

УДК 74.002.2

<https://doi.org/10.32461/2226-2180.38.2020.222077>**Цитування:**

Кузьмінець М. П., Тишкевич К. І. Вплив сучасного мистецтва на архітектоніку друкованих рекламних видань. *Мистецтвознавчі записки*: зб. наук. праць. 2020. Вип. 38. С. 35-39.

Kuzminets M., Tyshkevych K. (2020). The influence of contemporary art on the architectonics of printed advertising edition. *Mystetstvoznavchi zapysky*: zb. nauk. prats', 38, 35-39 [in Ukrainian].

Кузьмінець Микола Петрович,
доктор технічних наук, професор, завідувач
кафедри комп'ютерної, інженерної графіки та
дизайну Національного транспортного
університету, академік Транспортної академії
України та Академії будівництва України
<https://orcid.org/0000-0002-9636-919X>
kuzminetsmp@ukr.net

Тишкевич Катерина Іванівна,
заступник завідувача відділу наукової
та редакційно-видавничої діяльності, здобувач
Національної академії
керівних кардів культури і мистецтв
<https://orcid.org/0000-0003-0273-4887>
kyshkevych@dakkim.edu.ua

ВПЛИВ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА НА АРХІТЕКТОНІКУ ДРУКОВАНИХ РЕКЛАМНИХ ВИДАНЬ

Мета роботи. Проаналізувати вплив сучасного мистецтва на архітектоніку друкованих рекламних видань як фактору розвитку візуальних повідомлень з культуротворчими засадами сприйняття світу. **Методологія дослідження** ґрунтується на застосування комплексу інструментів: аксіологічний підхід дозволив встановити закономірності формування, прояву та розвитку друкованих рекламних видань, з'ясування змістовного та ціннісного статусу дизайну в сучасному мистецтві, історичний метод використано для встановлення хронологічної послідовності виникнення, формування та розвитку архітектоніки дизайну рекламних видань. **Наукова новизна.** Полягає у розкритті сутності архітектоніки друкованих рекламних видань та вплив сучасного мистецтва на формування візуального повідомлення. **Висновок.** Отже, зважаючи на комунікативність як основну рису сучасного суспільства, питання впливу сучасного мистецтва на архітектоніку друкованих видань є надзвичайно актуальною. Сьогодні візуальні повідомлення (будь-який продукт графічного дизайну, тобто друковане рекламне видання) програмують не лише наше відношення до світу і до себе самих, вони формують стереотипи поведінки в різних сферах життя. Твори дизайну, так само як і архітектурні, близькі формам модерністського мистецтва, незважаючи на те, що дизайн, що відноситься до архітектоніку увазі художньої діяльності, відділений від архітектури і не тотожний мистецтву. Щоб теоретично обґрунтувати це припущення, можна порівняти мистецтво і дизайн на рівні їх творчих методів. Крім того, мистецтвознавство має бути навантажено специфічним українським матеріалом, починаючи від особливостей національного візуально-пластичного мовлення до особливостей інтеграції України у світову спільноту, узгоджену з українською ментальністю.

Ключові слова: мистецтво, архітектоніка, друковані рекламні видання, візуальні повідомлення

Kuzminets Mykola, D.Sc. in Technical Sciences, Professor, Head of the Department of Computer, Engineering Graphics and Design of the National Transport University, Academician of the Transport Academy of Ukraine and the Academy of Civil Engineering of Ukraine; Tyshkevych Kateryna, Deputy Head of the Scientific Department and Editorial and Publishing Activities, PhD-student of the National Academy of Culture and Arts Management

The Contemporary Art Influence on the Architectonics of Printed Advertising Editions

Purpose of Research. The purpose of the research is to analyse the influence of contemporary art on the architecture of printed advertising publications as a factor in the development of visual messages with cultural principles of the world perception. **Methodology.** The methodology of the research is based on the use of a set of tools: axiological approach has allowed to establish patterns of formation, manifestation and development of printed advertising publications, elucidation of the content and value status of design in contemporary art, historical method has been used to establish chronological sequence of formation, formation and development of advertising design architecture. **Scientific Novelty.** The scientific novelty is to highlight the essence of the architecture of print

advertising and the influence of contemporary art on the formation of visual communication. **Conclusion.** Thus, the authors have defined the communicativeness as the main feature of modern society, the issue of the influence of modern art on the architecture of printed publications. Today, visual messages (any product of graphic design, printed advertising) form stereotypes of behavior in various spheres of life. Works of design, as well as architectural, are close to the forms of modernist art, despite the fact that the design, related to the architectural sense of artistic activity, is separated from architecture and not identical to art. To theoretically substantiate this assumption, we can compare art and design at the level of their creative methods. In addition, art history should be reviewed with specific Ukrainian material, ranging from the peculiarities of the national visual and plastic speech to the peculiarities of Ukraine's integration into the world community in accordance with the Ukrainian mentality.

