

Н.В. Кузнецова, М.В. Нечипорук

ЕСТЕТИКА ТОВАРІВ І ДИЗАЙН

2011

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ  
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

Н.В. Кузнецова, М.В. Нечипорук

ЕСТЕТИКА ТОВАРІВ І ДИЗАЙН

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2011

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ  
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

Н.В. Кузнецова, М.В. Нечипорук

ЕСТЕТИКА ТОВАРІВ І ДИЗАЙН

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2011

УДК 620.20:658.512.2(075.8)  
К 89

Рецензенти: канд. техн. наук, доц. В. А. Афанасьєва;  
канд. техн. наук, доц. С. В. Сорокіна

**Кузнецова, Н.В.**

К-89 Естетика товарів і дизайн [Текст]: навч. посіб. / Н.В. Кузнецова,  
М.В. Нечипорук. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т ім. М.Є. Жуковського  
«Харк. авіац. ін-т», 2011. – 122 с.

Описано методологічні основи естетики, відмітні ознаки художніх стилів світової культури, чинники формування й сприйняття естетичних цінностей промислових виробів, значення моди в естетичному освоєванні дійсності, формування елементів естетичних властивостей непродовольчих товарів. Зосереджено увагу на розвитку дизайну та принципах і засобах створення композиції, охарактеризовано напрямки розвитку промислової графіки.

Для студентів денної та заочної форм навчання за спеціальністю «Експертиза товарів і послуг».

Іл. 31. Табл. 9. Бібліогр.: 21 назва

**УДК 620.20:658.512.2(075.8)**

© Кузнецова Н.В., Нечипорук М.В., 2011  
© Національний аерокосмічний  
університет ім. М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут», 2011

## Зміст

1. ЕСТЕТИКА ЯК НАУКА.....	4
1.1. Предмет і метод дослідження науки «Естетика».....	4
1.2. Категорії естетики.....	4
1.3. Естетичне освоєння дійсності й естетична свідомість .....	7
1.4. Види естетичної діяльності людини.....	8
2. ФУНКЦІЇ Й ВИДОВА СПЕЦИФІКА МИСТЕЦТВА.....	9
2.1. Основні види мистецтва .....	10
2.2. Характеристика й критерії видів мистецтва .....	12
3. СТИЛІ СВІТОВОЇ КУЛЬТУРИ.....	17
3.1. Художні стилі світової культури .....	17
4. МОДА .....	49
4.1. Мода та її зв'язок з історією. Чинники зміни моди .....	52
4.2. Естетичний і художній смак, сутність, значення й формування.....	55
5. СИСТЕМА ХУДОЖНЬОГО КОНСТРУЮВАННЯ Й ДИЗАЙН ТОВАРІВ... ..	59
5.1. Історія становлення дизайну .....	60
5.2. Стадії й принципи розроблення дизайну.....	63
6. ЕСТЕТИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ТОВАРІВ.....	64
6.1. Показники естетичних властивостей товарів.....	66
6.2. Характеристика первинних елементів форми виробів .....	70
7. КОЛІР ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ ТОВАРІВ..	73
7.1. Роль кольору в образності форми виробу.....	73
7.2. Психофізіологічна характеристика кольорів.....	76
7.3. Закони змішання кольору.....	81
7.4. Колірні комбінації .....	82
7.5. Чинники, що формують сприйняття кольору виробу .....	85
8. КОМПОЗИЦІЯ ТОВАРІВ .....	89
8.1. Загальні поняття й принципи створення композиції .....	89
8.2. Засоби створення композиції .....	92
8.3. Орнамент і його роль у композиції.....	99
9. ДИЗАЙН НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ .....	101
9.1. Специфічні особливості дизайну .....	102
10. ЕРГОНОМІКА.....	103
10.1. Ергономічні показники .....	104
10.2. Приклади дизайнерських експериментів .....	105
11. ПРОМИСЛОВА ГРАФІКА .....	106
11.1. Геральдика – основа створення знаків промислової графіки ...	109
11.2. Етикетка: значення, історія розвитку й засоби створення.....	114
11.3. Упаковка: її значення й засоби виробництва .....	118
12. ОСНОВНІ МЕТОДИ Й ПРИНЦИПИ ОЦІНЮВАННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ .....	119
12.1. Типові процедури оцінювання естетичних властивостей товарів .....	119
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК .....	121

# 1. ЕСТЕТИКА ЯК НАУКА

## 1.1. Предмет і метод дослідження науки «Естетика»

Естетика – термін давньогрецького походження. Вона зародилася в епоху рабовласницького ладу. Але уявлення людей про те, що таке краса, її джерела й форми існування, з'явилися значно раніше й знайшли своє втілення в міфології та мистецтві первісного суспільства. Так, прекрасними вважалися герої, які своїми вчинками приносили людям добро, щастя, радість, мир.

Естетика в перекладі із грецької означає «чутливий», який відноситься до почуттєвого сприйняття. Протягом свого розвитку естетика була частиною філософії й служила створенню уявлення про світ. Вона стосувалася проблеми поетики, загальних питань природи, краси й мистецтва, розглядала співвідношення природи та художньої діяльності, намагалася формувати норми мистецтва, займалася вивченням особливостей почуттєвого пізнання світу в мистецтві. Естетика складається із двох аспектів: по-перше – це естетичний як прояв ціннісного відношення людини до дійсності; по-друге, це художня діяльність людини. Естетика вивчає відносини між людиною й світом, впливає на формування естетичної свідомості й передбачає освоєння естетичних знань у сукупності з оволодінням інформацією з історії культури, літератури, мистецтва, історії, психології і т.д. Естетика як наука характеризується системою законів, категорій, загальних понять. Вона вивчає естетичні властивості реальності й процеси її освоєння за законами краси, особливості соціального буття й функціонування мистецтва, сприйняття й розуміння продуктів художньої діяльності людини. Методом естетичного дослідження вважають споглядання і одночасне естетичне задоволення, пов'язане із суб'єктивністю почуттєвого сприйняття. Саме при цьому методі беруть за основу такі групи понять, як існування загальних понять розуму й загальної логіки мислення. Естетику в цьому випадку розглядають як систему законів і категорій, що описують світ у його різноманітності й цінності для людини, а також сутність мистецтва, особливості процесу його розвитку, специфіку художньої творчості й сприйняття художньої культури.

## 1.2. Категорії естетики

Термін «категорія» має грецьке походження і означає висловлення, ознаку. Вивчення дисципліни «Естетика товарів і дизайн» неможливо без розгляду таких естетичних категорій, як високе, прекрасне, потворне, низинне, комічне, трагічне, гармонійне, хаотичне. Вони відбивають історію естетичного освоєння людством світу за канонами краси.

«*Високе*» — естетична властивість предметів та явищ, що мають позитивне значення для суспільства, й містить у собі величезний потенцій-

ний заряд. У ньому найбільш повною мірою втілюється єдність природного й соціального змісту естетичного як зробленої дисгармонії. Природні катаклізми, гірські громади, несяжні гладі морів та океанів, нескінченність небесного простору, грандіозність природних споруд і т.п. привертають увагу людини й формують у ній прагнення пізнати природу високою. Незважаючи на перевагу високого в природі над можливостями сучасного суспільства, людина не залишає спроб підкорити його собі. Типовими формами відбиття високого є масштабність, монументальність і грандіозність. Створення таких результатів вимагає від автора високого ступеня пафосу, почуттів, працездатності, яскравості особистості й таланта. Соціальний прояв «високого» – героїчні дії окремої людини або народних мас, спрямовані на подолання ворожих суспільному прогресу сил. Високе формує в людині шляхетність і широту поглядів, морально вдосконалює її, сприяє формуванню життєвої позиції. Підтвердженням цьому є почуття любові, яке служить джерелом створення натхненних художніх творів у живопису, прозі, музиці, поезії, танці й інших видах мистецтв.

Іноді категорію «високе» прирівнюють до категорії «прекрасне». Ці дві естетичні категорії пов'язані між собою, але не аналогічні. Якщо «прекрасне» – це вищий ступінь гарного, то «високе» – щось непорівнянне, незавершене, що порушує гармонію й порядок. Джерело високого – у людині, тому що високе – «відгук величі душі». Результатом сприйняття високого в суспільстві, мистецтві й природі є захват. Однак до цього почуття може домішуватися й естетично негативні емоції, а часом і почуття страху. Розрізняють два різновиди високого: те, що звеличує міць людини, й те, що пригнічує її. Це залежить від результату впливу високого на людину, його потенціалу й стану на момент сприйняття. Прагнення до високого нескінченно і органічно пов'язане з формуванням естетичного ідеалу. Становлення останнього визначається суспільними тенденціями, традиціями, релігією і особистісним змістом.

«Низинне» є протилежною за змістом категорією високого. Дана категорія являє собою ступінь жахливого й потворного в природних і соціальних явищах і має надзвичайно негативну загальнолюдську цінність. На відміну від категорії «потворне», що не становить серйозної погрози людству в силу того, що його прояви освоєні й підлеглі людині, «низинне» небезпечно. Воно таїть у собі погрозу, оскільки на розглянутому історичному етапі розвитку суспільства ще не освоєне до кінця й людство не може ним управляти. Категорією «низинне» характеризуються такі явища дійсності, як безпринципні, антигуманні й антилюдські вчинки. Вони можуть бути небезпечними й загрозливими як для окремих людей, так і для народів і людства в цілому. Низинне більшою мірою, чим інші негативні естетичні категорії, асоціюється з образом зла. Для відбиття сутності даної категорії всі жанри мистецтва мають невичерпні можливості, і майстри вміло ними користуються, змушуючи нас повірити в низькість зображуваного.

Сутність категорій «прекрасне» й «потворне» визначається розумінням людиною краси. Категорія «прекрасне» означає вищий ступінь симбіозу внутрішньої й зовнішньої краси. «Прекарасне» існує в різноманітності проявів: у мистецтві, природі й житті. Поряд із терміном «прекарасне» часто використовують визначення «гарне», «витончене», «граціозне» і т.п. різновиди «прекарасного». «Гарне» характеризує тільки зовнішню сторону явищ. Тому гарними, але не прекарасними називають риси обличчя, тіло людини, одяг, предмети побуту. «Витончене» характеризує красу обрисів предметів, ліній, досконалість форми, граціозність рухів і елегантність зовнішнього вигляду. Формування уявлень про прекарасне відбувається не тільки під впливом історичних формацій. Іноді істотний вплив виявляє й національна належність. Для народів з мініатюрними фігурами прекарасними вважаються фігури більших розмірів, і навпаки. Так, європейські чоловіки захоплюються прекарасним образом східної жінки з мініатюрними рисами й невеликою за розмірами фігурою. Таким чином, «прекарасне» є уособленням вищого ступеня краси загальнолюдських цінностей, тобто ідеалом, з яким рівняються й стосовно якого оцінюються інші об'єкти.

Що ж стосується предметів побуту, то при виборі з безлічі аналогічних видів ми орієнтуємося й на корисність. «Прекарасне» та «корисне» – поняття, що не ототожнюються. Однак їх перетинання можливе в товарах. Доцільність форм предмета і його складових, колористичне оформлення, досконалість виконання основної функції – складові конкурентоспроможності товару. Покупець, купуючи товар, платить не стільки за красу виробу, скільки за гарну роботу з його допомогою. У той же час в асортиментах непродовольчих товарів є вироби, для яких важливим є не високий рівень естетичних властивостей, а високий ступінь корисності.

Естетичним «полюсом» категорії «прекарасне» є категорія «потворне» ( без образу), що означає все те, що не має гармонійного вигляду, не оформлене. Якщо «прекарасне» припускає наявність зробленої форми, то «потворне» – це відсутність такої, безформність. Критерієм оцінювання явища й предмета як «прекарасного» або «потворного» є естетичний ідеал, а основою – естетичний смак. Категорії «прекарасне» й «потворне» – це протилежності, пов'язані одна з другою різними переходами, відносинами, зв'язками. Якщо прекарасне приваблює й завдає насолоду, то потворне в будь-яких проявах відштовхує. Предмет й явища, що характеризуються як «потворні», мають негативне загальнолюдське значення.

Категорії «гармонійне» й «хаотичне» протилежні за змістом. Для позначення високого рівня домірності, організованості й упорядкованості застосовують категорію «гармонійне», показниками якої є симетричність, пропорційність, погодженість, ритмічність і відповідність. Гармонійний об'єкт характеризують також як зроблений і прекарасний. Провідна роль «гармонійного» в естетичному перетворенні дійсності аксіоматична, оскільки, викликаючи почуття спокою, іноді гармонія здатна передавати й



відчуття нудьги. Якби світ розбудовувався лише за законами гармонії, то в ньому панувала б байдужість.

Елементи «хаотичного» у розумних межах поживляють, роблять виразною й неповторною оточуючу нас дійсність, дозволяють створювати неповторні твори мистецтва. До них відносяться: аритмічність, симетрія, непогодженість, невідповідність, диспропорції, порушення впорядкованості. Історичний шлях розвитку мистецтва, архітектури, костюма й т.п. багатий на величезну кількість прикладів, коли «хаотичне» відіграло провідну роль. Одним із художніх стилів у світовій культурі є стиль бароко, що означає в перекладі з італійської мови «дивний», «вигадливий». Саме для цього стилю характерними рисами є заперечення порядку у вигляді відмови від прямих ліній, симетрії й ритму, наявності, як правило, криволінійних і складних форм. Дизайнери сьогодишнього дня вміло використовують елементи «хаотичного» для розроблення оригінальних виробів, діячі мистецтва – для створення нових вишуканих графічних, музичних та інших добутоків. Але в більших кількостях «хаотичне» може призвести до дезорганізованості, неоформленості й в остаточному підсумку до хаосу.

Естетична категорія «жахливе» охоплює ті обставини і явища дійсності, над якими людина не владна, що робить її рабою обставин, яким вона має підкорятися. Асоціаціями категорії є загибель і знищення добрих і прекрасних початків, нещастя, страшні події. Це «глуха стіна», за якою немає нічого, що б обнадіювало, просвітлювало, допомагало звільнитися від нещастя. Близькою, але глибоко протилежною «жахливому» є категорія «трагічне». На відміну від «жахливого» вона завжди може мати вирішення у майбутньому. «Трагічне» є величним само по собі й піднімає людину через панування останнього над обставинами.

### **1.3. Естетичне освоєння дійсності й естетична свідомість**

Знання сутності, історії становлення, значення й можливостей естетики як науки дозволяє людині правильно сприймати, пізнавати, оцінювати й в остаточному підсумку перетворювати навколишню дійсність. Метою естетичної діяльності людини є естетичне освоєння дійсності, що подає взаємодії людини із предметами навколишнього світу в процесі сприйняття, пізнання, оцінювання й естетичного перетворення навколишнього світу. На практиці ці процеси можуть відбуватися одночасно як єдине ціле й послідовне з тимчасовими проміжками.

Естетичне сприйняття супроводжує людину з перших днів її життя й має місце щораз, коли людина пізнає нове, невідоме їй. При цьому вона неусвідомлено обов'язково виражає своє відношення емоційними переживаннями у вигляді виявів радості або прикrostі. Естетичне сприйняття здійснюється за допомогою таких органів почуттів, як зір, слух і нюх. Найбільш важливими з перерахованих є зір і слух. Завдяки функціонуванню цих органів почуттів сприймаються музичні, образотворчі, театральні,

кінематографічні й інші твори мистецтва й формуються естетичні почуття, властиві тільки людині.

Естетичне пізнання є наступним етапом після естетичного сприйняття. У процесі естетичного пізнання людина одержує інформацію про оточуючий її світ за допомогою органів почуттів, як і в естетичному сприйнятті. Особливістю естетичного пізнання є те, що воно на відміну від наукового пізнання завжди має почуттєвий вияв. Підсумком естетичного пізнання є формування естетичної свідомості, що дозволяє людині грамотно оцінювати естетичні вияви оточуючого її світу.

Структура естетичної свідомості має такі складові: естетичний смак, естетична свідомість й естетичний ідеал. Естетичний ідеал і смак дозволяють оцінювати явище або предмет з урахуванням особистісних критеріїв. Формування та розвиток естетичного ідеалу й смаку відбуваються під впливом суспільної формації, виховання, освіти, оточення й генетичної спадковості людини, що пояснює їхню різноманітність, а іноді й мінливість. Естетичний ідеал втілює в собі естетичний смак, естетичну свідомість й естетичний ідеал. Естетичний ідеал і смак дозволяють оцінювати явище або предмет з урахуванням особистісних критеріїв.

Специфіка естетичної свідомості полягає у взаємодії людини й реальності, суб'єктивного і об'єктивного, яке оцінюється й розуміється суцільно індивідуально, але детерміновано історично зміненими ідеалами втілення краси в реальному житті й мистецтві. Характерними рисами естетичної свідомості є такі:

- комплексна комбінація почуттів, виявів, поглядів, ідей;
- практика, яка є єдиною основою її формування;
- емоційне відношення людини до навколишнього світу;
- повторення процесу формування естетичної свідомості особистості відповідно до процесу формування самої людини;
- єдність структури її форм.

Аналізуючи значення категорій, потрібно підкреслити, що естетичні категорії відбивають специфічне відношення людини до дійсності, до освоєння нею естетичного багатства світу. Категорії міняються залежно від розвитку естетичної свідомості й естетично-практичної діяльності людини.

#### **1.4. Види естетичної діяльності людини**

Естетична діяльність викликана потребами перетворювати дійсність за законами краси. Вона є наслідком трудової діяльності, але має ряд особливостей. Ці особливості передбачають у першу чергу художнє проектування й охоплюють увесь процес промислового виробництва. Розрізняють такі види естетичної діяльності:

- практична;

- художньо-практична;
- художньо-творча;
- рецептивно-естетична;
- теоретична;
- духовно-культурна;
- художньо-рецептивна.

У практичну естетичну діяльність входять естетична організація садово-паркової культури, естетична організація виробництва, естетична організація побуту, мистецтво формування букета, мистецтво нанесення косметики. Художньо-практична діяльність містить організацію й проведення карнавалів, весіль або інших обрядів, етикет проведення заходів. Художньо-творча естетична діяльність визначається як створення творів мистецтва. Рецептивно-естетична полягає в сприйнятті краси реального пейзажу. Теоретична естетична діяльність полягає у виробленні естетичних концепцій і поглядів. Духовно-культурна діяльність включає вироблення ідеалів особистого смаку, винесення смакових суджень, естетичну оцінку предметів та явищ. Художньо-рецептивна естетична діяльність спрямована на сприйняття творів мистецтва.

Чинниками, що впливають на ступінь естетичного забарвлення естетичного виду діяльності, є такі: якість естетичного смаку, зміст естетичного смаку й розвиненість естетичних почуттів, емоцій і виявів. Метою естетичної діяльності прийнято вважати перетворення дійсності за законами краси, тобто за законами ритму, симетрії, пропорцій, гармонії, яка знаходиться не зовні, а в людині. Завдяки красі в особистості розвиваються якості й здатності, які мають загальнокультурне значення. До результатів внутрішньої, духовної діяльності людини відносяться естетичні погляди, уявлення, смаки й ідеали.

## **2. ФУНКЦІЇ Й ВИДОВА СПЕЦИФІКА МИСТЕЦТВА**

Мистецтво – це форма освоєння світу, пов'язана з явищами духовного життя суспільства. Метою мистецтва є вдосконалювання людини й суспільства. Предмет мистецтва – реальна дійсність, у якій живе людина. Завданням мистецтва є художнє освоєння світу.

Мистецтво з'явилося на основі практичної діяльності, естетичних потреб і естетичних здібностей людини. До основних функцій естетики мистецтва відносять:

- соціальну;
- суспільно-перетворювальну;
- компенсаційну;
- пізнавально-евристичну;
- художньо-концептуальну;
- передбачувальну;

- виховну;
- естетичну;
- гедоністичну;
- сугестивну;
- інформаційну;
- комунікативну.

