візантинізм, українське бароко, конструктивізм, експресіонізм, кубофутуризм, оп

арт, авангард тощо. Народна творчість: килими, писанки, розписи та витинанки. Орнамент, геометрія та колір. Національний одяг: вишиванка, шаровари тощо.

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 емоційно-психологічний вплив на свідомість глядача завдяки використанню специфічної семіотичної системи.

Використання національної символіки у візуальній мові українського плакату 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. А формування та наповнення сюжетних композицій національно-культурними засобами вираження у плакаті створює унікальний національний колорит засобами графічного дизайну.

Список використаної літератури

1. Храмова-Баранова О. Л. Деякі сторінки історії розвитку графічного дизайну в Україні у ХХ ст. та його періодизація. Миколаїв: Вид-во ЧДУ імені Петра Могили, 2006. 132 с.
2. Лагутенко О. А. Українська графіка першої третини ХХ століття: загальноєвропейські тенденції та національні особливості розвитку: автореф. дис. ... д-ра мистецтвознавства: 17.00.05 / Нац. акад. образотв. мистец. та архіт. Київ, 2008. 38 с.
3. Залевська О. Ю. Український плакат: етнічні та народно-культурні мотиви. *Етнодизайн у контексті українського національного відродження та європейської інтеграції: зб. наук. праць*. Полтава: ПНПУ імені В.Г. Короленка, 2019. Кн. 2.
4. Король А. М. Методика трансформації етнічних зображувальних мотивів у графічному дизайні. Полтава: Вид. від. ПНПУ імені ВГ Короленка, 2013.
5. Королевський В. М. Етнічні мотиви у сучасному українському плакаті. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство: зб. наук. праць*. Голов. ред. В. Даниленко; редкол.: О. Боднар, Н. Гребенюк. Харків, 2011. С. 116–118.
6. Станкевич М. Протодизайн, концепції і морфологія дизайну. Нариси з історії українського дизайну ХХ ст. Київ, 2012.
7. Кондратьєва К. А. Дизайн и экология культуры. М.: МГХПУ им. Строганова, 2000. 105 с.
8. Будник А. Формування національної специфіки українського видовищного плакату кінця ХІХ – першої третини ХХ століть. Мистецтвознавчі записки.
9. Косів В. М. Оп арт в українському радянському плакаті: абстракція і національна ідентичність. *Вісник ХДАДМ*. 2017.
10. Літвінчук А. Національні символи в українській рекламі. *Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти. ХІІІ Всеукраїнська науково-практична конференція*. Суми, 2017.
11. Горбачов Д. Український авангард: альбом. Мистецтво, Київ: 1996. 400 с.