Key words: art, architectonics, printed advertising editions, visual messages

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю пошуку у вітчизняній науці особливого впливу сучасного мистецтва на архітектоніку друкованих графічних видань, яка не лише засвідчує зміни художніх парадигм, а й актуалізує візуально-пластичне мислення, проявляє нові форми національного та індивідуального духовно-творчого буття. Зазначена тема стосується не тільки класичного мистецтвознавства, поєднуючи в собі філософські, етнографічні, психологічні та семіотичні засоби аналізу візуальних повідомлень [1] з новими філософсько-культурологічними засадами сприйняття світу.

Аналіз досліджень та публікацій. Оформленню видань присвячено праці таких науковців: Б. Валуєнка «Способи композиційного зв'язку», В. Іванов «Техніка оформлення періодичної преси», В. Шевченко «Режисюра та архітектоніка видання». Питання теорії композиції висвітлено у роботах: В. Ляхова, А. Сидорова, В. Фаворського,

Мета роботи. Проаналізувати вплив сучасного мистецтва на архітектоніку друкованих рекламних видань як фактору розвитку візуальних повідомлень з культуротворчими засадами сприйняття світу.

Виклад основного матеріалу. Мистецтво є оригінальною, незалежною, самодостатньою діяльністю, чого не можна сказати про дизайн, що своєрідно поєднує в собі як художню, так і науково-технічну творчість. З цього випливає, що художній метод є частиною методу дизайнерської діяльності. Оскільки дизайн по своїй суті та походження є похідним від мистецтва, остільки очевидна первинність творчого методу мистецтва і того знання, яке він виробляє стосовно творчого методу дизайнерської діяльності та її продуктів.

Художнє знання, зафіксоване в образах мистецтва, так само, як і знання наукове виконує інструментальну роль стосовно практичної дизайнерської діяльності. Діалектична взаємодія мети і засобів дозволяє теоретично і практично пов'язувати різні види діяльності: «Те, що було метою в одній системі діяльності, стає засобом в іншій системі» [2, 28]

Образи мистецтва ХХ ст. стають в дизайні засобом, що формує спроможності предметних форм висловлювати і абстрактно або предметно зображати певні ціннісні і смислові значення. В особливо це помітно там, де майстру-творцеві необхідно домогтися естетично різючих рішень, що призводять до виникненню емоцій у споживача рекламної продукції [3].

Сучасне мистецтво – мистецтво, що відображає погляди і проблеми сучасного суспільства та особистості. Сучасне мистецтво може об'єднувати в одному творі кілька базових елементів, наприклад, зображення, об'ємну форму, звук, світло, колір, слово.

Тому метод дизайнерської діяльності, маючи відносно самостійні чотири установки (пізнавальну, оціночну, творчу, знакову). Принципи творчого методу дизайну визначають свідомий, спрямований характер дизайнерської діяльності. Вони змінюють своє значення залежно від системи цінностей дизайнера і від кінцевих вимог з боку споживача. Дизайнери, які вважають себе творцями, кожен по своєму, по-різному пізнають, оцінюють і перетворюють дійсність.

Образи мистецтва, проникаючи в дизайн, дозволяють гармонізувати предметно просторове середовище. При цьому твори дизайну так само, як і твори мистецтва, виступають не тільки частиною дійсності, а й продуктом уявлення про людину і людському, про соціально значущих ідей і цінностях. З давніх часів людина відіграє провідну роль в матеріальному світі. Предметні форми, що містять яскраво виражений художній образ, враховують не тільки фізичні, психофізіологічні особливості людини, скільки відображають духовні, чуттєві, соціокультурні потреби.