Соціальна функція мистецтва пов'язана із суспільно-політичними процесами, що відбуваються в державі. Суспільно-перетворювальна й компенсаційна функції мистецтва (мистецтва як діяльності) виявляються як ідейно-естетичний вплив на людей. Компенсаційна функція мистецтва дозволяє людині в процесі сприйняття художнього твору пережити ті почуття, яких вона була позбавлена у реальному житті. Пізнавально-евристична функція мистецтва існує як знання й просвітління й характеризується безмежними можливостями, адже можливості мистецтва в даному напрямку неможливо замінити іншими сферами духовного життя людини. Художньо-концептуальна функція мистецтва дозволяє аналізувати стани світу, які проглядаються в художньому творі художника. Передбачувальна функція мистецтва виявляється в тому, що мистецтво здатне прогнозувати майбутнє. Виховна функція мистецтва полягає у формуванні цілісної особистості. Сугестивна функція полягає в тому, що мистецтво характеризується здатністю впливу певних думок і почуттів гіпнотичної дії на людську психіку. Естетична функція – це специфічна здатність мистецтва формувати естетичні смаки, здібності й потреби, пробуджуючи творчий дух і творчий початок особистості. Гедоністична функція мистецтва існує як насолода і задоволення, яке отримує людина. Інформаційна й комунікативна функції полягають у тому, що твір мистецтва – це певна знакова система. Отже, дана функція розглядається як засіб художнього спілкування, передачі соціальної інформації, накопиченого досвіду від покоління до покоління.

## **2.1. Основні види мистецтва**

Види мистецтва – це різноманітність, яка дозволяє пізнавати світ у всій його складності й багатогранності, а також форми професійної діяльності. Кожний вид визначається формою мистецтва, її основними функціями й класифікаційними показниками. Види мистецтва пов'язані з чинниками, до яких відносяться: історичний період, соціально-політична ситуація, культуротворчий процес, науково-технічний прогрес.

Видові особливості являють собою специфічні вияви загального, зберігаються протягом усієї історії мистецтва й у кожному епоху в різних художніх культурах виявляються по-різному. Розрізняють такі види мистецтва: декоративно-прикладне, монументальне, архітектура, скульптура, графіка, живопис, музика, театр, хореографія, художня література, цирк, кінематограф, телебачення, естрада, художня фотографія, комп'ю-

терна художня творчість. Мистецтво виникло на базі практичної діяльності естетичних потреб та естетичних здібностей людини. Оскільки мистецтво – це форма освоєння світу, то воно, відповідно, пов'язано з явищами духовного життя суспільства. Зрозуміти мистецтво можна, знаючи його предмет, зміст, функції, які воно виконує в суспільстві, й специфічний спосіб відбиття дійсності. Оскільки соціальна сутність мистецтва виявляється в специфіці його цілей і предметі, то мета мистецтва – це вдосконалення людини й суспільства. Предметом мистецтва є реальна дійсність, у якій живе людина (відносини людей у суспільстві, спосіб життя, спосіб мислення, а також світогляд суспільства, його ідеали, психологія – духовна культура епохи). Завданням мистецтва є художнє освоєння світу.

Предмет мистецтва художник відбиває за допомогою художніх образів. Але спочатку він сприймає, осмислює й відтворює певну подію, ситуацію в певний період людського життя. Спосіб відтворення певного художнього образу залежить від виду мистецтва і його особливостей. Сутність мистецтва – у різноманітності їх почуттєвих виявів. Одночасно «велике» мистецтво глибоко проникає в сутність явищ, розкриваючи їх дійсну природу.

Соціальна сутність мистецтва полягає в тому, що художній розвиток суспільства являє собою природно-історичний процес, тобто його розвиток виявляє деякі характерні закономірності, які об'єднані з певними періодами становлення людської культури.

Мистецтво має загальне з іншими формами суспільної свідомості й відмінне від них. Як наука мистецтво об'єктивно відбиває реальність, пізнає її важливі й істотні сторони. Але на відміну від науки, яка освоює світ за допомогою абстрактно-теоретичного мислення, мистецтво пізнає світ засобами образного мислення. На відміну від науки художнє усвідомлення не ставить своєю метою надавати будь-яку інформацію про галузі суспільної практики й виявляти їхні закономірності, такі, як фізичні, економічні і т.д. Предметом мистецтва є все, що є цікавим для людини в житті.

Мистецтво відбиває реально існуючі події, явища, характери, але не копіюючи їх, а пропускаючи крізь призму естетичних ідеалів. Отже, ефективність використання мистецтва, тобто ступінь його впливу на почуття й погляди особистості, на її творчий розвиток, залежить безпосередньо від її художнього розвитку. Художній образ – це образ мистецтва, який спеціально утворюється в процесі особливої творчої діяльності за специфічними законами суб'єктів мистецтва – художників, або це форма відбиття (відтворення) об'єктивної дійсності в мистецтві з позиції певного естетичного ідеалу. Образ – це деяка суб'єктивна духовно-психічна реальність, яка виникла у внутрішньому світі людини як сприйняття нею усякої реальності в процесі контакту із зовнішнім світом. Формою мистецтва є структура художнього твору, створена за допомогою певних образотворчих засобів для вираження художнього змісту. Форма визначає

композицію, структуру, побудову художнього твору, які допомагають художникові розкрити його основний зміст. Елементами форми є композиція, сюжет і виразно-зображувальні засоби.

## **2.2. Характеристика й критерії видів мистецтва**

Причина поділу мистецтва на види – багатоаспектність діяльності людини в сфері художнього освоєння світу. Кожний вид визначається формою мистецтва, її основними функціями та класифікаційними показниками. Види мистецтва пов'язані з історичним періодом, соціально-політичною ситуацією, культурно-творчим процесом, науково-технічним прогресом.

Класифікація мистецтва:

- за структурою: архітектура, скульптура, живопис, музика, література, хореографія, театр, кінематограф і т.д.;
- за способами сприйняття: зорове, слухове, видовищне (зорове-слухове);
- за жанрами: анімалістичний, пейзаж, натюрморт, батальний, історичний, інтер'єр, побутовий, ню, авантюристичний, любовний т.д.;
- за соціальною значущістю: витончене, прикладне мистецтво;
- за комплексом засобів виразності: односкладове, багатоскладове;
- за характером з'єднання виразних засобів: простий, складний, синтетичний;
- стосовно традиції: традиційне (архітектура, декоративно-прикладне мистецтво, скульптура, живопис, графіка, музика, художня література й ін.), синтетичне (театр, кіно, мультиплікація, хореографія, фотографія, цирк і т.д.).

Труднощі, що виникають при сприйнятті видів мистецтва, полягають у двох чинниках: різний ступінь підготовленості споживача до сприйняття твору мистецтва й різний ступінь ознайомлення з різними видами мистецтва.

Декоративно-прикладне мистецтво спрямоване на створення художніх виробів, насамперед для побуту. Склалося декоративно-прикладне мистецтво зі звичаїв, звичок, повір'їв народу й більш за все наближено до виробничої діяльності й побуту людини. Творами декоративно-прикладного мистецтва можуть бути посуд, меблі, тканини, одяг, прикраси, іграшки, зброя, засоби пересування т.п. Декоративно-прикладне мистецтво підрозділяють на такі різновиди:

- монументально-декоративне (створення архітектурного декору, розпису, рельєфів, статуй, вітражів, мозаїк, паркової скульптури);
- декоративно-прикладне (створення художніх виробів, призначених для побуту);
- мистецтво оформлення (художнє оформлення свят, експозицій,

музеїв, вітрин і т.п.).

Монументальне мистецтво відрізняється значущістю ідейного змісту, узагальненістю форм, більшими масштабами. До видів монументального мистецтва відносяться: пам'ятники, монументи, скульптурні, мальовничі, мозаїчні композиції для будівель, вітражі, міська й паркова скульптура, фонтани і т.д. Роль монументального мистецтва особливого розквіту набуває в періоди суспільного підйому й розквіту мистецтва, коли воно виражає передові демократичні й гуманістичні ідеї. Монументальне мистецтво призначено не для музеїв і домашнього інтер'єру, а для архітектурних ансамблів, садів і парків, а також великих приміщень.

До функцій монументального мистецтва відносяться:

- втілення значних соціально-філософських і релігійних ідей;
- увічнення пам'ятних подій і видатних особистостей;
- пропаганда й популяризація значних суспільних ідеалів.

Архітектура – це мистецтво проектування й будівництва будівель і споруд, а також їх комплексів, необхідних людям для життя й діяльності в навколишньому середовищі.

На всіх етапах розвитку суспільства архітектура залежить від рівня розвитку виробничих сил, від форми виробничих відносин. В антагоністичних класових суспільствах розвиток архітектури в основному відбувався з урахуванням вимог панівного класу. Розвиток архітектури тісно пов'язаний з науково-технічним прогресом. Архітектура стимулює розвиток ряду галузевих знань, висуваючи перед наукою й технікою нові практичні завдання. Об'єктом архітектурної творчості є: розміщення будівель на території (генеральний план); розподіл окремих частин внутрішнього простору будівлі, зовнішній вигляд усієї будівлі й кожного з її фасадів; композиція й внутрішня обробка інтер'єру, а також усі аспекти технічного оснащення споруди.

До основних видів архітектури відносяться: об'ємні споруди (житлові, суспільні й промислові будівлі), ландшафти (створення садово-паркового комплексу), містобудування (планування нових міст, реставрація, відновлення старих районів).

Витвір архітектури – будівлі, ансамблі, а також споруди, які створюють відкритий простір (монументи, тераси, набережні й т.д.). Планування й забудова міст і населених пунктів становлять особливу сферу будівельного мистецтва – містобудування.

Скульптура – це вид образотворчого мистецтва, результати якого мають об'ємну, тривимірну форму й виконуються із твердих або пластичних матеріалів. Скульптуру створюють із різних матеріалів: м'яких (пластиліну, глини, воску), які служать для ліплення, й твердих (мармуру, вапняку, гіпсу, піщанику, дерева, слонової кістки, металу, бронзи, алюмінію, титану, хромованої міді, сталевого листа). Основний матеріал для скульптури – камінь (базальт, граніт).

За змістом і функціями скульптуру підрозділяють на монументальну, монументально-декоративну й станкову.

Монументальна скульптура (пам'ятники, монументи, меморіальні комплекси) – це скульптура, пов'язана з архітектурою не тільки формою, але й ідейно-художнім змістом. Вона відрізняється різноманітністю ідей, високим ступенем узагальнення й великими розмірами.

До монументально-декоративної скульптури відносяться також усі види оздоблення архітектурних споруд і комплексів (будівель, парків, міських вулиць, площ і т.п.) – атланти, каріатиди, рельєфи, фризиди, фронтони, фонтани, садово-паркові скульптури (статуї, декоративні вази й т.п.).

Станкова скульптура – це скульптура, виготовлена на спеціальному верстаті, яка має самостійне художнє значення й може існувати сама по собі. Вона не залежить від середовища, має малі розміри, тобто близькі до натуральних, або менші. Її можна переміщати з місця на місце, установлювати в приміщеннях, житлових інтер'єрах, музейних залах.

Графіка – вид образотворчого мистецтва, що містить малюнок і друковані художні твори, в основі якого лежить лінія, контраст чорного й білого. Графіка – це картина на папері або картоні, зроблена олівцем, пером, кистю або надрукована на машині із гравірувальної дошки.

Окрема сфера графічного мистецтва – плакат, оскільки він є найпоширенішим видом образотворчого мистецтва. Його завдання полягає у звертанні до споживачів зі стін будинків, з рекламних щитів, з вітрин торговельних мереж, з рекламних роликів. Графіка як вид образотворчого мистецтва має дві форми: малюнок і друковані художні зображення. Розрізняють такі види графіки: гравюра (друкований відбиток рельєфного малюнка, нанесений на дошку), літографія (різновид плоскої печатки), монотипія (коли фарби вручну наносять на гладку поверхню друкованої форми).

Живопис – це вид образотворчого мистецтва, який створюється за допомогою фарб, що наносять на будь-яку поверхню (основу) і є важливим засобом художнього відбиття й відтворення дійсності, впливу на думки й почуття глядачів. Види живопису – монументально-декоративний і станковий.

Незалежно від виду живопис розрізняють за окремими жанрами: історичний, побутовий, батальний, анімалістичний, портрет, пейзаж, натюрморт, тематична картина, декораційний (театральний і кінодекораційний), декоративний розпис предметів побуту, іконопис, мініатюра (ілюстрування рукописів), діорама, панорама, ню і т.д.

Живопис розрізняють за стилями – італійський ренесанс, північний ренесанс, бароко, рококо, класицизм, романтизм, імпресіонізм, модерн, експресіонізм, сюрреалізм, російський живопис, фентезі-арт. Живопис формує в людей світогляд, високу духовну культуру, а також сприяє естетичному вихованню.



Музика – вид мистецтва, у якому художні образи створюються завдяки звукам. Головним виразним засобом музики є звук. Звуки утворюють мелодію музичного витвору.

Класифікація музики:

- за видами – театральна (опера), симфонічна, камерна;
- за структурою – гомофонія; гетерофонія (наспів начебто огортається сусідніми тонами, які групуються довкола нього); поліфонія (розбудовується кілька мелодій, які мають рівноцінне значення);
- за елементами та музичними засобами виразності – лад, ритм, метр, темп, динаміка гучності, тембр, мелодія, гармонія, поліфонія, аранжування, композиція;
- за способами виконання – вокальна (романс, кантата, ораторія, опера, пісня), інструментальна (камерна, соната, сюїта, прелюдія, ноктюрн, варіація, симфонія, концерт) і вокально-інструментальна;
- за видами музичних форм – хорал, меса, ораторія, кантата, сюїта, фуга, опера, симфонія, соната, пісня, танець, марш і т.д.;
- за числом голосів – одноголосні (монодії) і багатоголосні (гомофонії, поліфонія).

Музику розділяють також на світську й духовну.

Театр – вид мистецтва, що образно відбиває дійсність у формах драматичної дії сценічної гри. У ньому розкриваються протиріччя часу, внутрішнього світу людини, стверджуються ідеї за допомогою драматичної дії – спектаклю. Основою театрального спектаклю є літературний твір – п'єса або інсценівка, де слово підпорядковується законам театральної дії. Театр розділяють за такими ознаками:

- за видами – музичний, драматичний, балет, театр тіней, цирк, естрада;
- за жанрами – трагедія, драма, комедія;
- за модифікаціями – театр ляльок, опери й балету, оперета, драматичний, дитячий і театр пантоміми.

Естетика театру виявляється в прагненні відтворення емоцій людини за допомогою різних засобів, що передбачають обов'язкове емоційне співпереживання із глядачами.

Хореографія як вид мистецтва стала самостійною порівняно недавно (лише на початку ХХ століття) і відноситься до синтезованого мистецтва, тому що містить у собі комплекс засобів виразності: музику, рух, акторську майстерність, декорації, світло і т.д. Основою хореографії є танець. Класифікацію хореографії визначають за такими ознаками:

- за класами – народна, професійна;
- за видами – побутова (народна, бальна), сценічна (естрадна, балет, класична, модерн, джаз, диско);
- за характером – класична, характерна, сольна, ансамблева, масова;
- за сюжетом – комічна, героїчна, балет-пастораль, балет-містерія.

Сьогодні хореографія намагається відірватися від музичної залежності, а головним засобом виразності акторів стає їхня пластика, міміка, текстові цитати. Хореографія наповнюється новим змістом, який надає право віднести даний вид мистецтва до філософських понять.

Література – це художнє освоєння світу через слово. Літературу класифікують за такими ознаками:

- за видами – проза, поезія, драматургія;
- за напрямками – художня, наукова, літературна критика, публіцистика, журналістика, художня проза, філософська поезія і т.д.;
- за формами існування – читання; інсценівки літературних творів у театрі, кіно, на телебаченні, вокальна музика; ілюстровані книги як комбінація літератури із графікою;
- за жанрами – епос, казка, повість, роман, поема, трилогія, трагедія, комедія, фарс, водевіль, епістолярний жанр, автобіографічний, мемуари, детектив, фантастика, розповідь, приказки, скоромовки.

Естетичні особливості літератури пов'язані з тим, що вона сама по собі діалогічна (автор і читач), і в той же час вона є інтимною (не передбачає співпереживання більшою кількістю людей). Тому при сприйнятті літературного твору важливою є почуттєва оцінка читача, яка має виникати на рівні розуміння суті прочитаного.

Цирк – це мистецтво створення художніх образів за допомогою рухів, трюків, акторської майстерності. Жанрами циркової вистави є: акробатика, еквілібристика, гімнастика, пантоміма, жонглювання, наїзництво, музична ексцентрика, дресирування тварин, ілюзіонізм, клоунада. Естетика цирку полягає в казковості, у радості, захваті, сміху, у можливості долати неможливе.

Кінематограф – молодий вид мистецтва, виникнення якого прямо пов'язане з розвитком науково-технічного прогресу в галузі оптики, хімії, фотографії. Він відноситься до синтетичних видів мистецтва. Його синтетичність виявляється в комбінації художнього початку й технічних досягнень. Кіно поєднує елементи літератури, театру, живопису, музики, хореографії. Кіно розділяють за технічними особливостями на німе й звукове. За видом кінематографа кіно розділяють на панорамне, видове, стереоскопічне. Панорамне кіно звичайно знімають одночасно на три кіноплівки, при цьому на кожній виходить третина зображення об'єкта. До видового кіно відносяться географічні, етнографічні, краєзнавчі фільми. Стереоскопічне кіно – це вид кінематографа, технічні засоби якого створюють у глядача ілюзію об'ємності об'єктів. За видами жанрів кіно розділяють на художнє, комедійне, документальне, бойове, наукове, мультиплікаційне, історичне, детективне, мелодраму, драматичне, фантастичне, вестерн, музичне, комічне, порнографічне, трилери, телефільм, серіал і т.д. Засобами виразності в кіно є такі: монтаж, композиція кадру, ракурс, план, світло, колір, жест, звукова композиція, музика і т.д.

Телебачення – це вид сучасного мистецтва, соціальна цінність якого полягає в аудіо- й відеоінформативності. До специфіки телевізійних форм можна віднести ток-шоу, пізнавальні, критичні, розважальні передачі й т.д. Жанрами телебачення є телеспектакль і телефільм.

Естрада – це вид мистецтва, що включає драматургію, драматичне й вокальне мистецтво, музику, хореографію, цирк і т.д. Естраду розділяють за жанрами на легку музику, популярну, пародію, виступ гумористів, театральні мініатюри, пластичні мініатюри.

Особливостями естрадних форм у мистецтві є такі:

- контакт глядача з артистом;
- імпровізація;
- майстерність;
- універсальність таланта естрадного артиста.

### **3. СТИЛІ СВІТОВОЇ КУЛЬТУРИ**

Термін «стиль» має багато значень: стиль епохи, фірмовий стиль, стиль роботи, стиль поведінки й т.п. Походить це слово від назви прадавнього інструмента для листа – «стиль» або «стило» – загостреного стрижня з кістки, металу або дерева, яким писали на восковій дощечці або на бересті.

Стиль епохи матеріального світу створюється під впливом суспільно-економічних відносин і пануючих ідеологій. При цьому головною умовою формування стилю є пануючий світогляд, тобто система політичних, правових, моральних, релігійних поглядів, що переважають, філософських ідей, естетичного ідеалу, укладу життя, природно-кліматичних умов, звичаїв і т.д.

Архітектура завжди була «диригентом» нового стилю, тому що вимагала художньої єдності форми предметів, розміщених у тому або іншому просторі. Стильова єдність є настільки значним критерієм формоутворення, що за характером форми навіть окремого предмета можна судити не тільки про час його створення, але й про рівень культури й способу життя народу. Предметам будь-якого історичного періоду властивий певний стиль, найважливішою ознакою якого є загальна система організації форми у великому й малому, у формі й пластику будівель, меблів, посуду, одягу, освітлювальних приладів, засобів транспорту і т.д.

#### **3.1. Художні стилі світової культури**

До джерел формування й розвитку стилю відносяться: різноманітність дійсності, художні традиції, різноманітність естетичних прийомів відображення дійсності у творах мистецтва. Стиль епохи за визначенням – це історично найбільш широка стилістична спільність, що поєднує всю

стильову різноманітність художніх явищ даної епохи. Класифікацію стилів світової культури наведено в табл. 3.1.1.

Таблиця 3.1.1

Класифікація стилів світової культури

Прадавній Єгипет (IV – VI ст. до н.е.)	Художні стилі світової культури	Бароко (XVI – XVII ст. н.е.)
Античний стиль: Прадавня Греція, Прадавній Рим (з VII – VI ст. до н.е. до V – VI ст. н.е.)		Рококо (XVIII ст.)
Візантійський стиль (395 – 400 рр. н.е.)		Класицизм (XVII – XIX ст.)
Романський стиль (X – XII ст. н.е.)		Ампір (XIX ст.)
Готичний стиль (XIV – XVI ст. н.е.)		Модерн (XX ст.)
Стиль Відродження (XIV – XVI ст.)		Сучасний стиль (XX – XXI ст.)

До відмітних рис стилів епох відносяться: тематика сприйняття дійсності, принципи сприйняття дійсності, ідейно-естетична інтерпретація дійсності, система художньо-виразних засобів.

*Характерні відмінності Прадавнього Єгипту (IV – VI ст. до н.е.)*

Одним із ранніх рабовласницьких держав, де наука й мистецтво одержали високий розвиток, був Єгипет. Тут уже в IV ст. до нашої ери спостерігається розвиток будівельної справи, прикладного мистецтва, скульптури. Розвиваються основні форми художньої культури: архітектура, портретна скульптура, рельєфи й розписи, художнє ремесло, різні жанри мистецтва словом (повчання, автобіографії вельмож і чиновників, написи на стінах пірамід). У Прадавньому Єгипту, політичний лад якого являв собою деспотичну монархію, величезну роль відіграла особистість самого фараона. У неймовірних для того часу розмірах храмів, святилищ, гробниць (пірамід) виражалася ідея вічної й непорушної влади фараона, який уважався «сином сонця». Знайдені в гробниці Тутанхамона коштовні пам'ятники давньоєгипетської культури, у тому числі посуд, ювелірні вироби, ножі, а також мальовничі й скульптурні зображення прадавніх кораблів, колісниць, меблів, одягу показують, що предметний світ Прадавнього Єгипту був просочений ідеєю вічної й непорушної влади фараона.

Історичні факти, результати археологічних розкопок указують на те, що Прадавній Єгипет є першовідкривачем меблевого виробництва. Від сидіння на землі єгиптяни прогресували до стільця (рис. 3.1.1).

Асортимент меблів був невеликий: скрині, скриньки, шафи, ліжка, табурети, стільці, столи, ослони, замість подушки застосовували підставки для голови. При обробленні меблів використовували яскраві фарби, які ніколи не змішували. Прикрасою меблів служив орнамент, що складався з елементів у вигляді шуліки, лотоса, пальми, сонця, скарабея, змії, що мав

символічне значення. Застосовували також розпис та інкрустацію слоновою кісткою, фігурні фризи. Конструктивними елементами стільців і крісел були спинка з відвалом, складні профілі ніжок, що закінчуються скульптурними левиними лабетами, ажурні підлокітники у вигляді тварин або птахів. Розповсюдженим видом меблів для сидіння був складаний табурет.



Рис. 3.1.1. Меблі Прадавнього Єгипту: стілець Тутанхамона 1350 р. до н.е., скринька для коштовностей з інкрустаціями, табурет

Основною ознакою костюма єгиптянина, що жив у той час, є драпірування, яке формувалося зі спини на перед і розташовувалося попереду чіткими, ритмічними формами. У костюмі найяскравіше відбивалася класова належність. Пишнота, складність фасону і якість тканини були основними відмітними критеріями. Одягом для чоловіків служила пов'язка на стегнах (схенти) різної довжини, по-різному драпірована. Взуття являло собою сандалії, які виготовляли з очерету й шкіри або плели з розрізаних на вузькі смужки листів папірусу (рис. 3.1.2).

На підшві сандалій зображували ворогів. Сандалії, будучи однаковими для чоловіків і жінок, прикріплювали до ноги за допомогою ременів. Для знатного роду виробляли сандалії із прикрасами із золота й позолоти. Пізніше жіночим взуттям стали туфлі без задників – «кафш», для виготовлення яких застосовували шагреневу шкіру, пофарбовану в чорний, червоний і часто зелений колір. Підшву на місці каблука підбивали візерунковою залізною підковою.

Символом класової належності разом із костюмом стали й зачіски. Характерними рисами давньоєгипетського мистецтва є прямі, мало вигнуті лінії, тому й зачіски відрізнялися статичністю й прямолінійністю (рис. 3.1.3).

У фараона й представників панівного класу вони мали відбивати величавість, монументальність і непорушність існуючого ладу й традицій.

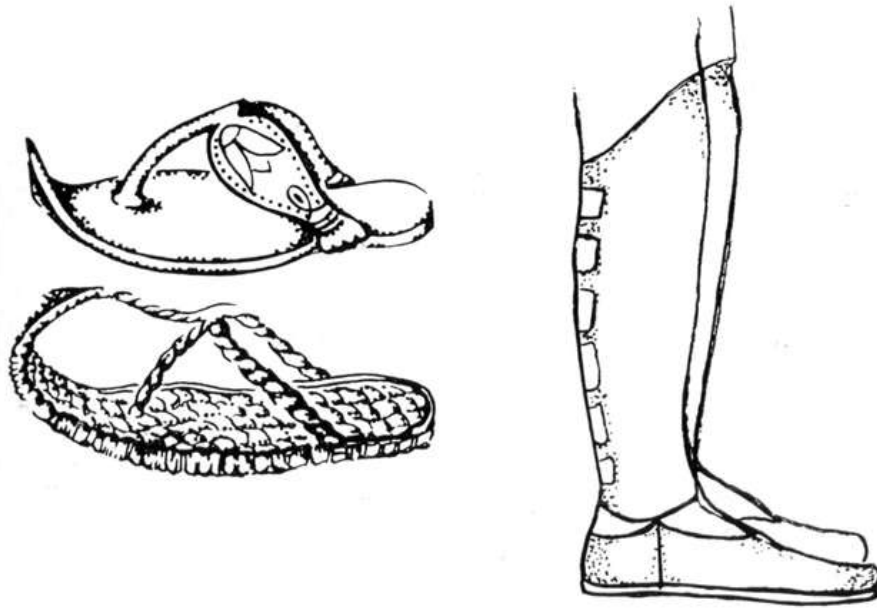


Рис. 3.1.2. Взуття єгиптян

Основним видом зачіски для чоловіків і жінок панівних класів була перука з волосся, баранячої вовни, бавовняної й лляної пофарбованої тканини. Фараон у повсякденному житті носив округлу перуку, зліплену з безлічі кісок, просочених запашними маслами, а на прийомах надягав і накладну бороду. Чепуруни-аристократи іноді надягали особливу подвійну перуку. Іноді чоловіча зачіска являла собою вільно спадаючі волосся. У жінок використовували дві перуки: плоский зверху на тімені й формотворний з боків голови. Крім того, жінки створювали зачіски й зі свого волосся, накручуючи заздалегідь змазані глиною пасма волосся на тонкі пруті. Як фен використовували промені палючого сонця й вітер. Незабаром пруті були замінені на металеві стрижні, які нагрівали й формували з їхньою допомогою зачіски із завитого волосся.

Запашні речовини в античності розглядали, насамперед, як спосіб привернути увагу богів, можливість наблизитися до них. Використання пахощів ґрунтувалося на вірі в божественне походження запахів та їхній сприятливий вплив на долю й здоров'я людини. Пахнути в повсякденному житті могли лише вибрані, які цим і підкреслювали свою вибраність. Єгиптяни вміло застосовували фарби, ароматичні засоби не тільки для прикраси своєї зовнішності, але й у лікувальних цілях. Знали секрети готування яскравих ілюмінованих фарб, що світяться, які одержували з раковин або морських молюсків. Виявлені залишки парфумерної фабрики єгипетської цариці Клеопатри, що написала книгу з косметики «Про ліки для обличчя». Дійшли до нашого часу більше 500 рецептів лікарських, парфумерних і косметичних засобів, складених вченим Ібн-Синою

(Авіценною), що є яскравим підтвердженням високого рівня розвитку виробництва косметичних і парфумерних засобів у Прадавньому Єгипті.



Рис. 3.1.3. Жіночі зачіски Прадавнього Єгипту

*Характерні відмінності античного стилю (з VII – VI ст. до н.е. до V – VI ст. н.е.)*

Виникнення античних естетичних теорій відноситься до періоду з VII – VI ст. до нашої ери по V – VI ст. нашої ери. Антична естетика являє собою частину давньогрецької й давньоримської культур і пояснює світ міфологічно.

Жителі Прадавньої Греції мали жваві зв'язки зі Сходом. Завдяки цим зв'язкам їм удалось ознайомитися з геометрією, алгеброю, астрономією, медициною й іншими галузями наукових пізнань Єгипту й Вавилону.

Давньогрецьке мистецтво органічно включало філософські, релігійні, наукові й моральні ідеї. Мистецтво в цей період ще не відділилося від ремесла і являло собою виробничо-технічну діяльність. Поезія, скульптура, архітектура, музика, риторика (наука про художню прозу) цінилися досить високо, але не просто як види мистецтва, а як види діяльності, пов'язані з життям людини, що й виражають її відношення до навколишньої дійсності. Зодчі Прадавньої Греції використовували художні засоби для прославлення людини-героя, що вперше усвідомила себе вільною.

Для архітектури Прадавнього Рима характерні більші масштаби будівництва, ніж у Греції (рис. 3.1.4), створення нових типів архітектурних споруд, застосування склепінних та аркових конструкцій з бетону.

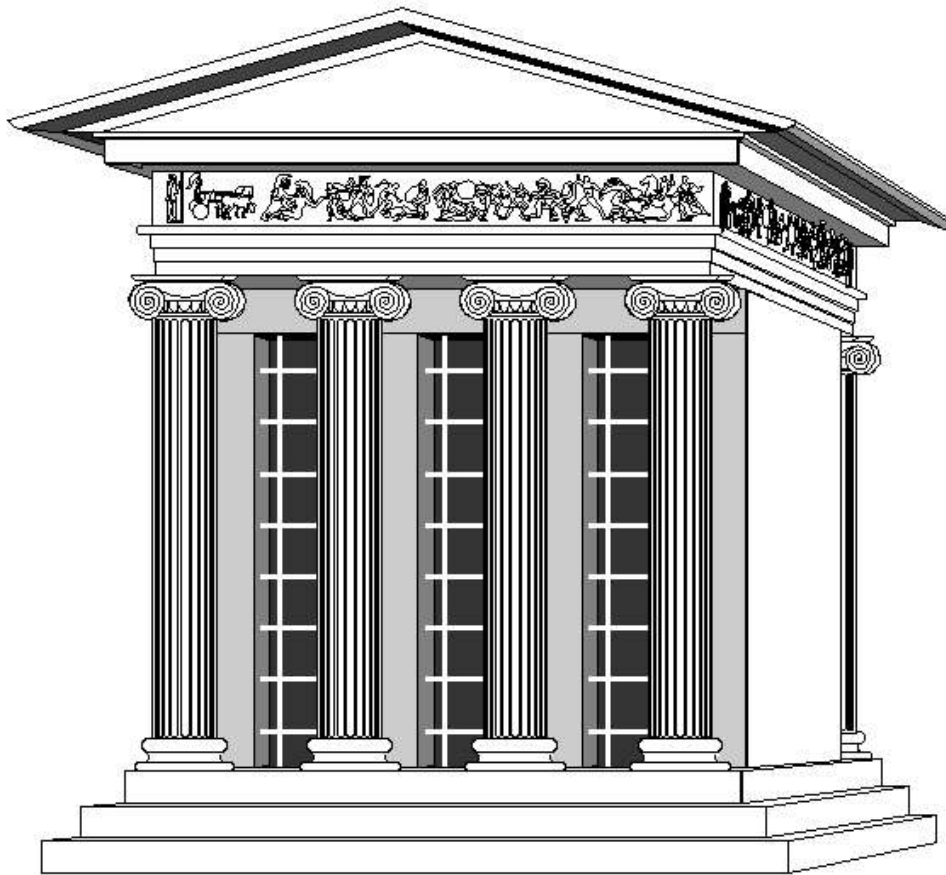


Рис. 3.1.4. Давньогрецький храм Ніки Аптерос

Споруджуються форуми, тріумфальні арки, терми (громадські лазні), амфітеатри, інсули (багатоповерхові житлові будинки), що відбивають ідею державної й військової могутності імперії. Розміри римських споруд порівняно із грецькими будівлями мали грандіозний вигляд.

Форми давньоримських меблів витончені й вишукані, але надмірно перенасичені орнаментациєю й прикрасами (рис. 3.1.5). На відміну від грецьких орнаментів структурним елементом римських є військові атрибути, рослинні мотиви й фігури міфічних героїв.



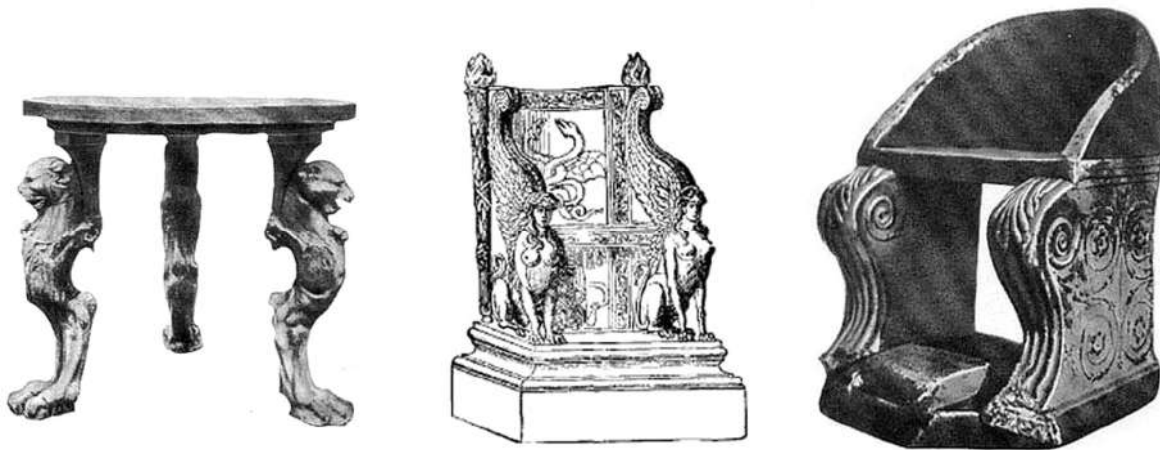


Рис. 3.1.5. Меблі Прадавнього Рима

Як оздоблювальні матеріали використовували бронзу, золото, срібло, мармур, слонову кістку, ріг, панцир черепахи. Для оформлення виробів застосовували різьблення, розпис, позолоту, інкрустацію. Справжніми творами мистецтва були столи, серед яких особливо цінувалися круглі обідні з лимонного дерева на одній ніжці зі слонової кістки. Ніжки столів, лав і крісел зображували у вигляді левиних лабетів із крильми. Угорі ніжка закінчувалася звіриною головою. Підлокітники крісел зображували левів, грифів, сфінксів і т.п. Широке застосування знайшли плетені меблі для сидіння.

Основу давньоримського чоловічого костюма становили тога й туніка. На початковому етапі характерною для костюма древніх римлян було драпірування, що дозволяє підкреслити природну красу людини.

Подальший розвиток пішов по шляху поступового витиснення драпірованого одягу. Під впливом східноазійських традицій і канонів християнської ідеології модним напрямком стає глухий накладний одяг, що закриває фігуру від шиї до ступень. Поверх довгих і вузьких тунік знатні римлянки носили широку й довгу столу, до нижнього краю якої пришивали плісировану оборку. Як верхній одяг жінки використовували драпірований плащ палу. Голову покривали вуаллю або краєм пали. З'являється новий вид одягу – далматик, що являв собою довгий і широкий накладний одяг із довгими рукавами (рис. 3.1.6). Легкі й тонкі грецькі й ассирійські тканини витісняються тканинами з великим малюнком.

Древні римляни вже знали взуття для дому й вулиці. Костюм знатного римлянина доповнюється чобітьми або сандаліями із задниками. Сандалії знатні римляни носили тільки вдома. Жіноче взуття було більш різноманітним.

Крім сандалій у їхньому гардеробі були туфлі, виготовлені у вигляді рукавичок, що й надівалися на кожний палець. Розповсюдженим видом взуття були «соккі» – гладкі закриті туфлі з піднятим носком. Як оздоблення використовували вишивку, що гармоніювала за кольором й структурою візерунка з обробкою верхнього одягу.



Рис. 3.1.6. Костюми древніх римлян

У Прадавньому Римі були популярні як зачіски із природного волосся, так і перуки. Чоловіки римляни, як і греки, віддавали перевагу зачіскам із короткого прямого волосся. Основним видом жіночих зачісок були зачіски із гладкого волосся, що закріплювали позаду шпильками й іншими прикрасами. Існував також спосіб створення складних зачісок із застосуванням спеціального каркаса.

Антична естетика досягла вищого розквіту в класичний період (VII ст. до н.е. – III ст. до н.е.). Пишно розцвітають лірика, драма, історичні оповідання, ораторське мистецтво. Створюються чудові пам'ятники архітектури й скульптури. У кращих естетичних трактатах цієї епохи, як і в мистецтві, пропагувалися ідеї античного гуманізму: високо оцінюють фізичну красу, силу та велич людського духу, всебічний і гармонійний розвиток людини.

В естетиці пізньої античності (II – III ст. н.е.) особливу увагу приділяють взаємодії грецької й близькосхідної традицій з різним підходом до простору, часу, людини й мистецтва. На основі цієї взаємодії виникає ряд нових форм естетичної свідомості й відбувається знецінювання раціонального підходу до світу: естетика виявляється нерозривно пов'язаною зі сприйняттям Божества, світу й людини. Саме тоді в художній культурі вперше було піднято голос на захист слабкої, знедоленої людини, що страждає. Виникає поняття «людяність», яке застосовують не тільки до світської еліти античного суспільства, але й до будь-якої людини. У центрі уваги античної естетики цього періоду перебуває моральна краса людини.

Період Середньовіччя займає досить тривалий часовий відрізок – з V по XIV ст. Соціальні й культурні процеси, що формували художню теорію й

практику Середньовіччя, неоднорідні. Прояв середньовічної естетики є характерним для Візантії, західноєвропейського регіону й України в складі Прадавньої Русі.

Спочатку після катастрофи античного способу виробництва спостерігався занепад економіки, техніки, торгівлі, культури. У цих умовах католицька церква, володіючи строгою ієрархією й твердо встановленим ученням, мала можливість впливати на все духовне життя суспільства. Основним ідейним комплексом стало вчення святих батьків і вчителів церкви про незначність земного існування порівняно з вічним життям. Мистецтво пропагувало аскетичну доктрину, ідею покірності владі.

*Характерні відмінності візантійського стилю (395 – 400 ст. н.е.)*

Початковий етап розвитку візантійської культури характеризується протиборством підходів до розуміння ролі художніх зображень у християнській культурі. Головне для візантійського іконопису – це умовність, статика, канонічність, самозаглиблення і узагальненість. Головним орієнтиром світських художніх вистав є акцент на виразність почуттєвого сприйняття.



Рис. 3.1.7. Собор візантійського стилю у провінції Шпейр

Основою архітектурного стилю були античні й східні елементи. Перевага християнської ідеології поширювалася на розвиток кам'яного будівництва. При цьому використовували цеглу – плінфу (товщиною 5 см) і тесані камені. Добутками архітектури даного стилю став розвиток купольних композицій храмів з використанням купольної базиліки (рис. 3.1.7).

Візантіїці захоплюються добутками язичеських письменників, активно використовують язичеську манеру у власній творчості. Незважаючи на заклики церкви до відмови від тілесної краси, у візантійських романах з'являються подробиці про красу чоловічого й жіночого тіла. Середньовічна художня культура мала свої кращі форми в кожному виді мистецтва: у літературі – це житіє святих, в архітектурі – собори, у живопису – ікона, у скульптурі – зображення Христа, Богоматері й святих.

#### *Характерні відмінності романського стилю (X – XII ст. н.е.)*

Романський стиль охоплює X – XII ст. – час повного панування феодално-релігійної ідеології. Особливістю стилю є його приземленість, незграбність і невігядливість. Головну увагу приділяли суворій архітектурі кріпосного характеру: монастирські комплекси, церкви, замки розташовувалися на підвищених місцях, пануючи над місцевістю.

Житло феодала являло собою фортецю, основною функцією якої була оборона, а не прагнення до краси й комфорту. В архітектурі цього періоду більше значення надається внутрішньому оформленню будівель. Церкви прикрашали розписами й рельєфами в умовних, експресивних формах, що виражали страхаючу могутність Божества.