У дизайні друкованих видань на сьогодні присутня мода на мінімалізм та плоскі форми, складні візерунки та елементи оформлення все більше втрачають свою популярність. Однак, не можна говорити про їх недоречності зовсім, так як витончений, раціонально підібраний орнамент додає виданню шарму і чарівність. Орнамент в даний час використовується практично у всіх видах мистецтва: живописі, скульптурі, графіці,

архітектурі, дизайні та декоративно-прикладному мистецтві. Його можна спостерігати в таких напрямках і течіях сучасного мистецтва, як поп-арт, оп-арт, інсталяція, боді-арт, ленд-арт, стріт-арт тощо. Також орнамент застосовується в дизайні інтер'єрів, одягу, ландшафтному, архітектурному, книжковому, графічному і веб-дизайні. Постійно художники створюють нові візерунки, проте, деякі, відомі орнаменти, не втрачають своєї популярності і в наші дні. Найбільш активно використовуються геометричний і рослинний орнаменти.

Засоби художньо-композиційної гармонізації дизайну, пластика, світло, зображальні елементи, фактура утворюють у сукупності специфічну знакову систему, мову архітекtonіки, що спирається на певні стереотипні асоціації.

За визначенням В. Шевченко [4, 72], мова архітекtonіки – це сукупність різноманітних засобів, прийомів і елементів виразності форми видання. Мова архітекtonіки друкованого видання, як будь-яка знакова система, має свою лексику, граматику та фонетику. Використання лексики із дотриманням правил граматики дозволяє скласти модель конкретного видання, а фонетичні прийоми додають емоційного забарвлення.

Інші науковці А. Кисельов, В. Бакшин, Л. Кудрявцева [5, 45], наголошують на тому, що мова архітекtonіки – це елементи виразності, інформативності форми видання, що виконують інформаційно-естетичну, архітекtonічну функцію, що дозволяє відобразити характер видання та викликати певні емоції й естетичне враження, допомагають сприймати інформацію.

Палітра архітекtonіки містить у собі групу найважливіших засобів цілеспрямованого художнього виразу суті предмета і взаємозв'язку внутрішнього змісту і зовнішнього образу/ До того ж архітекtonіка охоплює структуру і композицію, поєднує структурний та зображальний аспекти видання через змістові та конструктивні зв'язки, визначає найважливіші риси видання (загальний вигляд, формат, пропорції тощо).

Система тристороннього архітекtonічного аналізу, розроблена на прикладах творів мистецтва, у друкованому виданні розглядається за такими спрямуваннями [6]:

- образно-змістовна, яка визначає направленість друкованого видання, тобто враховується категорія споживачів;

- просторово-пластичної, що визначає зображальну структуру видання, ритмічність, склад зображальних елементів, ця позиція дає можливість проаналізувати композиційні елементи (лінійні, об'ємні, кольорові, силуетні

тощо);

- фактурно-декоративної, надають можливість сконцентруватися на представленій сторінці видання, на фактурних елементах, на лінійних формах, чорно-білих або кольорових зображеннях.

Під час взаємодії трьох композиційних елементів створюється "цілісна картина", яку можна розглядати як загальну, систематичну композицію видання, як архітекtonіку просторово-образного ансамблю, яка створює "просторове існування слову" та взаємодію композиції тексту, композиції архітекtonічної, що на основі конструктивної організації видання, та зображальної композиції переходить у закінчене друковане видання[6].

До вирішення проблеми візуалізації інформації через упорядкування мовних систем сучасних візуальних комунікацій та до культивування гармонійного світосприйняття спонукає до формування нової інформаційної цивілізації. Стрімкий розвиток науки техніки, супроводжений зміною суспільства на інформаційне, безпосереднім чином вплинув на основні тенденції та розвиток дизайну як на територію існування, завдяки інтернету, так і на технічні виражальні можливості, завдяки комп'ютеру, фотокамері, засобам друку.

Теорія композиції стосовно друкованого видання вивчає елементи, методи, способи та закономірності розташування складових елементів (симетрія-асиметрія, метр-ритм, контраст-нюанс, пропорції, масштаб, колір, світло), також відокремлює специфічні категорії художніх засобів (об'ємно-перспективна структура та тектоніка, як найспецифічніша категорія, що фіксує взаємозв'язок форми з конструктивною основою). Таким чином, на основі системи композиційного аналізу під час підготовки видання слід враховувати такі елементи:

1. Складові елементів;
2. Збалансованість елементів;
3. Композиція;
4. Лінійна композиція;
5. Кольорова композиція;
6. Композиція перспективи.

Будь-яке видання насамперед, об'єднує ідея щодо функціональної організації. Залежно від запропонованої тієї чи іншої ідеї відрізняють композицію змістовну та незмістовну. До того ж композиція створює у читача образ видання – це змістовна композиція, і вона має змістовну та структурну частини. Теоретичні розробки композиційних побудов різних видів мистецтва відображені в оформленні друкованого рекламного видання. Починається конструювання

видання з композиційної ідеї та змісту, у відтворенні образів та сюжетів спирається на досвід та закони зображальних та просторових мистецтв. Принципи архітекtonіки сприяють організації різних елементів художньої форми, розташовує та підпорядковує їх, створює єдність та цілісність усіх елементів. Створення композиції видання – це така організація (образно-змістовна, просторово-пластична, матеріально-функціональна та декоративна), в результаті якої споживач сприймає видання як цілісний – змістовно-художній продукт.

Художні форми друкованого видання, відмінні від живопису та архітектури, аналіз видів та типів композиції і на основі аналізу їх властивостей та психофізіологічних обґрунтувань дозволяє встановити "постійні зв'язки між елементами композиції та їх ознаками, які, перш за все, повинні відображатися у будь-якій композиції, а також охоплювати усі її елементи" [4].

Слід наголосити, що композиційна система, гармонійність сприйняття друкованого видання досягається через зв'язки, які ще називають властивостями (принципами):

1. Повторення ідеї видання у його частинах як основна ознака, що стверджує цілісність композиції: пропорції полоси набору повторюють пропорції сторінки, одна якась ознака, наприклад, колонцифра, або колонтитул повторюється на кожному розвороті, до того ж неможливість включення деяких елементів, що порушують цілісність.

2. Підпорядкованість або впорядкованість усіх елементів, рубрик/підрубрик відповідно до значення, виділення основного елементу, досягнення рівноваги, визначення послідовності сприйняття композиції.

3. Розмірність або відповідність, як єдиної системи цілісності видання, ознак елементів або їх груп у композиції для розуміння єдиної закономірності частин та цілого: кількість полос набору, пропорціональність, організація макета на основі модульної сітки.

4. Рівновага – врівноваженість частин та цілого відносно просторових вісей: симетрія сторінок та розворотів.

5. Єдність або цілісність композиції, як інтегрована ознака або принцип.

Кожна частина композиції повинна мати право на своє місце серед існуючих частин, а усі частини повинні відповідати одна одній та підлягати головній ідеї видання, сприяти її пріоритетному значенню.

До того ж композиція будь-якого видання це не тільки організація різномірних елементів художньої форми, вона повинна, підкреслювати

найважливіші моменти, визначати зв'язки та акценти, підказувати емоційний настрій.

Поняття "архітекtonіка" розкриває взаємовідношення елементів у логічно-змістовних зв'язках, а поняття "конструкція" відображає функціонально-утилітарні зв'язки, а композиція немов би керує процесом сприйняття матеріалу, підпорядковуючи частини стає в основі ієрархічного ряду елементів оформлення, створює архітекtonічний ряд. Основні залежності архітекtonіки виражені у чотирьох основних її характеристиках:

- змісту,
- форми,
- взаємозв'язку форми та змісту,
- естетичності форми.

Архітекtonіка – сукупність засобів, прийомів, елементів виражальності, інформативності форми твору. Найвиразнішими методами архітекtonіки слід назвати візуально-емоційне перебільшення та акцентування, тобто вид-ілення, естетична розробка у поданні головного; узагальнення багатьох елементів у візуальну цілісність; нівелювання, пом'якшення несуттєвих елементів [4].

Для втілення конструктивного завдання в архітекtonіці використовують композиційно-художні засоби. Вони може бути досить простими, коли не ускладнено оформленням та зображеннями, або, навпаки, складною, з великою кількістю різнопланових ілюстрацій, різних за обсягом текстових матеріалів з оформленням, доповнена функціональними, конструктивними, композиційно-просторовими рішеннями. Неправильна архітекtonіка видання порушує композицію і вона втрачає цілісність, співвідношення частин відносно найголовнішої.