Предмети побуту, як і архітектура, мали спонукати до молитви й усіляко обмежувати земні потреби. Церковна мораль дозволяла носити тільки масивний грубий одяг, що закриває все тіло. Вона забороняла природні, невимушені пози, й із цією метою робили крісла з високими спинками, щоб сидіти можна було тільки прямо. Напівказкові сюжети, зображення тварин і рослин вели походження від народної творчості. Романське мистецтво спочатку видається грубим і диким, якщо порівнювати його з витонченістю й пишністю Візантії, але разом із тим воно є більш безпосереднім.

Форми романських меблів прості й лаконічні (рис. 3.1.8). У цей період меблі створювали в основному для церков. Для домашнього побуту використовували скриню, стіл, крісло, стілець, табурет, ліжко й рідко шафу.

Універсальним побутовим предметом меблів була скриня, яка могла одночасно виконувати функцію ліжка, лави, валізи під час подорожей. Перевернена на менший бік скриня з'явилася прототипом шафи. Ліжка за конструкцією являли собою ту же скриню, але без кришки, з невеликим вилученням у середній частині бічних сторін та узголів'ям у вигляді високої стінки з невеликим дерев'яним навісом. Стояки в ніжок часто закінчувалися загостреними гульками. Під впливом східної шатрової конструкції з'являється балдахін, драпрі якого спускалося зі стельових балок. Столи

дощаті, простої конструкції, без різьблення. Як прикраси використовували фігурну вирізку країв. Для інших видів меблів і домашнього побуту застосовували орнамент, у мудрі візерунки якого включали зображення казкових звірів, стилізовані листи, фігури людей, геометричні елементи. Зберігається тенденція фарбування меблів в яскраві кольори.

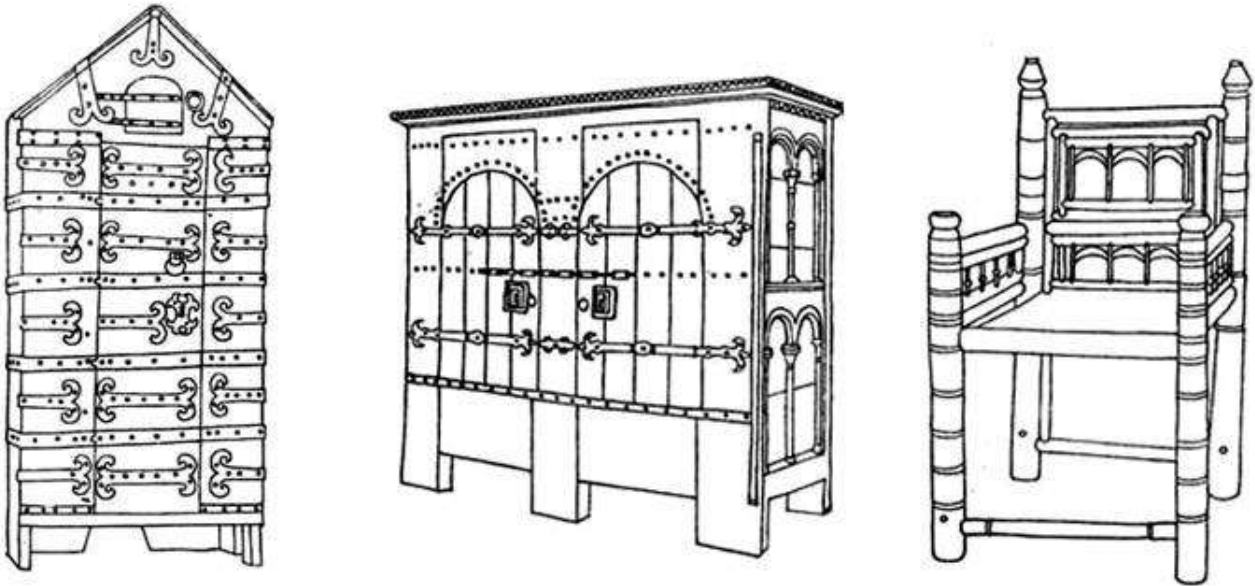


Рис. 3.1.8. Романські меблі: скриня, стілець, шафа

Для додання розкоші інтер'єру використовували дорогі покривала й скатертини. Високого рівня розвитку досягло оброблення металу й дерева, що дозволяло виготовляти предмети побуту з дорогих видів металів, слонової кістки.

Чоловічий костюм цього періоду за формою нагадує лицарську зброю. Основні види одягу: блію, що являє собою глухий накладний одяг із низькою лінією відрізної талії; нижня частина торса й ноги убиралися в шоссі – вузькі штани, що облягають, – панчохи з еластичного сукна. У жіночому одязі спостерігається тенденція створення виробів, що облягають силует. Жінка раннього Середньовіччя носила закриті плаття із драпіруванням на животі (рис. 3.1.9).

Цікаво, що в цей період великою пошаною користувалися вагітні, на що й указує подібний фасон плаття. Головним убором найчастіше служила біла хустка з отвором для обличчя. Особливу увагу приділяли кольору тканини. Білий символізував чистоту, віру, чорний – скорботу або вірність, блакитний – ніжність і т.д. Жовтий колір не носили взагалі, тому що він означав зраду. У період раннього Середньовіччя увага до зачісок значно зменшилася, тому що церква повсюди прагнула втихомирити «гріховну людську плоть». Чоловіча зачіска була примітивною: волосся підстрижені до мочок вух, а попереду – чубчик. Тільки незаміжні дівчата могли носити довгі розпущені волосся. Заміжні жінки приховували волосся під головним убором у вигляді чіпця або круглої хустки з білої тканини з отвором для обличчя.

*Характерні відмінності готичного стилю (XIV – XVI ст. н.е.)*

Назва стилю «готика» походить від назви німецького племені «готовий» і охоплює період середини XII і XV – XVI ст. У цей період завершується розвиток середньовічного мистецтва в Західній, Центральній Європі й почасти в Східній.



Рис. 3.1.9. Одяг романського стилю

Порівняно з романським стилем готичне мистецтво було також переважно культовим і розбудовувалося в рамках феодално-релігійної ідеології. Було винайдено нервюрне склепіння й стрілчасті арки. Легкість нервюр і широке використання аркової конструкції дозволили значно зменшити товщину опорних елементів, змінити характер покрівлі, каркасних конструкцій. Спорудження характеризувалися легкістю, динамічністю, мінливістю, нестійкістю, висотою, складними ритмами просторового розміщення елементів. Вони закінчувалися високими шпилями, вежами. З'являються подовжені вікна, які виконували у формі вітражів, а пізніше замість них використовували фресковий живопис. Основні кольори скла вітражів – червоний, синій і жовто-золотий. Фасади соборів прикрашалися скульптурою (статуї), рельєфами, багатим кам'яним різьбленням і живописом.

Готичний храм характеризується такими художньо-виразними елементами, як об'ємна скульптура; спрямованість усього виду спорудження вгору за рахунок стрілчастих форм арок, склепінь, малих елементів (на основі яких утворюється внутрішній простір храму); більшими ажурними стрілами; декоративними орнаментальними прикрасами; тонкими складно профільованими колонами; вертикалями; експресією; більшими стрілчастими вікнами, які заповнені кольоровою в'яззю вітражів; подовженими нефами; різьбленими стрілчастими багатостворчатими вівтарями з

готичним зображенням; ажурними стрілчастими за престольними спорудженнями (рис. 3.1.11).



Рис. 3.1.10. Архітектура готичного стилю

Провідним архітектурним видом став міський собор: каркасна система готичної архітектури дозволила створювати небувалі за висотою й просторістю інтер'єри соборів, прорізані стіни величезними вікнами з різнобарвними вітражами.

Серед відмітних рис інтер'єру готичного стилю слід назвати великі вітражні вікна, масивні дубові балкові стелі; скрині, що відіграли головну роль в оформленні інтер'єру, і каміни, що являли собою композиційний центр будь-якого приміщення. Як оздоблення інтер'єрів використовували тканини, якими обтягали стіни, покривали столи, ліжка й інші меблі. Із середини XIV ст. у моду входять килими (шпалери) з тематичними й орнаментальними композиціями.

Асортимент меблів розширюється. З'являються великі закриті шафи із двома й чотирма дверцятами. Конструкція готичних столів порівняно з романськими не зазнала особливих змін, але збільшилося число їх різновидів. Основна форма готичного крісла являла собою піднімальне сидіння, високу глуху спинку й підлокітники, рясно прикрашені багатим рельєфним різьбленням. Орнамент, що використовують в оформленні меблів, був трьох видів: ажурний, листяний і стрічкового плетива (рис. 3.1.11)

У часи пізньої готики (XIV ст.) подовжений силует фігури підкреслюється високими ковпаками на голові – енненами. Еннени протрималися в моді Європи близько ста років, і їх феномен пояснюється становими традиціями середньовічної знаті, коли не саме багатство було головним мотивом поведінки, а можливість демонструвати його. Еннени робили із твердого паперу або накрохмаленого льону, а поверх натягали шовк або іншу дорогу тканину.

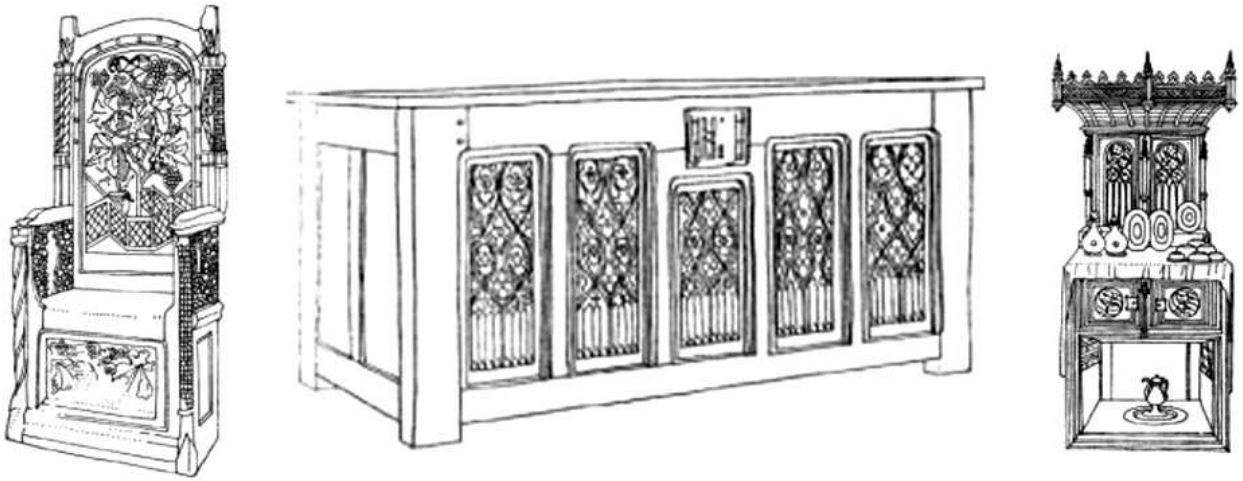


Рис. 3.1.11. Меблі готичного стилю

До нього прикріплювали довгу (до землі) вуаль, яка іноді прикривала фігуру. Еннени піднімали феодалок над народом і одна над одною. Чим знатніше була дама, тим був вище її еннен. Чоловіки, щоб не видатися малорослими порівняно з дамами, надягали капелюхи у вигляді «цукрових голів». Характерним для взуття готичного стилю є довга шкарпеткова частина (рис. 3.1.12).



Рис.3.1.12. Костюми готики

Батьківщиною «носатого» взуття вважається Бургундія. Довжину шкарпеткової частини визначали залежно від соціального статусу власника. Взуття з носами у дві з половиною ступні (до сімдесяти сантиметрів) дозволялося носити принцам крові; у дві ступні (до шістдесяти сантиметрів) – родовитим дворянам; у половину ступні (до п'ятнадцяти сантиметрів) мали носити простолюдини. Для зручності довгі носи пристібали ланцюжками до браслета у коліна. Носи прикрашали фігурками звірів, дзвіночками, дзеркальцями, у яких на ходу можна було любоватися собою.



Для України X – XI ст. характерна епоха слави й могутності в складі єдиної феодальної держави Русі зі столицею в місті Києві. Це був період політичного й економічного розквіту. В 988 р. при князі Володимирі офіційною релігією стало християнство. Це сприяло зміцненню зв'язків Русі із країнами Західної Європи й з Візантією, де християнство існувало з IV ст. У цей час була прийнята й нова система писемності. З кінця X ст. в Україні ведеться літописання, а вже через сторіччя окремі літописні оповідання поєднуються ченцем Києво-Печерського монастиря Нестором у єдину книгу «Повість временних літ». Народ оспівує цей період часу в билинах. У Київській Русі закладаються основи наступного розвитку мистецтва трьох братніх слов'янських народів – російського, українського, білоруського. В Україні з X ст. починають споруджувати дерев'яні храми, палаци, фортеці. Але в умовах боротьби з кочівниками виникає необхідність будівництва кам'яних фортець. Дерев'яні частини будівель українці прагнули прикрасити, покриваючи різьбленням із геометричних або рослинних орнаментів, розписуючи яскравими фарбами. У центрі своїх храмів слов'яни ставили ідолів, зроблених ними досить схематично з каменю, дерева, рідше з металу. Особливо мистецькими були створені слов'янськими майстрами ювелірні вироби.

*Характерні відмінності стилю Відродження (XIV–XVI ст.)*

Термін «Відродження» означав спочатку не стільки назву всієї епохи, скільки самий момент виникнення нового мистецтва, яке відносилось звичайно до початку XVI ст. Лише пізніше поняття це одержало більш широкий зміст – воно стало позначати епоху, коли в Італії, а потім і в інших країнах сформувалася й розцвіла опозиційна феодалізму культура. Бурхливий ріст міст і розвиток ремесел, а пізніше й зародження мануфактурного виробництва, підйом світової торгівлі, що втягував у свою орбіту все більш віддалені райони, поступове розміщення головних торговельних шляхів із Середземномор'я до півночі, що завершилося після падіння Візантії й Великих географічних відкриттів кінця XV і початку XVI ст., перетворили вигляд середньовічної Європи. Майже повсюдно тепер висувались на перший план міста. Колись наймогутніші сили середньовічного світу – імперія й папство – переживали глибоку кризу. Стиль Відродження виник у період формування капіталістичних відносин. У цей час була відкрита Америка, прокладені нові торговельні шляхи, виникли нові торговельні й промислові центри. Характеризуючи епоху Відродження, слід зазначити, що це був найбільший прогресивний переворот з усіх пережитих до цього часу людством, період, який потребував титанів і який породив таких титанів за силою думки, страстю й характером, за багатосторонністю й ученістю. Франческо Петрарка, Леонардо да Вінчі, Мікеланджело, Тиціан, Рембрандт, Ван Дейк, Шекспір, Сервантес, Рабле були найбільшими виразниками гуманістичних ідеалів у різних областях мистецтва епохи. Реалізм епохи Відродження відкрив індивідуальність людини й затвердив її могутність і красу. Його герой –

титанічна особистість, вільна у своїх проявах. Однією з найважливіших особливостей естетики епохи Відродження вважається відкриття правила «золотого перерізу», його дотримання було законом в архітектурі, скульптурі, живопису.

Ідеї гуманізму є духовною основою розквіту мистецтва епохи Відродження. Усі зміни в житті суспільства супроводжувалися широким відновленням культури – розквітом природних і точних наук, літератури на національних мовах і особливо образотворчого мистецтва. Зародившись у містах Італії, це відновлення захопило потім й інші європейські країни. Поява друкарства відкрила небачені можливості для поширення літературних і наукових добутоків. Із усіх елементів Ренесансу найбільших успіхів досягла література й мистецтво, особливо живопис. Антиаскетичний, антисхоластичний пафос епохи, прагнення до багатства життя, до її духовних і почуттєвих радостей найповніше виражаються саме в живопису (Ботічеллі «Весна», Леонардо да Вінчі «Мадонна Літта з дитиною на руках»). Живопис Ренесансу, як і бароко, закладає основи виділення головного в картині за допомогою кольору й світла. Зображення оголеної натури було зримим і сильним аргументом у боротьбі з аскетизмом, властивим стилю Середньовіччя. Яскравіше даний стиль виявився в Італії. В архітектурі провідну роль стали відігравати світські спорудження – суспільні будівлі, палаци, міські будинки. У музичному мистецтві з'явилися нові жанри: сольний спів, кантати, ораторії й опери.



Рис. 3.1.13. Взуття епохи Відродження

Архітектура й інтер'єри палаців стають багатше й характеризуються монументальністю просторових композицій, пишнотою мармурових сходів, розкішшю декоративного оздоблення. Стіни й стелі прикрашають фресками, ліпленням, мармуром. Формування виробів мають уже планомірний характер: спочатку на папері розробляють проекти виробів, які потім втілюють у матеріалі. Форми меблів ускладнюються. Але головним предметом обстановки усе ще залишається скриня, яку виготовляли з різних порід дерева, але віддавали перевагу горіху.

З 20-х рр. XVII ст. у Франції модною стає зачіска «їжачок». Причиною її популярності стало поранення в голову під час гри в сніжки короля Франциска I, якому за порадою лікарів довелося обстригти волосся. У цей період взуття стає більш тупоносим (рис. 3.1.13).

У першій половині XVII ст. у Франції з'явилися перші перуки – предмет розкоші й ознака аристократизму, які злегка припудрювали на догоду моді. Тепер їх носили не тільки жінки, але й чоловіки. Заміжні жінки також заплітали волосся в коси й укладали їх у вигляді черепашок над вухами. Часто волосся покривали оксамитовими шапочками, вуалями, сітками зі стрічок і ниток. Популярними стали зачіски з відкритим чолом.

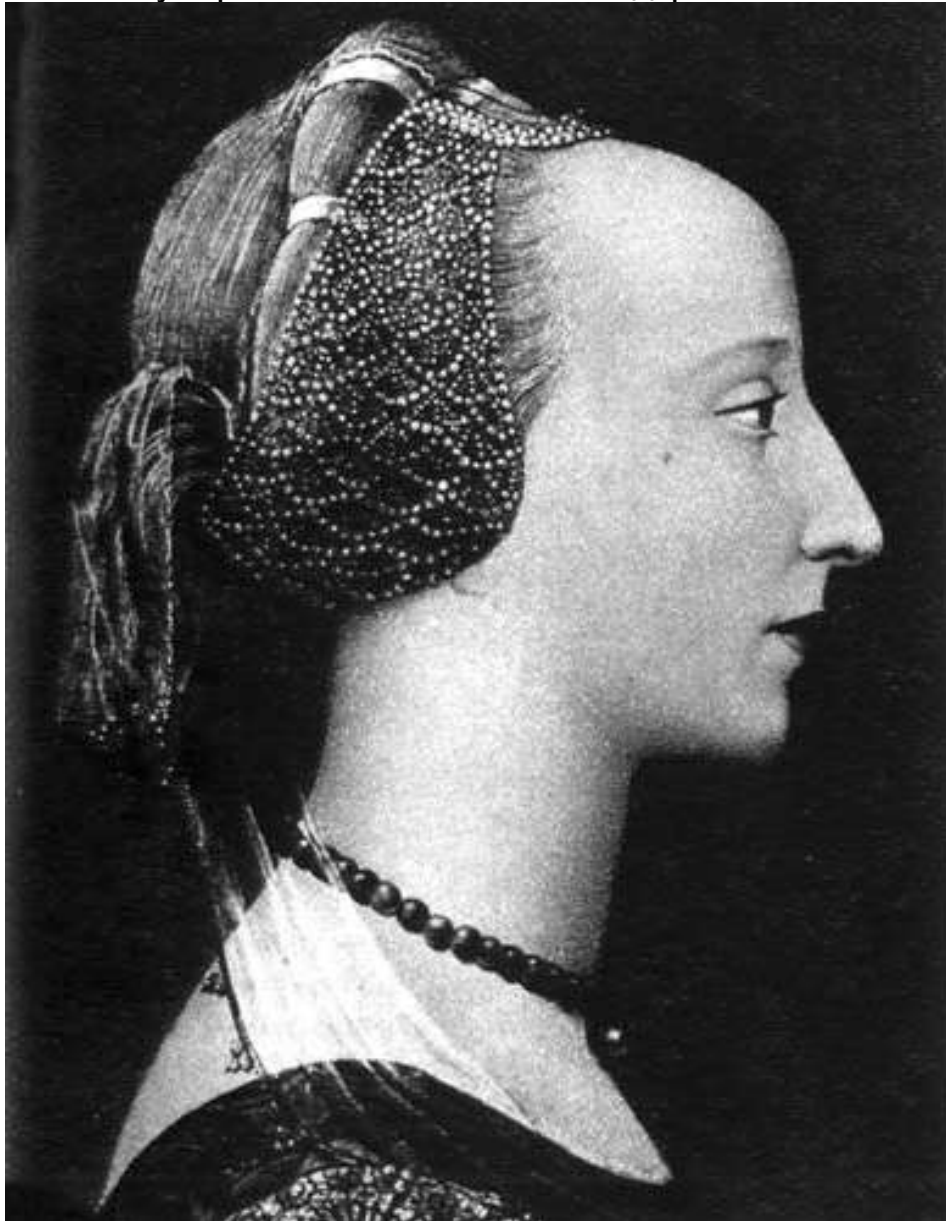


Рис. 3.1.14. Жіноча зачіска епохи Відродження  
Жінки вискубували брови, частину волосся, чоло і навіть вії спеціальними щипчиками (рис. 3.1.14).