Отже, архітекtonіка видання та її графічне втілення потребують значної уваги, незалежно від типу видання. В. Пахомов писав: "Це завдання безперечно цікаве, його рішення вливається в оформлення в цілому та надає йому особливої своєрідності". Художник повинен вивчити загальні та незмінні властивості, які мають друковані видання, незалежно від їх розмаїття, у тому числі композицію ("побудова твору, що не розкритий у рубриках або розкритий лише частково, однобічно, зовнішньо") та архітекtonіку ("побудова його за допомогою рубрик шляхом розділення на частини, розділи...") [6].

Наукова новизна. Полягає у розкритті сутності архітекtonіки друкованих рекламних видань та вплив сучасного мистецтва на формування візуального повідомлення. Висновок. Отже, зважаючи на комунікативність як основну рису сучасного суспільства, питання впливу сучасного мистецтва на архітекtonіку друкованих

видань є надзвичайно актуальною. Сьогодні візуальні повідомлення (будь-який продукт графічного дизайну, тобто друковане рекламне видання) програмують не лише наше відношення до світу і до себе самих, вони формують стереотипи поведінки в різних сферах життя. Твори дизайну, так само як і архітектурні, близькі формам модерністського мистецтва, незважаючи на те, що дизайн, що відноситься до архітектонічну увазі художньої діяльності, відділений від архітектури і не тотожний мистецтву. Щоб теоретично обґрунтувати це припущення, можна порівняти мистецтво і дизайн на рівні їх творчих методів. Крім того, мистецтвознавство має бути навантажено специфічним українським матеріалом, починаючи від особливостей національного візуально-пластичного мовлення до особливостей інтеграції України у світову спільноту, узгоджену з українською ментальністю.

Література

1. Гладун О. До проблеми візуальної мови графічного дизайну України. URL: <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=12553&chapter=1> (дата звернення: 10.10.2020).
2. Шутемова Е.А. Роль художественного метода в искусстве и дизайне. *Вестник ОГУ*. № 1 (107). Январь.2010. С.28-34
3. Быстрова Т. Ю. Jewellery: искусство или дизайн?. URL: http://taby27.ru/tvorcheskie_raboty/50/design_statji/yewellery_definition1.htm (дата звернення: 03.10.2020).
4. Шевченко В. Е. Режисура та архітектоніка видання: навч.-метод. комплекс для студентів Інституту журналістики / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ: Ін-т журналістики, 2004. 72 с.
5. Киселев А. П., Бакшин В. В., Кудрявцева Л. Н. Оформление периодических изданий: учеб. пособ; Под ред. А. П. Киселева. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1988. 160 с.: ил., фото.
6. Шевченко В. Е. Композиція та архітектоніка друкованого видання. *Вісник Київського національного університету*. Серія: журналістика: Вип.8. Київ: РВЦ “Київський університет”, 2000. С. 70-75.

References

1. Gladun O. To the problem of visual language of graphic design of Ukraine. URL: <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=12553&chapter=1> (access date: 10.10.2020. [in Ukrainian]).
2. Shutemova E. A. (2010). The role of the artistic method in art and design. *OSU newspaper*. 1 (107), 28-34 [in Russian].
3. Bystrova T. Yu. Jewellery: art or design?. URL: http://taby27.ru/tvorcheskie_raboty/50/design_statji/yewellery_definition1.htm (access date: 03.10.2020) [in Russian].
4. Shevchenko V. E. (2004). Directing and architecture of the publication: teaching method. complex for students of the Institute of Journalism. Kyiv: Institute of Journalism [in Ukrainian].
5. Kiselev A. P. , Bakshin V. V., Kudryavtseva L. N. (1988). Design of periodicals: textbook. aid;. Moscow: Moscow Publishing House. University [in Russian].
6. Shevchenko V. E. (2000). Composition and architecture of the printed edition. *Visnyk Kyivsk'oho natsional'noho universytetu*. Seriya: zhurnalistyka: Vol.8. Kyiv: RVTS “Kyivsk'kyu universytet”, 70-75 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 23.10.2020
Отримано після доопрацювання 15.11.2020
Прийнято до друку 23.11.2020