В епоху Відродження ще не було вироблено правило щоденного купання. Замість цього представники еліти наносили парфуми у величезних кількостях на одяг, постіль, віяла, папір. Носили рукавички із просоченої квітковими есенціями шкіри. Особливою популярністю користувалися сильні, різкі запахи прянощey і тваринних ферментів. Аж до кінця ХІХ ст. обмивання вважалося навіть небезпечним. Ванни пристойно було приймати не частіше одного разу на тиждень, щоправда, улітку дозволялося щодня мити ноги. Слухи про яку-небудь куртизанку, що має в будинку ванну кімнату і купається щодня, шокували світських дам. Мити голову частіше чотирьох раз на рік уважалося шкідливим для здоров'я. Але щодня користувалися парфумами, наносячи їх шар за шаром.

*Характерні відмінності стилю бароко (ХVI – ХVII ст. н.е.)*

Бароко – напрямок, що охоплює ХVI – ХVII ст. і породжене кризою епохи Відродження. У перекладі з італійської мови означає «дивний, вигадливий»; з португальської – «перлина неправильної форми». Бароко було властиве прагнення до вчистості, що виражається контрастно, напружено, з неабиякою часткою пишності й прямої афектації.

ХVII століття являє собою одну з найбільш грандіозних епох у всій історії розвитку суспільства, тому що розвиток усіх європейських країн відбувався в одному напрямку: від феодалізму до капіталізму. Провідними шарами стають буржуазія, аристократія й селянство. Ідеологічною основою для розвитку нового стилю було ослаблення духовної культури, розкол церкви, боротьба різних віросповідань. На тлі боротьби релігійного й світського засад держава набуває чільного значення. Ідеологія бароко визнає існування антагонізмів, але вважає державу й церкву силами, що примиряють конфлікти життя, що надають їй єдність.

Вступ у нову фазу економічних і політичних відносин неминуче спричинило й формування нової культури. Підвищується емоційність, театральність, імпульсивність, декоративність і мальовничість, які створюють своєрідну гармонію, що характеризується як «співзвуччя неспівзвучного». Художнє мислення бароко ускладнене, часом чудернацьки.

Архітектура бароко характеризується такими ознаками, як надлишок прикрас, колосальність масштабів (Версальський палац), складність членування й просторових співвідношень, парадність, контрастність форм, створення архітектурних ансамблів, стилізація одних форм під інші (рис. 3.1.15).

У скульптурі й живопису сюжети пов'язували з біблійною міфологічною тематикою драматичного або героїчного плану. Прямі лінії, радісні фарби, ясні пластичні форми, гармонійність і пропорційність, типові для Відродження, замінюють у бароко вигадливими, звивистими лініями, масивними формами, темними й похмурими тонами. Стиль бароко відбитий такими художниками, як Себастьяно Річчі, Джованні Батисто

Тьєполо, Александро Маньяско, Антоніо ван Дейк, Пітер Пауль Рубен, Ель Греко, Дієго Веласкес.

Виникнення опери в Італії відкриває епоху XVII ст. в історії музичного мистецтва Західної Європи. Намічається певна тенденція розвитку оперного жанру. Паралельно опері розбудовують вокальний жанр ораторії, представниками якого є Гайдн і Гендель, а також пишуть і виконують кантати. Серед представників інструментальної музики найяскравіше виразили себе Антоніо Вівальді, Арканджело Кореллі, Іоганн Себастьян Бах.

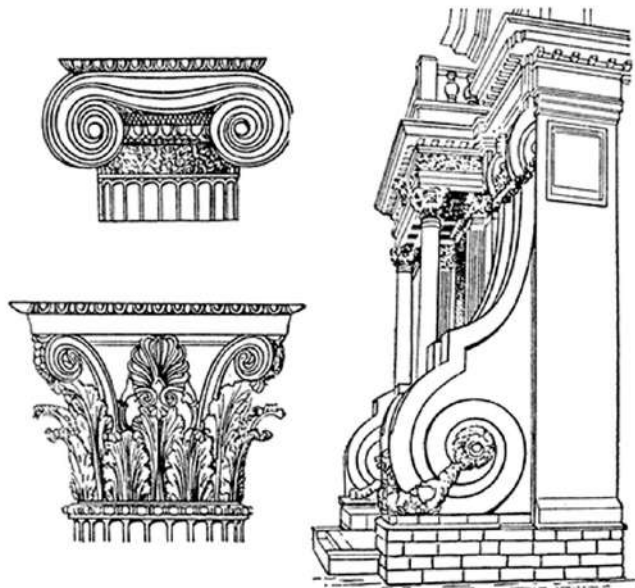


Рис. 3.1.15. Архітектура бароко

. Відбувається становлення наук: пізнають географію Землі, розбудовують оптику й термодинаміку, Декарт формулює закони заломлення світла, Ньютон – закон розкладання спектра кольору.

Особливою розкішшю відрізняються інтер'єри, в оформленні яких застосовують ліплення, скульптуру, розпис, мармур і позолоту. Внутрішній простір оформляють більшими, у всю висоту стін, дзеркалами, плафонами, що оптично збільшує розміри приміщень. Пишністю, різноманітністю форм, криволінійністю обрисів і складністю силуетів відрізняються й меблі епохи бароко: консолі (пристінні столи), лави, крісла, комоди й бюро (рис. 3.1.16). Меблі для сидіння стають більш зручними, з'являються м'які сидіння, спинки з відвалом, зручні підлокітники. Разом із тим ускладнюється її пластичний розв'язок.

М'які меблі масивні, прикрашені різьбленням і обтягнуті темним оксамитом з великим візерунком. Скрині поступаються місцем шафам, кабінетам і бюро-кабінетам. З'являються нові види меблів: шезлонги, комоди з висувними шухлядами, письмові столи, постаменти для скульп-

тур. Як прикраси використовують нові матеріали – кістка, черепаховий панцир, перламутр, порцеляна і т.д.



Рис. 3.1.16. Меблі стилю бароко: комод, бюро, стілець, ліжко

Костюм цього часу вільний, легкий і дуже мальовничий. У жіночому костюмі зберігається щільний подовжений ліф і розділена попереду спідниця. В іншому ж створюється повне враження розслабленості й волі. Верхнє плаття звичайно підбирали над нижньою спідницею. Характерним для цього періоду є широкий виріз навколо шиї, на який вільно спадали завиті локонами волосся. Корсаж і рукава рясно прикрашали мереживами й стрічками. Подібна обробка надавала жіночому платтю якогось художньо безладного характеру. Символом мужності в стилі бароко стає лев, і тепер чоловіки хизуються у величезних, що імітують левину гриву, рудих перуках (рис. 3.1.17).

Дворяни відпускали маленьку бороду й невеликі вуса. Жіноча зачіска змінювалася незліченну кількість раз. Вона складалася з комбінацій локонів, покладених на голові рядами й для твердості змазаних білком, і вигнутого в різні фантастичні форми дротового каркаса, прикрашеного мереживом, квітами й стрічками. У XVIII ст. термін «бароко» набуває значення негативної естетичної оцінки. Барочним позначалося все неприродне, перебільшене, довільне.

*Характерні відмінності стилю рококо (XVIII ст.)*

Рококо (франц. – «декоративний мотив у вигляді раковини»). Стиль виник на початку XVIII ст. у Франції й поширився в Європі як вираження смаків аристократії. Для цього періоду характерні швидкий економічний розвиток і ріст багатства Франції.

Для рококо характерним є відхід від життя у світ фантазій, театралізованих ігор, міфологічних і пасторальних (пастушачих) сюжетів, еротичних ситуацій. У мистецтві рококо панують прикрашення, примхлива орнаментальність форми, навмисна асиметричність і складність звивистих ліній, а в інтер'єрі – багаті розписи й великі дзеркала, що створюють враження легкості й нематеріальності стін.



Рис. 3.1.17. Чоловічий і жіночий костюми стилю бароко

Декоративне мистецтво належить до вищих досягнень мистецтва XVIII ст. за вишуканістю, набуває духу інтимності, комфорту й уваги до особистої зручності.

Архітектура становиться більш інтимною, камерною із затишними витонченими інтер'єрами. Як основні структурні складові з'являються будуари й кабінети.

Форма й декор меблів стають більш вільними й втрачають монументальність. Асортименти меблів поповнюються новими видами: бержер (глибоке крісло), секретер, жіночий письмовий столик, туалет із відкидним дзеркалом, комоди, тумбочки. Серед предметів корпусних меблів найбільше поширення одержав комод, форма якого стає усе більш обтічною. Як меблеву тканину використовують оксамит, килими з м'якою ворсистою поверхнею й квітковим візерунком. Використовують дорогі породи деревини: червоне й рожеве дерево, палісандр, амарант, пальму, лимон, клен,

горіх, яблуню, грушу. Мебельники віддають перевагу деревині з багатим природним малюнком, штучному фарбуванню й випалюванню по дереву. У європейському мистецтві посилюється наслідування китайським зразкам.

Зачіски раннього рококо порівняно з бароко стали значно меншими. Крихіткість, витонченість, чуттєвість, деяка манірність були наявні в чоловічих і жіночих зачісках. Чоловічі зачіски були невеликими за об'ємом. Волосся завивали в локони, а іноді гладко розчісували назад. Позаду їх зав'язували чорною стрічкою або ховали в чорний мішечок. Плаття в стилі рококо є найкращим свідченням того, що французи називають *de se dévêtir* – мистецтво одягатися. До цього минулого причетні не тільки кравці й модистки, але й перукарі. Королевою стилю рококо по праву може вважатися маркіза де Помпадур, уроджена Жанна Антуанетта Пуассон, чій смак, грація, добірність і краса допомогли їй стати фавориткою Людовика XV.



Рис. 3.1.18. Костюми стилю рококо

Оскільки одяг рококо сильно оголював тіло, нижній білизні приділялася найбільша увага. Найчастіше вона була справжнім твором мистецтва. Її прикрашали золотом і сріблом, багатими вишивками й мереживом, а також іншими видами обробок. Образ жінки мав викликати відчуття фривольної грації, деякого легкомудства, тому зачіска складалася з невеликих локонів і прикрашалася пір'ям, стрічками, квітами, нитками перлів (рис. 3.1.18).

На початку 70-х рр. XVIII ст. зачіски стають особливо складними, оскільки на голові споруджувалися кораблі, кошики із фруктами, овочами й квітами, зводилися вежі, колиски з дітьми. Для скріплення використовували клей зі свинячого сала. Іноді маса коштовностей, якими прикрашалася зачіска, перевершувала вагу самої голови. Зачіски мали назви, що свідчать самі за себе: «голубине гніздо», «звірине коло», «мережі любові» і т.п. Спорудження подібних конструкцій здійснювалося перукарем



протягом декількох годин. Тому зачіски намагалися не торкати доти, доки вони не розвалювалися самі собою.

### *Характерні відмінності стилю «класицизм» (XVII – XIX ст.)*

Класицизм ( від лат. classicus – «зразковий») являє собою стиль і напрямок у літературі й мистецтві в другій половині XVIII ст., що звернулися до античної спадщини як до норми й ідеального зразка. Класицизм утворився у Франції як вираження цивільних ідеалів, буржуазно-революційних спрямувань. Оснований на ідеях філософського раціоналізму, розумної закономірності світу, він прагнув до вираження піднесених героїчних і моральних ідеалів, до строгої організованості логічних, ясних і гармонійних образів. У Франції, Англії й Західній Європі відбувається посилення ролі буржуазії у політичному житті держави. Французька революція 1789 р. принесла із собою нові культурні течії, які відбилися в зачісках. Натхненні ідеями волі, рівності, братерства ідеологи французької революції звернулися до образів античного світу.

Поступово виникають нові тенденції: волосся підкреслюють форму голови, переваги віддаються гладким волоссям. Вийшли з моди припудрені зачіски. Жіночі зачіски мали різноманітні форми, але дуже спростилися, стали нижче. Уперше з'являються короткі зачіски в жінок. Чоловічі зачіски були подані короткими стрижками.

Найбільшими архітектурними добутками епохи класицизму вважаються: паризька церква Святої Женеви, побудована в 1756 р. і перебудована в Пантеон, – місце поховання великих людей Франції; пам'ятник К. Мініну й Д. Пожарському в Москві, споруджений в 1818 р. скульптором П. Мартосом; палац Малого Тріанону у Версалі, споруджений в 1764 р. архітектором Ж. А. Габріелем (рис. 3.1.19).

Естетика класицизму встановила ієрархію жанрів. До «високих» стилів минулого віднесені трагедія, епопея, ода, історія, міфологія і т.д.; до «низьких» – комедії, сатира, байка і т.д. Серед видатних діячів класицизму в літературі слід назвати Вольтера, Мольєра, Н. Буало, Ж. Лафонтена, Г. Р. Державіна, М. В. Ломоносова; у живопису – Н. Пуссена, К. Лоррена, Ж. Л. Давида; у скульптурі – Ж. Б. Пигаля, Є. М. Фальконе, М. І. Козловського.

З розвитком класицизму в інтер'єрі перевага віддається прямим лініям, ясності й гармонійності пропорцій. Форма диванів, крісел, стільців на відміну від меблів стилю рококо більш проста й спокійна. Ніжки й підлокітники випрямлюються, усі дерев'яні частини покривають паралельно протягненими рядами намиста й орнаментом античних мотивів. Меблі для сидіння зафарбовують у білий і світлі тони, оббивають світлими набивними й вишитими шовковими тканинами. Серед корпусних меблів популярні бюро, секретери й комоди, стільці й лави, але більш строгих форм (рис. 3.1.20). З'являються туалетні столи з обертовим по горизонтальній осі дзеркалом і напільні дзеркала на двох стояках. Для оформлення

меблів використовують маркетрі (вид мозаїки з фігурних платівок фанери, які наклеюють на основу) зі шматочків світлих і темних порід деревини.



Рис. 3.1.19. Архітектура стилю класицизму

Пізніше замість техніки маркетрі стали використовувати гладку фанеру цінної деревини з легкою бронзовою обробкою, а також інкрустацію наборами з кольорових екзотичних порід дерева (сатинове, рожеве). Декорування меблів здійснюють писаними порцеляновими накладками або плакетками (від франц. «плакетка» – платівка з металу, кераміки і т.д. з рельєфним зображенням) з білими фігурами на блакитному тлі. Атрибутами інтер'єру стають кам'яний годинник, прикрашений бронзовими скульптурними групами; канделябри й тагани, що стоять на камінах.

Французький абсолютизм XVII ст. регламентував особистість, містачи її у тверді рамки державності. Король як би зробився посередником між буржуазією й дворянством і врівноважував їхнє протиборство. У цьому національному єднанні під егідою абсолютизму узгоджувалося неузгоджуване, поєднувалося непоєднуване й в ім'я суспільного приносилося в жертву індивідуальне.

У мистецтві Середньовіччя особистість підпорядковується Богові, у Відродженні – собі, у класицизмі дії героя ґрунтуються на свідомості суспільної необхідності, яку персоніфікує король. Необмежений у своїй волі абсолютний монарх перетворюється в джерело сваволі в долі героя. Підпорядкування людини державним інтересам, смиренність почуттів розумом, приношення щастя й навіть життя особистості в жертву обов'язку, слідування абстрактним нормам чесноти – естетичний ідеал класицизму.



Рис. 3.1.20. Меблі стилю класицизму:  
стільці, лава

Мистецтву класицизму властиві цивільний пафос, державність концепції, віра в силу розуму, чіткість й ясність моральних та естетичних оцінок. У той же час класицизм є дидактичним, повчальним. Його образи естетично одноколірні, їм не властиві інтелектуальна й емоційна об'ємність, пластичність, багатогранність. Добуток будується на одному мовному шарі – «високий стиль» не вбирає в себе всього лексичного багатства народної мови. В ідейно-естетичній концепції класицизму історія трактувалася як плід діяння видатних особистостей. У такий «високий жанр», як трагедія, простолюдинові доступ був заборонений, йому призначалося місце тільки в комедії.

Художня концепція світу в класицизмі була раціоналістичною й поза історією. Проблеми свого часу зважувалися на античному, римському або настільки абстрактному матеріалі, що ні місце, ні епоха не мали істотного значення.

Затишним, комфортабельним житло було зі світлими, просторими приміщеннями. Слабшає вплив античного мистецтва. Шпалери за колірною гамою вибирали світлі з орнаментом геометричного або рослин-

ного характеру. Вікна декорують легкими завісами з мусліну. М'які меблі мають яскраву оббивку, корпусні меблі – теплі коричневі відтінки. Корпусні меблі різноманітні: буфети, секретери, шафа з одними дверцятами, підставки для установки кімнатних рослин. Широко застосовували світлі породи деревини: черешню, грушу, клен, тополь, ясен. Для оббивки використовували ситець, репс, які часто кріпили декоративними цвяхами з більшими порцеляновими капелюшками.

Характерними для цього часу були зачіски з пишними локонами й завитками, стоячими петлями й косами, які прикрашалися різними шпильками, вуалями, квітами й діадемами. Чоловіки носили високий чубчик і бакенбарди.

#### *Характерні відмінності стилю ампір (XIX ст.)*

У другій половині XVIII ст. рококо поступається місцем ампіру. Ампір, або «стиль імперії» (франц. empire – імперія, від лат. imperium – командування, влада) – художній стиль, створений у Франції на початку XIX ст. в епоху імперії Наполеона Бонапарта.

Хронологічні рамки оригінального французького «стилю імперії» обмежені дуже невеликим відрізком часу від кінця правління Директорії (1799) або року коронації Наполеона (1804) до реставрації династії Бурбонів (1815).

Стиль ампір був створений архітекторами й художниками, що надихаються мистецтвом Прадавнього Єгипту, величною архітектурою Прадавнього Рима. Монументальний, величний стиль спирався на традиції класицизму й на стиль епохи римських імператорів. Він виражав військову могутність і державну велич влади, наприклад Триумфальна арка в Парижі, що перевершує арки Прадавнього світу. Ампір докорінно відрізняється від класицизму. М'яку і ясну гармонію стилю Людовика XVI і демократичну строгість «стилю Директорії» змінили парадна пишнота й театральний пафос «стилю імперії». Наполеон прагнув до блиску й ореолу слави римських імператорів.

Стиль ампір відрізняла парадна пишнота меморіальної архітектури й палацових інтер'єрів, підкреслено багатий декор (рис. 3.1.21). Імператор Наполеон бажав пишності й розкоші, і форми античної класики або французького класицизму були тут не зовсім доречними.

В 1812 р. вийшов у світ твір придворних архітекторів Наполеона Ш. Персьє й П. Фонтена «Збірник ескізів для прикраси інтер'єру й усіх видів обстановки», що стало «Біблією нового стилю». В 1786–1792 рр. Персьє й Фонтен працювали в Італії, і хоча вони підкреслювали «можливість використання самих різних стилів усіх часів і народів», все-таки на першому місці для них був «величний стиль римлян».



Рис. 3.1.21. Архітектура й інтер'єр стилю ампір

У наслідуванні цьому стилю придворні художники Наполеона доходили до абсурду у своїй театральності. Так, спальня імператриці Жозефіни в палаці Мальмезон була перетворена в якусь подобу похідного намету римського полководця, а одягнені в «римські туніки» жінки мерзнули від зимового холоду в погано опалювальних паризьких салонах і в засніженому Петербурзі – у всьому, що наслідувало французькій столиці. Воістину, говорячи словами самого Наполеона, «від великого до смішного один крок». Декоративні мотиви стилю ампір складаються в основному з елементів давньоримського військового спорядження легіонерських знаків з орлами, зв'язаних списів, щитів, пучків стріл, лаврових вінків і т.д. Обов'язковим атрибутом композиції був ініціал Наполеона у вигляді букви «N». Разом із римськими можна помітити й мотиви єгипетського мистецтва. Після єгипетського походу Наполеона (1798 – 1799) у мистецтві французького ампіру єгипетські мотиви ще більше поширювалися. Яскравими прикладами є інтер'єри імператорських заміських резиденцій у Фонтенбло й Компьєне.

Композиції створювали за законами симетрії, прямолінійності, геометричності й стійкості. Сильний контраст чистого поля поверхні стін, меблів і вузьких орнаментальних поясів у строго відведених місцях підкреслювали конструктивні членування форми. Характерними барвами були яскраві – червона, синя, біла із золотом. Велике значення в оформленні інтер'єру в стилі ампір мали світильники й бронзові деталі меблів. Як драпірування для вікон і дверей стали використовувати прямі завіси із широкою облямівкою внизу.

Найбільш античноподібною були меблі для сидіння: стільці за формою близькі до давньогрецького стільця, бічну частину якого створювали у формі лева, крилатого сфінкса, лебедя, грифона. Оббивають меблі червоним сукном, шкірою й шовком. У побут входять кушетки, гірки, вузькі серванти, пристінні столи (рис. 3.1.22).



Рис. 3.1.22. Меблі стилю ампір

У жінок зачіски змінювалися дуже часто. У моді був грецький вузол, а також зачіски з локонів, зібраних у певні комбінації (рис. 3.1.23).



Рис. 3.1.23. Зачіски й костюми стилю ампір

Волосся чоловіків стригли й завивали в тугі локони, обличчя голили, але на щоках від скроні залишали вузькі смужки волосся, які називалися «фаворитом».

Стиль «еклектика» являє собою стильовий напрямок, що одержав розвиток у період з 1830 по 1900 рр. Суттю даного стилю стало механічне з'єднання різнорідних, часто протилежних принципів, поглядів, теорій, художніх елементів і т.п. В архітектурі наявна комбінація різнорідних стильових елементів або довільний вибір стилістичного оформлення будівель та інтер'єру, що мають якісно інший зміст і призначення. Архітектура зрілої еклектики тяжіла до підкресленої репрезентативності (виставці напоказ) форм, багатству й насиченості декору. Ці якості символізували добробут замовника.

*Характерні відмінності стилю модерн (XX ст.)*

Стиль модерн (від французького – *moderne* – сучасний, новий) сформувався в мистецтві кінця XIX ст. – початку XX ст. Стиль модерн відрізняють висока дисципліна композиції; ритм гнучких текучих ліній;

використання національно-романтичних мотивів. Характерним є захопленість новими на той час матеріалами – металом, склом, керамікою (рис. 3.1.24).

Наприкінці XIX – початку XX сторіччя значні зміни відбулися й у костюмі. Вони були пов'язані з більшим припливом населення в міста, викликаним швидкими темпами розвитку промисловості. Більшу роль у формуванні костюма відіграв революційний рух.



Рис. 3.1.24. Архітектура й інтер'єр стилю модерн

Немаловажне значення мали й виступи лікарів, які доводять, що корсет згубно впливає на здоров'я людини. «Пекучим» питанням XIX ст. була емансипація жінок. Пропонували найрізноманітніші форми одягу для жінок, у тому числі й шаровари, спідницю-штани. Дискусія про те, чи має жінка носити шаровари, чи красиво це, чи гігієнічно, набула надзвичайно гострого характеру.

Тільки в Росії було видано дві спеціальні книги – «Жінка й велосипед» (1899), «Дама в штанях» (1912), у яких доводилася утилітарна необхідність шароварів. Наприкінці XIX сторіччя було запропоновано нове плаття вільного покрою. Популярним став жіночий костюм «тальєр», який складався зі спідниці й жакета. Таким же популярним стає вбрання із блузи й спідниці. До 20-х рр. XX ст. народжується костюм строгої форми. Покрій і обробка одягу були дуже простими. Основні прикраси – гудзики, коміри, одвороти. Деталі одягу часто нагадували елементи чоловічого костюма.

*Характерні відмінності сучасного стилю (XX – XXI ст.)*

Стиль кожної з минулих епох – це неповторний зліпок з неповторного способу життя. Тому всі спроби відродити в нових умовах збігли історичні стилі приводили до формалізму.

Існуючий капіталізм не зміг створити стійкого цілісного стилю, тобто стилю епохи, тому що єдине відношення до речового світу стало порушу-

ватися. Усі предмети побуту, знаряддя праці перетворилися на товар, а протиріччя між виробництвом, розподілом, обміном і споживанням стали дивовижними. В епоху панування капіталізму еталоном естетичної цінності предметного світу стала мода.

Стиль третього тисячоріччя – це стиль синтезу. Сьогодні особливо важливо побачити єдине в різноманітності його проявів, навчитися слухати, почувати, розуміти й ухвалювати іншого, пізнаючи себе як частину світу й світ як частину себе. Сьогоднішня культура є формою одночасного буття й спілкування людей різних – минулих, теперішніх і майбутніх – культур.

Не менш важливим є феномен стирання національних і державних кордонів, властивий нинішнім культурному і освітньому процесам. На межі ХХ – ХХІ ст. відбувся зсув і зближення сучасних культур Заходу й Сходу, Півночі й Півдня, Європи, Азії, Африки, Латинської Америки.

Поняття «східний стиль» – всеосяжне, різноманітне, специфічне й загадкове. Багатовікова історія розвитку країн Сходу вказує на їхню об'єднуючу основу – шанування традицій у відносинах, політиці, архітектурі, ідеалах, релігії, одязі, мистецтві й т.п. Відмінність полягає в релігії, що сповідується. Життя мусульман від народження до смерті регламентується Кораном. Уся культура ісламу буквально дихає словом, а людина опиняється у світі розкритої книги. Характерним для естетики Сходу є широке використання орнаменту, тому що зображення живих істот заборонені.

Вишукані орнаментальні візерунки переплітаються зі священними висловами, прикрашають стіни мечетей і медресе, інтер'єри житлових будинків – від килимів і вишивок до посуду й традиційного одягу. Уже тисячі років тут панує архітектура й безмежність відстаней. Дивні будинки-вежі побудовані з місцевих матеріалів. Прадавня технологія будівництва дозволяє зводити будинки з шарів глини, що укладаються один на одного. Візерунками із цього ж матеріалу прикрашають будівлі. Орнаменти традиційно роблять геометричними, фасади звичайно прикрашені цегельною кладкою, різьбленим каменем або білою штукатуркою, якою обрамляють віконні прорізи. Важкі дерев'яні двері захищають вхід. Вікон мало, тільки невеликі прорізи без стекол подекуди «розбивають» бездоганні прямокутні фасади. Усередині обов'язковим атрибутом є кручені сходи, які обвивають гутбу (центральну колону), що і йде на верхні поверхи. Роль кожного рівня раз і назавжди визначена: унизу – тварини, запаси продуктів – на другому поверсі, кухня – на третьому поверсі, житлові приміщення – на четвертому, а далі – диван, місце сімейних зборів, і, нарешті, на останньому поверсі – мафрай, найкрасивіша кімната для паління, у якій збираються чоловіки.

Основний принцип мусульманської естетики – вистава про «схований скарб» – відбився в мистецтві ісламу сповна. Для європейців паранджа – це символ закритості й рабства жінок, а для мусульман – умова охорони



самого дорогого – жінки-матері. Образ пустелі й саду як контраст зовнішнього й внутрішнього стає моделлю світоустрою. Простота й безбарвність фасадів, подібно верхньому одягу в традиційному костюмі, заповнюються багатством і красою внутрішнього змісту. За своїми стінами будинок уподібнюється оазису, втілюючи вічну мрію про щастя.

Мода на ісламське прикладне мистецтво міцно ввійшла в європейський побут. Зараз уже важко уявити собі західні інтер'єри або одяг «от-кутюр» без східних елементів. Лаконічний європейський стиль без опору впускає у свої володіння ритмічний і вишуканий мусульманський орнамент і колористику. Геометричні структури орнаменту й насичені барви роблять раціональний мінімалістичний інтер'єр приміщень теплим за духом, самотутнім і неповторним. Східні килими й сучасні меблі, як усе нестандартне, екзотичне й контрастне, сьогодні в пошані й з успіхом запозичаються дизайнерами, що створюють інтер'єри, моделі одягу, комп'ютерної графіки, фасадів, ландшафтів і т.д.

Азіатські обличчя, східна музика й кулінарія, декоративні елементи Сходу, багат шаровість костюма, приглушені «запилені» тони існують як ніколи в моді. Раціоналізм Заходу й чуттєвість Сходу в комбінації утворюють досить гармонійний утвір. Фешн-дизайн підхопив це першим, увівши в одяг архітектурні форми, кольори й орнаменти Сходу. Шанування й уміння знаходити гармонійні комбінації традиційних вікових стилів дозволяють наповнювати наше життя свіжими віяннями в сфері формування нових традицій, дизайну одягу, архітектури, інтер'єру, мислення і т.д.

Самим затребуваним сьогодні, на думку дизайнерів, є японський стиль (рис. 3.1.25) з його бездоганними колірними комбінаціями й лаконічними формами. Це стиль, у якому ніщо не перевантажує увагу, простір спокійний й не потребує розшифрування.



Рис. 3.1.25. Інтер'єр у японському стилі

У японців відношення до природи є особливим, тому японський стиль асоціюється із природними квітами, переважно у світлій гамі: відтінки бежевого, білий, кремовий, молочний. Стримані світлі тони характерні й для японських меблів. Поверхня меблів і стін є гладкою. Тканини теж кремові й білі, переважно натуральні: бавовна й шовк.

Після японського популярним є африканський стиль. Дерев'яні меблі, прикрашені різьбленням, вилиті із заліза або плетені з ротанга, вовняний килим із традиційним африканським малюнком на підлозі, вироби художніх ремесел: дерев'яні блюда для фруктів, екзотичні скульптури, маски, стилізовані ліхтарики – основні відмінності стилю. Кольори Африки – дуже теплі й приємні, блискучі тканини з бавовни, льону й віскози у фарбах заморських пряностей і екзотичних фруктів. Істотним доповненням можуть бути лляні наволочки з вишитими фігурками жирафів і тигрів (рис. 3.1.26).



Рис. 3.1.26. Інтер'єр в африканському стилі

Китайський стиль, який в епоху рококо буквально підкорив Європу (рис. 3.1.27), сьогодні менш популярний, але його елементи часто використовують у дизайні інтер'єрів житлових приміщень у вигляді китайської вази, розписів на стіні й т.д.

Досить рідким, але екзотичним є індійський стиль, що припускає використання бірюзового, малинового й жовтогарячого кольорів. Меблі в індійських будинках низькі, випиляні вручну з дуже міцного дерева – тіка. Характерною рисою індійського стилю є можливість легкої трансформації деталей будинку, тобто стільчики, столи, ширми, віконниці й двері часто переміщують з одного місця на інше. У напрямку арт-дизайну особливого

значення набуває меблеве проектування, спрямоване на введення меблів у новий статус – твору мистецтва, знака культури. Тим самим іде розширення спектра напрямків, характеру й статусу меблевого дизайну, яке коротко можна визначити: «від широкого вжитку до мистецтва, від утилітарності до справді художньої форми». Головною тенденцією стає перенос



Рис. 3.1.27. Інтер'єр у китайському стилі

центру ваги з утилітарно-функціонального значення речі до культурно-художнього, що зовсім не означає, що цей розвиток шкодитиме функціональним якостям сучасних меблів. Мова йде лише про зміну співвідношення утилітарного й художнього на користь художнього з подальшим розвитком і вдосконалюванням функціональної якості.

#### 4. МОДА

Естетичне освоєння – діяльність людини, спрямована на перетворення дійсності в естетичну, яку люди знову й знову сприймають, пізнають, оцінюють і перетворюють. Сприймаючи й пізнаючи навколишній світ, людина одночасно виражає своє відношення до нього в естетичній оцінці, яка залежить від її естетичного смаку ідеалів, що й сформувалися.

Специфічним і найяскравішим прикладом прояву рівня естетичного смаку є наш одяг. Виникши як чисто утилітарний предмет, одяг поступово став відігравати не тільки практичну роль. Часом він як би підмінює саму людину, інформує навколишніх про те, що людина прагла б сповістити про себе. Одяг є нашою невід'ємною частиною настільки, що зовнішність не вважається повною й завершеною, якщо тіло не одягнене. Злитість людини з одягом надає нашому відношенню до нього особливого значення.

ня, іншого, чим до інших предметів побуту, якими ми користуємося, – посуду, меблів і т.п.

Естетичні норми у відношенні до одягу народжуються в результаті складного й різноманітного творчого процесу. Фахівці вивчають пропорції людського тіла й особливості фігури, значення силуету й лінії, доцільність форми окремих деталей костюма, контраст, колірні комбінації взаємодії барв, осмислюють закони зорових ілюзій, досліджують ансамблі в цілому. Люди постійно перебувають у процесі пошуку нових елементів одягу, нових варіантів форми, й відповідно до цих нововведень вони поводяться, спілкуються й діють. Природне прагнення людини змінити речовинний світ, зробити більш зручними й гарними його елементи і стало причиною народження такого поняття, як мода.

Історичний шлях розвитку моди вказує на те, що вперше це поняття знайшло своє відображення в латинській мові й у перекладі «modus» означає «захід, спосіб, правило». На початку свого становлення мода була батьківщиною такого естетичного поняття, як «стиль епохи». Мода змінювалася порівняно рідко, відповідаючи неквапливому розвитку суспільних відносин і ритму життя. Основною причиною появи нової моди є прагнення до відновлення шляхом використання нових колірних композиційних комбінацій, матеріалів і технологій. Разом із тим модні віяння відбивають політичні погляди, суспільні інтереси, а також основні ідеї епохи, у якій вони розбудовуються. Досить часто причиною виникнення моди була шанобливість до окремих осіб або групи привілейованих у суспільстві людей, а іноді просте бажання бути схожими на них. Мода може існувати в суспільстві, де відсутні внутрішні тверді обмеження, і саме така мода може бути подана на «суд» суспільства. Універсальність моди виявляється у двох основних вимірах: по-перше, мода не визнає регіональних і державних кордонів, етнічних обмежень, по-друге, мода ігнорує розподіл суспільства на класи.

Структура моди складається з «модних об'єктів» і «модних еталонів». «Модним об'єктом» стає той або інший об'єкт, визнаний модним у певний час, у певному суспільстві, тобто коли об'єкт викликає пристрасті споживачів. Це може стосуватися як вузького кола людей (презентація), так і широкого (телебачення). Отже, споживач здобуває «модний об'єкт» для показу, демонстрації його навколишньому середовищу. «Модні еталони» – це моделі, які передбачають використання «модних об'єктів», наприклад, володіння певним твором мистецтва, носіння модного взуття і т.д. «Модні об'єкти» сприймаються споживачами по-різному. Залежно від цього чинника структура споживачів моди складається з таких груп:

- новатори;
- лідери;
- рання більшість;
- пізніша більшість;
- традиціоналісти.

До «новаторів» відносяться «піонери» і «експериментатори». Ця група складається зі споживачів, які прагнуть придбати й використовувати моду першими в даному суспільстві (на подіумі, сцені, телебаченні й т.п.). До «лідерів» відносяться особи, для яких характерною є особлива увага з боку суспільства. Це місцеві авторитети, які не схильні до ризику та «займають» у новаторів найбільш характерні моделі для даного угруповання. Лідери використовують ті «модні об'єкти», які мають найбільший шанс уважатися модними. До групи «рання більшість» відносяться «наслідувачі» й «ранні послідовники». Ця група складається зі споживачів, які складають масу «модних людей», група становить більший відсоток у суспільстві, які використовують «модні об'єкти». «Пізніша більшість» – це група, до якої відносяться «скептики» й «консерватори». Для цієї категорії споживачів характерним є певний консерватизм, прагнення бути, як усі. Вони реагують на «модні об'єкти», коли об'єкти в суспільстві набули масового використання. Для групи «традиціоналісти» характерна орієнтація на традицію, тобто вони звертають увагу на моду минулих років.

Моді в суспільстві належить особливе значення, вона несе в собі такі властивості:

- виконує функцію оцінювання нової речі, її визнання або невизнання;
- виявляється у всіх сферах суспільного життя й, насамперед, у творчості;
- є соціально – психологічним та естетичним феноменом;
- походить із особливостей психології людини та її естетичного відношення до дійсності;
- виникає з потреби в новизні вражень предметного або духовного світу;
- виступає одним зі способів поширення прогресивних досягнень суспільства, прискорюючи ознайомлення з новими речами і явищами, а також виступає як джерело й результат інноваційних процесів у суспільстві;
- забезпечує можливість розриву з найближчим минулим і підготовку до найближчого майбутнього;
- виховує й формує спільність естетичного смаку, впроваджуючи певний захід єдності, однаковості й забезпечуючи впорядкований розвиток.

Процеси моди, що проходять у суспільстві, ділять на такі категорії: соціальні, науково-технічні, економічні й культурологічні.

Характерними ознаками моди в суспільстві й у сфері виробництва є такі:

- часта її зміна;
- створення нових виробів, які відрізняються від відомих у застосуванні;
- прагнення до поширення її в суспільстві завдяки наслідуванню;
- обмежена тривалість існування;
- визнання в суспільному середовищі.

#### 4.1. Мода та її зв'язок з історією. Чинники зміни моди

Варто було французькому королеві Людовику XIV зав'язати широким шарфом шю, щоб сховати сліди шрамів після операції, як незабаром і придворні, і навіть люди нижчих станів наслідували цей приклад. Одного разу цей же король взяв із собою на полювання кохану. Вітер скуйовдив фаворитці волосся. Не маючи можливості як слід розчесатися, вона зв'язала їх стрічкою, кінці якої досить добірно падали на її гарне чоло. Король при погляді на цю зачіску, що зненацька утворилася, захопився нею. Придворні дами не сповільнили це повторити. Зачіска зі стрічкою швидко ввійшла в моду й набула самих вигадливих форм. Так само виникли туплі на високому каблучці. Їх увела одна з королев Франції, бажаючи сховати свій низький ріст.

На початку 90-х рр. XIX сторіччя на перегони в Лондон прибув спадкоємець англійського престолу – майбутній король Едуард VII. У цей день дощило. Коли принц виходив з коляски, то, щоб не забруднити штани, загнув їх. Ця випадкова обставина здалася тодішнім модникам досить цікавою, що й заслуговує на наслідування. Манжети на штанях негайно поширилися по всій Англії. У Росію вони проникли на початку 1910 р.

Кінець 60-х рр. XX сторіччя ознаменований стрімкою зміною довжини платтів і спідниць. Не завжди популярність якого-небудь нововведення в моду пояснюється відкриттям нової естетики, зручністю й практичністю. «Міні» не було таким «відкриттям». Крім того, деякі жінки могли носити одяг такої довжини, оскільки нова довжина вимагала й гарної фігури.

Сьогоднішня мода змінюється щодня. Але при цьому вона нічого не змінює в тому, що ми прагнемо про себе сказати своєю поведінкою, одягом та іншими проявами, але змінює значення окремих слів тієї мови, яку ми використовуємо, а також спосіб нашого самовираження. Мода сьогодні – це не просто зміна форм плаття й взуття. Вона зазіхає на визнання її як творця людського образу й моралі. І хоча щораз вона претендує на пріоритет своїх досягнень, але далеко не завжди ці відкриття заслуговують на увагу.

Свої чергові засоби впливу на людину мода знаходить як у нових технічних, моральних і культурних досягненнях суспільства, так і в старих «скринях». Знайдене вона видозмінює, струшує з нього «пил століть» і підносить як модне, що й заслуговує на увагу. Мода вибирає тільки те, що їй видасться прийнятним і відповідає духу епохи. У моді одночасно виникає кілька течій, але стають життєздатними найстійкіші з них, відповідні до вимог дня, що настав. Особливістю при характеристиці напрямків моди є те, що на перший план висувуються атрибути молодіжної моди. Молодь, як піонери, першою підхоплює «гостру моду» і першою, іноді з ризиком для власної репутації, виносить її на огляд, відстоюючи в такий спосіб свою самостійність і незалежність. Спідниця, що закінчується високо над коліньми, фігурно виголені волосся на голові, безліч сережок у

вухах й т.п. свідчать про молодість хазяїна цих атрибутів. Але згодом люди звикають до цих проявів моди, і вже самі сміливі бабусі надягають міні-спідниці, дідусі проколюють вуха й вставляють серги. Така ситуація підштовхує молодь до пошуку нових проявів моди. Усе круто міняється: спідниці подовжуються до самої землі, і тепер уже дівчини, що замітають ними вулиці, підтверджують свою належність до молодого покоління. Багато молодих людей, захоплюючись модою, нерідко забувають, що мода найменше опікується про те, щоб зробити привабливою якусь конкретну людину. Вона пропонує загальний стандарт, який звичайно стирає індивідуальність. Парадоксальним наслідком окремих модних хвиль є одноманітність, коли навколо себе ми спостерігаємо ті самі кольори, форми, фасони. Модний одяг перетворюється у своєрідну уніформу.

Сьогоднішня мода шукає нові шляхи розвитку. Експериментуючи, модельєри поєднують в одязі й аксесуарах аскетичну стриманість і романтизм, високу технологію й народні мотиви, класику й сучасність. В останні роки модні течії створювалися під впливом етнічних мотивів Сходу, зокрема Китаю і Японії. Якщо на початковій стадії художники звертаються до прямих запозичень, то сьогоднішнє звертання до азіатських традицій має опосередкований характер, з'єднується з іншими національними культурами й історичними школами, виявляється ненав'язливо й делікатно.

Поряд із національними мотивами помітний вплив європейського середньовічного стилю одягу, що відрізняється багатошаровістю, простотою форм і вільними обсягами. Прагнення до зовнішньої пристойності знаходить освітлення в сучасній моді. Якщо в минулі сезони мода оголювала тіло, як би дисонуючи зі суспільними підвалинами, то сьогодні вона поступово знову оточує себе моральними установками.

Великий вплив на моду робить й спорт, особливо екстремальні види, де зручність, надлегкість і непроникність одягу є основними критеріями. Сьогодні не мода диктує спорту свої закони, а спорт впливає на моду. Культ естетизму поступово змінюється культом атлетизму. Нова концепція одягу спортивного стилю виражається в тому, що конструкції моделей включають багатофункціональні, мобільні елементи, що трансформуються. «Одяг-трансформер», «одяг-аксесуар» – ця новинка стає невід'ємною частиною модних ансамблів даного напрямку.

Стилем майбутнього називають напрямок «унісекс», що припускає однаковий одяг для жінок і чоловіків. Сьогодні подібні моделі подані в колекціях багатьох відомих майстрів. Початок цьому стилю було покладено в середні століття, коли одяг для хлопчиків і дівчинок до 10 років була унісексуальною. У цей час психологи характеризують стиль «унісекс» як прояв інфантилізму, коли людина прагне повернутися в стан дитинства, у якому вона ще не відчувала повною мірою своєї належності до тієї чи іншої статі.

До актуальних напрямків у сучасній моді слід віднести стиль «пуризм», що вперше заявив про себе на початку 70-х рр. ХХ сторіччя. Його засновником вважається художник-модельєр Хелстон з Нью-Йорка. Характерним для «пуризму» є мінімалістичні моделі чудового покрою, без деталей, що прикрашають. Їх шують із високоякісних матеріалів, що й підкреслюють індивідуальність людини.

Багато в чому модні зразки визначаються сьогодні не тільки формою одягу, але й кольором і характером матеріалів, із яких їх виконують. Шкіра, трикотаж грубуватого зовнішнього вигляду й щільна вовна надають одягу відчуття прадавньої простоти. Цю картину доповнюють і аксесуари, наприклад підвісні кишені або сумки-гаманці, що існують автономно або споконвічно виконані разом із поясом, а також різні магічні символи й інші прикраси етнографічного порядку. У всіх останніх тенденціях моди чітко простежується прагнення до більшої функціональності, зручності й свободи в одязі. На стику тисячоліть мода стверджує нову естетику, в основі якої лежить культ здоров'я фізичного й духовного.

Мода існує в кожній віковій групі, щоправда, в такій, що відповідає мінливим з віком смакам, потребам і можливостям. Дорослі люди більше, ніж молоді, шанують традиції.

Ще зовсім недавно дівчата-підлітки і юнаки мріяли скоріше вирости, щоб одягатися, як мама й тато. А нині в них з'явився свій, незалежний смак. І часом ми бачимо зворотне явище, коли тата й мами – солідні батьки родин – беруть приклад зі своїх дітей.

У сучасних умовах існує різний рівень загальної культури людей, їх розвитку, знань, можливостей для зіставлення, з'ясування відносної, порівнянної цінності тих або інших явищ, предметів, творів мистецтва. А це часом народжує моду на щось низькопробне, малозначне, неестетичне. Невисокий морально-естетичний розвиток особистості виявляється в перевазі сумнівних норм поведінки, у виборі речей, зроблених без смаку, у захопленні безглуздими, а іноді й порочними заняттями. Нерідко це помилково сприймається оточуючими як чергова мода й засуджується не як конкретне явище, а мода взагалі.

Як і всі нововведення, мода постійно зазнає критики. Більше двохсот років тому французький філософ Шарль Монтеск'є писав: «Суспільство жінок псує вдачі й формує смак. Бажання подобатися більше, ніж інші, породжує вбрання, а бажання подобатися більше, ніж можеш сам по собі, породжує моду». Не пропустив нагоди відгукнутися про моду й російський поет О. С. Пушкін: «Сліпа мода – наш тиран».

На відміну від «гострої» існує «висока мода» – це експеримент, відкриття. Її відрізняє високий художній смак, дотримання ритму, гармонії, пропорцій. Щорічні покази колекцій одягу, створені за ескізами відомих українських модельєрів Лілії Пустовіт, Вікторії Гресь, Ганни Бублик, Ірини Коровай, Андре Тана, Олени Ворожбит і Тетяни Земської, Олексія Залевського, Олександра Гапчука, Оксани Караванської, Айни Гассе,



являють собою приклад «високої моди». Інтелігентність, привабливість, уміла композиційна комбінація традиційно протилежних за змістом матеріалів та елементів, виразність і витонченість, ексклюзивність колірних комбінацій є ознаками виробів, створених за канонами «високої моди».

Так, мода пропонує нам зразок, що відбиває сучасні напрямки в одязі. Але не слід його копіювати й бездумно успадковувати. Кожний з нас незалежно від вікової категорії може й має знайти свій стиль, свою манеру. Модні варіанти одягу мають нас надихати й допомагати розумно змінювати не сам спосіб життя, а його форми. «Одягатися зі смаком вам допоможуть не стільки гроші, скільки ваше чуття, ваша психологія, ваша інтелігентність». Чудові слова, і належать вони людині, що власноручно створює сьогоднішню моду, – відомому модельєрові Крістіану Діору.

Із безлічі порад, рекомендацій і навіть капризів моди кожна людина відповідно до свого почуття міри вибирає раціональне зерно. Почуття міри – це не просто середина, що не залишає ніякого враження, ніякого спогаду. Це точне влучення в ціль. Розвинутий смак і є насамперед почуття міри, що дозволяє вміло з урахуванням ситуації й призначення визначати необхідний для певної обстановки той чи інший захід – важливість розвитку почуття міри обумовлюється ще й тим, що предмети навколишнього середовища можуть, крім того, виявлятися як фетиш і як кіч. Фетиш – предмет, якому людина (фетишист) надає надприродної магічної сили. Тому шанує його, поклоняється як божеству й вважає недоторканим. Фетиш тим самим заміняє дійсні цінності.

Кіч (кітч) за енциклопедичним визначенням являє собою несмачну масову продукцію, дешевку, розраховану на зовнішній ефект. Кіч може бути популярним, навіть занадто. Очевидно, тому в нашому лексиконі є однокореневе слово «хизуватися». Таке визначення застосовують до людей, що не мають смаку, але претендують на це. Кожному новому поколінню необхідно у свій час і в певних історичних умовах створювати й освоювати нові норми, елементи предметного середовища, напрямки моди й традиції. Усі ці нововведення мають проводитися в життя з метою перетворення навколишньої дійсності за законами краси. Це дозволяє людині духовно збагачуватися й удосконалюватися у вибраному напрямку.

#### **4.2. Естетичний і художній смак, сутність, значення й формування**

Естетичний і художній смак разом із такими поняттями, як закони краси, естетичне освоєння, мистецтво, дизайн, естетична орієнтація, ідеал, відносяться до категорій естетичної діяльності, які використовують для аналізу естетичного освоєння світу. Естетичний і художній смак є індивідуальною гідністю особистості й відбиваються в здатності людини за принципом «подобається – не подобається» сприймати, пізнавати й оцінювати навколишню дійсність у всіх її проявах. В естетичній літературі

гарний художній і естетичний смак трактується як здатність одержувати насолоду від справді прекрасного й емоційно відкидати потворне, а також потреба бачити, розуміти й створювати красу навколо себе в праці, поведінці, побуті, мистецтві. Це є основою при пошуках справді художнього й естетичного й завжди підкаже, що й в одязі, і в манері поведінки, і у всій нашій діяльності, мистецтві не можна бездумно ухвалювати все те, що видасться нам на перший погляд гарним і заслуговує на увагу.

Естетичний смак як індивідуальна естетична здатність людини є унікальним, оскільки визначається своєрідністю смаку й відбиває ціннісні орієнтації людини. Ця естетична норма має скоріше емоційний, чим раціональний, прояв. Естетичні емоції, переживання й почуття несуть у собі потенційні можливості виховання смаку й забезпечують кожній людині досягнення внутрішньої гармонії.

Коли людину інстинктивно тягне до гарного, то говорять, що у неї гарний смак. Поганий смак трактується як байдуже, негативне відношення до краси, одержання задоволення від потворного, часом навіть жорстокого. Несмаком вважається скоріше не те, що просто некрасиво, а те, що не відповідає даній меті й свідчить про недоліки смаку. «Не міг зробити красиво, тому зробив багато», – говорили стародавні греки.

Своєрідним різновидом і у відомому сенсі домінантою естетичної культури особистості є її художня культура, рівень якої залежить від ступеня художньої освіченості, широти інтересів у сфері мистецтва, глибини його розуміння й розвинутої здатності адекватно оцінювати художні цінності творів мистецтва. Усі ці характеристики концентровано узагальнені в понятті «художній смак», що являє собою естетично значущу характеристику особистості, яка формується та розбудовується в процесі спілкування з мистецтвом. Художній смак реалізується в емоційно-почуттєвому переживанні сприйманого художнього об'єкта. Завдяки такому стану відбувається включення духовного багатства від сприйняття й пізнання дійсних творів мистецтва у внутрішню духовну структуру особистості. Це значно збагачує особистість, розширює границі відчуття й розуміння явищ навколишньої дійсності, сприяє більш глибокому усвідомленню змісту свого існування й неповторності життя. Таким чином, художній смак – це естетичний смак стосовно оцінки творів мистецтва.

Ті чи інші смакові переваги залежать від спадкоємної схильності, естетичної й художньої інтуїції, виховання, характеру, кола спілкування. Цим пояснюються різноманітність й мінливість естетичного й художнього смаку. Естетичні потреби, почуття, погляди, ідеали людей майже завжди можна виразити словесно. Ці оцінки визначаються соціальним станом і життєвим досвідом кожного, з одного боку, і рівнем естетичної підготовки – з іншого. Розрізняють первинні й вторинні міркування смаку. У первинному естетичному судженні, висловлюваному відразу, безпосередньо при зустрічі із предметом, явищем, частка емоцій перевершує певну частку розуму.

Пізніше, у ході процесу перероблення отриманої інформації, наші оцінки стають логічно більш обґрунтованими.

Основи естетичного й художнього смаку закладаються в процесі виховання, яке відбувається з перших кроків маленької людини, з перших його слів, учинків. Ніщо більше, ніж навколишнє середовище, не відкладає в душі її відбиток на все наступне життя. Спілкування з батьками, однолітками й дорослими, традиції, поведінка оточуючих, погляди, жести й т.п. – усе це всмоктується, відкладається й фіксується у свідомості. У широкому розумінні під естетичним вихованням розуміють цілеспрямоване формування в людині її естетичного відношення до дійсності з метою вироблення в останньої системи орієнтації у світі естетичних і художніх цінностей, що склалися відповідно до уявлень даного конкретного суспільства про її характер і призначення.

На цій основі формують й розбудовують здатність людини до естетичного сприйняття й переживання, її естетичний смак і уявлення про ідеал. Виховання красою й через красу не тільки формує естетико-ціннісну орієнтацію особистості, але й розбудовує здатність до творчості, до створення естетичних цінностей у сфері трудової діяльності, у побуті, у вчинках і поведінці й, звичайно, у мистецтві.

Естетичне виховання гармонізує й розбудовує всі духовні здібності людини, необхідні в різних сферах творчості. Воно тісно пов'язане з моральним вихованням, тому що краса виступає своєрідним регулятором людських взаємин. Завдяки красі людина часто інтуїтивно тягнеться й до добра. Структурними компонентами естетичного виховання є такі:

- естетичний утвір, що закладає теоретичні й ціннісні основи естетичної культури особистості;
- художнє виховання в його освітньо-теоретичному й художньо-практичному вираженні, що формує художню культуру особистості в єдності навичок, знань, ціннісних орієнтацій, смаків;
- естетична самоосвіта й самовиховання, орієнтовані на самовдосконалення особистості;
- виховання творчих потреб і здатностей.

Серед останніх особливу значущість мають так звані конструктивні здібності: індивідуальна експресія, інтуїтивне мислення, творча уява, бачення проблем, подолання стереотипів і т. ін.

Естетичний утвір, прилучення людей до скарбниці світової культури й мистецтва впливають на розвиток творчого потенціалу особистості і є необхідною умовою для досягнення головної мети естетичного виховання – формування творчо розвинутої особистості, що існує й діє за законами краси. Естетична й художня культура – найважливіші складові духовного світу особистості. Від їхньої наявності й ступеня розвитку в людині залежить її інтелігентність, творча спрямованість устремлень і діяльності,

особлива натхненність відносин до світу й інших людей. Духовне й предметно-практичне освоєння системи культурних цінностей, особиста участь у їхньому створенні триває на всіх вікових етапах. Фахівці відзначають, що між швидкістю оволодіння спеціальністю, майстерністю й культурно-естетичним рівнем молодих фахівців різних профілів існує пряма залежність.

З рівнем естетичного розвитку особистості й суспільства, зі здатністю людини відгукуватися на красу й творити за законами краси закономірно пов'язують прогрес людства у всіх сферах життєдіяльності. Самі результативні прояви творчої енергії й ініціативи людей наочно існують у різноманітних досягненнях світової культури й науки.

Естетичні почуття будять моральні й інтелектуальні прагнення в людині. Не випадково з найдавніших часів людської історії формується розуміння особливої значущості творчості за законами краси. Крім того, естетична культура особистості не меншою мірою виявляється в сфері побуту, суспільно-політичній, дозвільній та інших формах життєдіяльності. Вона виступає істотним моментом суспільного й індивідуального життя людей.

З рівнем естетичної культури пов'язуються можливості адекватної орієнтації людини в різноманітній системі оточуючих людину естетичних і художніх цінностей. Естетична позиція людини залежить від таких характеристик, як розвиненість образного мислення, наявність навичок аналізу естетичних і художніх явищ. Міра вираження цих навичок, здатностей, потреб у діяльності й поведінці особистості саме й характеризує рівень естетичної культури.

Однак було б помилкою обмежувати реальні прояви художньої культури особистості лише сферою мистецтва. Художню основу крім мистецтва широко презентовано в матеріальному виробництві, у побуті, реалізуючись у формі краси й образної виразності створюваних людиною товарів утилітарного призначення. Художня культура особистості виступає, таким чином, важливим чинником організації процесу й одержання результатів трудової практики. Завдяки використанню творчого потенціалу народних умільців у минулі століття були створені справжні шедеври, що не уступають за своїми художніми цінностями прекрасним творам високого мистецтва. Дана закономірність із урахуванням сучасних тенденцій і особливостей розвитку виробництва виявляється й сьогодні. Талант, ерудованість, підготовленість, майстерність, художнє чуття, вправність і натхнення дозволяють сучасним фахівцям естетично перетворювати навколишню дійсність за законами краси й з урахуванням різноманітності смаків споживачів. Гарний естетичний і художній смак, таким чином, є запорукою створення конкурентоспроможних сучасних товарів, які відображають епоху, що й дозволяє судити про традиції, політичний лад і особливості формування естетичних ідеалів і канонів краси.

## 5. СИСТЕМА ХУДОЖНЬОГО КОНСТРУЮВАННЯ Й ДИЗАЙН ТОВАРІВ

Термін «дизайн» з'явився в нашій країні недавно. До цього проектування речей називалося художнім конструюванням, а теорія створення речей – технічною естетикою. Слово «дизайн» означає «малювання». Це слово породило й похідні поняття: дизайнер – художник-конструктор, дизайн-форма – зовнішня форма предмета й ін.

Цінність кожної речі полягає у двох початках – користі й красі. Самий надійний критерій в оцінюванні дизайну – його відповідність своєму призначенню, але й цей критерій змінюється залежно від обставин і часу.

У 1960-х рр. дизайнери бачили своє завдання у видаленні всього зайвого. З будівель і речей зникли прикраси, професійно спроектований ландшафт відрізнявся строгістю. Але згодом установилися протилежні тенденції: на зміну модернізму, який вважався монотонним і навіть стерильним, прийшов постмодернізм, що прагне пожвавити будівлі декоративними елементами колишніх стилів. Зараз в умовах чільної ролі техніки в нашому житті, як ніколи раніше, стає важливим мати товари, функція яких легко проглядається.

Завдання дизайнера – помітити нові віяння й запити споживачів, а також можливості промисловості й досягнення науки й техніки. У результаті узгодження цих складових дизайнери розробляють або нові форми традиційних виробів, або товари з новими функціями.

Однак тільки користь і зручність товару, що підкорюють споживача, не дозволяють охарактеризувати товар як конкурентоспроможний. Вагомим доповненням, яке в більшості випадків залучає нашу увагу й визначає вибір, тим самим виявляючи рівень конкурентоспроможності товару, є краса, тобто естетичні властивості.

Загалом процес дизайну містить постановку завдання, визначення ситуації або проблеми, на яку це завдання орієнтується, виявлення обмежень, використання образотворчих засобів для створення наочних форм, які можна моделювати. Види дизайну відбивають різноманітні цілі, потреби, обставини й творчі підходи. Але є дизайни, які вводять в оману: товар тільки видається новим. Інші дизайни виконані на низькому рівні. Дизайн не тільки допомагає йти в ногу згодом, але й дозволяє виразити себе, своє сьогодення, свої ідеали й якоюсь мірою характеризує й самих людей. При цьому дизайн дозволяє судити не тільки про індивідуальних споживачів, але й про цілі корпорації, які виражають себе в ньому набагато виразніше, чим споживачі.

Оскільки характер дизайну усе більше залежить від «контексту», в якому вироби виготовляють і використовують, а складність проектних робіт зростає, дизайнери-одинаки майже зникли зі сцени. Зараз дизайнери працюють у тісному співробітництві із групами людей, які, не маючи спеціальної підготовки у сфері проектування, мають про це щось знати.

Керівники компаній, що добилися успіху у випуску високоякісної продукції, розуміють, як працюють дизайнери, і створюють для них сприятливу робочу обстановку. Дизайн покликаний поліпшити якість життя людей, створивши більш безпечне й зручне навколишнє середовище. У будівлях споруджують крім сходів пандуси для інвалідних крісел-каталок, те ж саме роблять на тротуарах, у місцях перетинання з вулицями. Різні покажчики й написи збільшують, щоб їх могли прочитати люди зі слабким зором. Для осіб зі зниженими фізичними здібностями й специфічними потребами розробляють найрізноманітніші нові спеціалізовані товари.

По-справжньому вдалий дизайн є майже завжди придатним і для тих, кому він прямо й не призначався. Це особливо добре помітно під час перебудови будівель. Школи відмінно підходять для переустаткування в багатоквартирні будинки для старих. Старі вокзали легко перетворюють на ресторани. Зanedбані комори стають житловими будинками й студіями. На верхніх поверхах фабричних будівель нескладно спроектувати майстерні для художників і квартири. Дизайн може мати вузькоспеціалізований характер. Але в дизайнерів звичайно достатньо широкий кругозір. Зрозуміло, що промисловий дизайнер має добре розбиратися в матеріалах і технології виробництва. Але ще важливіше для нього розуміти потреби, бажання й схильності споживачів. Ясно, що той самий дизайнер не може добре знати технологію виробництва комп'ютерів, трансформаторів, друкованих машин, медичного інструментарію й стереофонічних установок. Але всі ці види продукції, як би вони не були прекрасно сконструйовані, ідеально виконані й мистецьки розрекламовані, поєднує одне: ними будуть користуватися люди. Про це має насамперед думати будь-який дизайнер.

### **5.1. Історія становлення дизайну**

Коріння промислового дизайну ведуть походження від початку XIX ст., в епоху появи масового машинного виробництва й поділу праці. Практика раннього дизайну була досить примітивною. До промислової революції в праці ремісника дизайн безпосередньо сполучався з виготовленням виробу. Функціональністю й економічністю виробленої продукції займалися інженери, а дизайнери відповідали лише за її естетичний вигляд. Із приходом століття індустріалізації дизайнер став створювати прототипи виробів, які за допомогою машин робили інші люди.

Переломним етапом у баченні ролі дизайнера в створенні привабливої для споживача продукції стало створення в Німеччині в 1907 р. виробничого союзу «Веркбунд», який об'єднав найбільших представників творчої інтелігенції Німеччини. Основними завданнями союзу були: реорганізація ремісничого виробництва на промисловій основі; створення ідеальних зразків для промислового виробництва; боротьба із прикрасами й орнаментациєю. В 1919 р. у невеликому німецькому місті Веймар був

створений «Баухауз» – перший навчальний заклад, покликаний готувати художників для роботи в промисловості. Початок діяльності проходив під впливом утопічних ідей про можливість перебудови суспільства шляхом створення гармонійного предметного середовища. Навчання розділяли на технічну й художню підготовку. Заняття ремеслом уважали необхідним для майбутнього дизайнера. Вироби відрізнялися чистим геометризмом предметів з дерева й металу. Технічну підготовку підкріплювали вивченням верстатів, технології оброблення металу й інших матеріалів. Студенти опановували всіма тонкощами сприйняття, формоутворення й поєднання кольору.

З наближенням кризи 1930-х рр. виробники стикалися зі зростаючими труднощами при продажу своїх товарів. Бізнесмени стали наймати художників, графіків і театральних декораторів для додання товарам зовнішнього вигляду, який залучав би покупців. Найбільш очевидне зрушення в цьому напрямку відбулося в 1927 р., коли Генрі Форд припинив випуск автомобілів своєї знаменитої моделі «Т». Зіткнувшись із насиченням ринку й конкуренцією з боку компанії «Дженерал моторс», Форд витратив 18 млн дол. на переоснащення своїх підприємств для випуску нового автомобіля моделі «А», що мала набагато більш витончену, обтічну форму. Досвід Форда продемонстрував діловому світу важливу роль дизайну для успішного збуту будь-якого виду споживчих товарів.

У період кризи виготовлювачі стали усе більше уваги приділяти дизайну продукції: спочатку як засобу боротьби зі своїми прямими конкурентами, а пізніше – як способу відновлення здоровішої економіки в країні. Деякі дизайнери виконували для замовників тільки ескізи, але більшість просувалася набагато далі, вивчаючи виробничі процеси й матеріали, тому що призначенню виробів і простоті обігу з ними надавали настільки ж важливого значення, як і їхньому зовнішньому вигляду. Незабаром дизайнерські фірми стали набирати в штат креслярів, модельників, інженерів, архітекторів і фахівців з вивчення ринку. Часто вони займалися дизайном не тільки самих товарів, але й упаковки, прилавків і вітрин, торговельних виставок, а також комерційною архітектурою.

До кінця 1930-х рр. більшість компаній складала контракти з незалежними консультантами на розроблення певного продукту, деякі ж створювали в себе постійні дизайнерські бюро, причому ця практика поступово розширювалася.

У післявоєнній історії дизайну оформилися дві тенденції:

- культивування елітарності,
- прагнення дати споживачам те, що визначалося комерційним успіхом.

В епоху економічного буму 1950–60-х рр. естетична сторона у виробництві товарів стала відігравати важливу роль навіть у таких галузях промисловості, як медичне встаткування й важке машинобудування, хоча раніше їх виробників рідко турбував зовнішній вигляд виробів. На світовому ринку, де технологія, вартість виробництва й обслуговування приблиз-

но однакові, дизайн здатний виділяти вироби серед інших подібного роду. Він також здатний відбити не тільки кількісні характеристики – розміри, швидкість, потужність, вартість, але й більш тонкі, якісні риси – зручність в експлуатації, комфортність, стиль.

Довгий час у дизайні все ґрунтувалося на інтуїції й здоровому глузді, однак у міру ускладнення виробів і росту вимогливості покупців процес усе більше формалізовувався. У багатьох дизайнерських відділах сьогодні працюють фахівці з «людських чинників» – промислові психологи, що пильно вивчають взаємовідношення товару й споживача. Дизайн стає важливим засобом втілення технології у форми, зрозумілі рядовому споживачеві. З появою комп'ютерів по суті народилася нова галузь дизайну. Мова йде не про самі комп'ютери, а про програмне забезпечення, яке відкрило перед дизайнерами неосяжне поле діяльності.

Крім конструювання виробів дизайнери надають цінну допомогу компаніям, спрощуючи й прискорюючи виробничий процес. Промислові дизайнери добре знають матеріали й техніку, тому часто виявляються в стані спростити конструкцію виробу або зменшити його вагу, що скорочує транспортні витрати. Сьогодні дизайн – елемент системи світової економіки. Це поняття стало набагато ширше, чим звичні нам формоутворення або комбінація утилітарного і естетичного. Дизайн – стратегічний інструмент конкурентної боротьби в сучасному постіндустріальному суспільстві. Саме таке розуміння дизайну спонукає державу його підтримувати.

У Фінляндії була розроблена й реалізується державна програма «Design 2005». Підвищення конкурентоспроможності здійснюється шляхом розвитку: дизайнерської освіти; міждисциплінарних досліджень (як в освіті, так і у практиці); інфраструктури дизайн-сервісу, стимулювання його постійного використання фінськими компаніями, а також інтеграцією дизайну в національну систему інновацій. Одним із ключових моментів програми «Design 2005» є широке впровадження міждисциплінарних дослідницьких програм, у яких мають брати участь представники промислових підприємств, експерти із суміжних областей дизайну, викладачі й студенти дизайнерських шкіл. Ураховуючи зростаючу важливість роботи на міжнародних ринках, уряд Фінляндії сприяє просуванню вітчизняних розроблювачів. Інший приклад – дизайн у КНР. Останні роки стали часом активного розвитку дизайнерської системи в Китаї. Урядом прийнято програму щодо підтримки промислового дизайну, яка містить у собі дослідницькі проекти, розвиток утвору, взаємодія з торговельними організаціями, міжнародні контакти, використання медіа для просування дизайну. Ключовими моментами в сфері китайського дизайну є такі:

- модернізація великого промислового виробництва;
- активний розвиток дизайнерського утвору;
- тісний зв'язок навчання із практикою;
- посилення досліджень у сфері дизайну з погляду китайської культури;
- державна система підтримки й просування дизайну шляхом фінансу-



вання підтримуваних урядом структур як на місцевому рівні, так і на загальнонаціональному.

Підтримка промислового дизайну на державному рівні не є чимось винятковим. Так, у Данії урядовий дизайн-центр координує роботу чотирьох міністерств: бізнесу, культури, освіти і досліджень на основі єдиної державної політики. У Швеції Рада з промислового дизайну управляється Міністерством промисловості й торгівлі. У Німеччині працюють 16 дизайн-центрів, підтримуваних земельними й федеральними урядами. У Великобританії Рада з дизайну, субсидована урядом, просуває британський дизайн. У Японії більше 200 дизайн-центрів діють по всій країні. Південнокорейський інститут просування дизайну фінансується урядом. Навіть ті країни, які колись не відрізнялися промисловим розвитком і увагою до дизайну, сьогодні враховують його потенціал. У В'єтнамі й Таїланді використання дизайну на малих і середніх підприємствах підтримується державою. У Малайзії при Міністерстві науки й технології діє Рада з дизайну.

Безумовно, що дизайн і сам буде розбудовуватися в суспільстві, орієнтованому на економічні цінності. Але тільки цілеспрямована система державних заходів може досить швидко й ефективно сформувану дієздатну дизайнерську систему.

## **5.2. Стадії й принципи розроблення дизайну**

При проектуванні виробів дизайнер працює в тісному контакті з ергономістами, технологами, психологами, конструкторами й економістами з метою створення конкурентоспроможної продукції, найбільшою мірою відповідної до вимог споживачів.

Основним аспектом при розробленні дизайну є призначення товару, що має корисність і суспільну цінність. Тільки корисна річ одночасно виконує функцію культурної, соціальної, доцільної, естетично виразної, тобто має різноманітність суспільно корисних властивостей і функцій, що відповідають потребам людини. Цим пояснюється те, що при проектуванні дизайнер з особливою увагою має враховувати функцію, яку надалі буде виконувати об'єкт розроблення.

Основними стадіями розроблення дизайну виробів є такі:

- складання технічного завдання;
- аналіз інформації про кон'юнктуру товарного ринку за даною групою товарів;
- дослідження виробів-аналогів для знаходження нового розв'язку;
- розроблення технічного проекту;
- визначення конкретних характеристик композиції, колірних варіантів, середовища застосування розроблювального виробу;
- узгодження всіх складових нового виробу з фахівцями, що беруть участь у створенні об'єкта;

- вивчення думок споживачів про новий варіант виробу;
- визначення технологічних параметрів виробництва нового виробу;
- контроль над відповідністю серійного виробництва дослідному зразку.

Відомі три основні принципи розроблення дизайну виробів промислового виробництва:

- 1) комплексне одночасне вирішення утилітарно-функціональних, конструктивно-технологічних, економічних та естетичних питань. Визначальними й підпорядкованими собі всі інші є утилітарно-функціональні. При розв'язанні питань, пов'язаних зі створенням форми виробу в цілому й окремих його частин, необхідно в першу чергу прагнути до того, щоб ця форма в максимальному ступені відповідала його утилітарно-функціональному призначенню. Тому проектування й конструювання слід починати з вивчення її функції й утилітарного призначення. Сутність цього принципу можна коротко виразити такою формулою: користь + зручність + краса або техніко-економічні показники + ергономічні показники + естетичні показники. Наочним прикладом урахування першого принципу розроблення дизайну можуть служити сучасні автомобілі;
- 2) вироби мають відповідати навколишньому середовищу й конкретній умові. Так, планування й конструкція автобусів, призначених для внутрішньоміських і міжміських рейсів, є різними. Таким чином, жодне явище, жодну річ не можна брати ізольовано, у відриві від конкретних умов, тому що всі явища взаємозалежні й взаємообумовлені. Тому, не знаючи оточення, не можна проектувати предмет;
- 3) єдність форми й змісту. Цей принцип з художньо-естетичної, соціальної й ідеологічної точок зору є найбільш складним і відповідальним у дизайні. Протягом століть архітектура різних будівель і споруд формується, погодившись із їхнім змістом. Зміна форм складалася головним чином з появою нових матеріалів і конструкцій, нових соціально-економічних і побутових умов при розвитку продуктивних сил.

## 6. ЕСТЕТИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ТОВАРІВ

Соціально-економічний, культурний і естетичний рівні розвитку суспільства формують естетичні смаки, ідеали, традиції, потреби й впливають на естетику предметного світу. Естетичні потреби дуже різноманітні. Серед основних чинників, під впливом яких вони формуються й розбудовуються, слід назвати суспільний статус людини, його матеріальне становище, обраний стиль життя, естетичний ідеал і смак, а також традиції й звички. Така різноманітність естетичних потреб вимагає й різноманітного асортименту товарів, що мають естетичну цінність й здатні задовольняти запити споживачів різних категорій. Усе в житті мінливе, у тому числі

естетичні цінності й потреби. Те, що вважалося каноном краси вчора, сьогодні може стати неконкурентоспроможним і застарілим. Однак у будь-яку епоху існували поняття «класика» і «антикваріати». Класичними називають ті елементи предметного світу, які зберігають свою естетичну цінність і затребуваність протягом багатьох десятиків, а іноді й сотень років. У сучасному одязі класичним є костюм, що складається з піджака й штанів, для жінок – з жакета й спідниці (штанів) певного кольору й малюнка, що прийшов до нас у гардероб наприкінці ХІХ ст. У категорію «антикваріати» включають вироби, вік яких нараховує не менше 120 років, але при цьому їх цінність зростає рік у рік.

Естетична цінність товарів формується в процесі проектування, виготовлення, оброблення товарів і характеризується естетичними властивостями. Естетичні властивості характеризують ступінь почуттєвого задоволення людини від споживання естетично й художньо виразних предметів і викликають почуття радості й емоційного підйому. Естетичні категорії «гарне», «прекрасне», «художнє», «гармонійне» і т.п. відбивають естетичну оцінку товару й у більшості випадків визначають вибір покупки. Значущість естетичних властивостей товарів, різних за функціональним призначенням, є неоднаковою. Для виробів декоративно-художнього призначення (ювелірні вироби, предмети прикраси інтер'єра й т.п.) естетична функція є провідною при виборі товару. В інших виробках (інструменти, електротовари й т.п.) у першу чергу оцінюють утилітарні й технічні функції, а естетичні характеристики або не відіграють істотної ролі, або зовсім відсутні.

Одним із важливих критеріїв оцінювання естетичності виробу є його форма. У ній, як у призмі, мають знаходити висвітлювання зміст, корисність й актуальність товару. Замічено, що конкурентоспроможні за функціональністю й зручністю користування вироби мають і гарну форму. Однак деякі виробники йдуть по неправильному шляху: намагаються за привабливою формою сховати низькі показники споживчих властивостей товару. Основним принципом діяльності дизайнерів є така формула: користь + зручність + краса. Оптимальним варіантом при виборі товарів сучасний споживач вважає розумну комбінацію їх практичного призначення з естетичною функцією. «Покупець має платити гроші не за гарний товар, а за гарну роботу за допомогою цього товару» – такий девіз дизайнерів, що прагнуть створювати конкурентоспроможні товари. Щодо естетичних властивостей виробів технічного призначення та їх комплектуючих (цвяхи, гайки, болти, куточки, резистори і т.д.), що є «бійцями невидимого фронту», слід відзначати, що краса виявляється в їхній актуальності, високих показниках функціональності, ергономічності й надійності. Важливість естетичних властивостей товарів пояснюється такими причинами:

- вони є для споживача своєрідною характеристикою рівня якості продукції в цілому, оскільки дозволяють за допомогою органів почуттів виявити переваги й недоліки товару;
- поряд з іншими групами споживацьких властивостей їх розглядають при комплексному оцінюванні якості товару;
- у переліку показників, обраних для оцінювання конкурентоспроможності, естетичні характеристики є для більшості товарів постійними, а іноді й пріоритетними.

## 6.1. Показники естетичних властивостей товарів

Естетичні властивості готових виробів є комплексними й включають такі чотири підгрупи властивостей:

- інформаційну виразність;
- раціональність форми;
- цілісність композиції;
- досконалість виробничого виконання.

Кожна підгрупа містить ряд властивостей, які мають підпорядковане відношення до групи й розкривають особливості окремих естетичних сторін товару. Класифікацію естетичних властивостей товарів наведено в табл. 6.1.1.

*Інформаційна виразність* виробу виявляється в його здатності відбивати своїм зовнішнім виглядом сформовані в суспільстві культурні норми й естетичні принципи. Її визначають за такими показниками, як стильова відповідність, оригінальність і відповідність моді.

Про стильову відповідність виробу судять по тому, наскільки товар за зовнішнім виглядом відповідає вимогам і особливостям відповідного стилю. Нагадаємо, що стиль – це стійка протягом тривалого часу система дизайнерських принципів, прийомів і засобів, що відбивають зміст предметного світу відповідної епохи.

Розрізняють стилі епохи (готика, бароко, Ренесанс, модерн і т.д.), національні стилі (європейський, африканський і т.д.), фірмові, а також конкретного функціонального споживчого комплексу предметів.

Великий інтерес для сучасних дизайнерів становить відродження окремих особливостей художніх світових стилів минулих епох. Такий напрямок позначається терміном «ретро». Характерними для сучасного стилю предметного світу є лаконічність, ясність, відносна простота й трансформованість виробів, що дозволяє з одного виробу шляхом невеликих перетворень одержувати інше аналогічної функції. Так, з куртки можна одержати жилет, із крісла – ліжко й т.п. У сучасному асортименті одягу, крім того, розрізняють класичний, спортивний і фантазійний стилі.

## Класифікація естетичних властивостей непродовольчих товарів



Класичний стиль в одязі виражається в пальто, костюмі спідничному й брючному. Для пальто характерні прямий або приталений силует, комір з лацканами, невеликі кишені. Силуети спідниць строгі й прямі. Допускається невеликий кльош і покрій – із заходом, у складку, злегка трапецієподібний. Замість спідниць і штанів у жіночому гардеробі можливо строгі закриті плаття трохи нижче коліна, доповнене жакетом. Під піджак або жакет надягають сорочку, блузу, легкий светр або однотонний топ. Не допускаються глибокі декольте, вирізи й розрізи. Доповненням до костюма може стати шийна хустка в тон костюма або хустка в нагрудній кишені. Як доповнення до костюма або плаття можливі головні убори у вигляді капелюха, невеликого капелюшка, берета або косинки строгого оформлення. Взуттєва класика в чоловіків – туфлі, у жінок – туфлі «човник» на стійкому каблучі. Обов'язковою складовою жіночого класичного костюма є панчохи або колготки. Колірна гама буває темних (чорний, темно-синій, темно-сірий) і світлих відтінків (беж, карамель, світло-сірий). Характерними малюнками є клітка, смужка й «ялинка».

Спортивний стиль з'явився в 20-х рр. ХХ століття. До одягу спортивного стилю відносяться: джинси, штани, спідниці, сарафани, комбінезони, жилети, светри, джемperi, шорти, спортивні костюми, штани-спідниці, майки, фуфайки (футболки), сорочки, куртки. Взуття буває таких видів: кросівки, відкриті туфлі на низькому каблуці, черевики на платформі. Фасони штанів різноманітні. Одяг спортивного стилю за формою може бути вільним, квадратним, овальним, що забезпечує зручність у русі й підкреслює спортивність, стрункість і підтягнутість людської фігури. Сучасний одяг спортивного стилю часто являє собою трансформер, тобто має рукава, що відстібаються, кишені й каптури, зносостійкі накладки, що відстібаються, величезну кількість функціональних деталей. Важливим в оформленні одягу спортивного стилю є кишені, різноманітні за розмірами, формами, обробкою. Відмітною ознакою одягу даного стилю є накладні деталі, що застібаються: клапани, пояси, хлястики, рядки (подвійні, декоративні, зигзагоподібні, кольорові й контрастні), кокетки, рельєфи, манжети, погони, різні складки, шліци, декоративне оздоблення. Колірне оформлення безмежне.

Романтичний стиль бере свій початок у романтизмі, що являє собою напрямок моди ХІХ ст. Одяг цього стилю підкреслює жіночність, сентиментальність, м'якість. Основним силуетом романтичного стилю є прилягаючий і напівприлягаючий, що підкреслюють жіночність фігури. Використовувані лінії силуету легкі, м'які, плавні. Рукава втачні, із зборкою по окату, гладкі по окату, але зі зборкою унизу, рукав «колокол», суцільно-кроєний з рельєфною лінією. Широко застосовують драпірування, рюші, волани, мережива, жабо, оздоблювальну тасьму, банти, манжети. Романтичний стиль в одязі поданий в основному платтями й блузками, рідше – жакетами, плащами й пальто; у взутті – туфлями зі шкіри, парчі й лакованої шкіри на середньому й високому каблуці з різними прикрасами. Колірне оформлення костюма романтичного стилю вирішено в ніжних, м'яких, вишуканих тонах і півтонах. Доповненням до одягу романтичного стилю можуть бути капелюхи з великими, середніми, маленькими полями й без них, з вуаллю, драпіруваннями, стрічками й бантами, штучними квітами.

Належність виробу до того або іншого національного стилю визначають за традиційними особливостями форм і обробок, що є характерними для культурної спадщини націй і народностей. Так, українські килими характеризуються відсутністю ворсу й характерним малюнком, відмітною ознакою чоловічого національного костюма шотландців є наявність спідниці замість стандартних штанів, для жителів Середньої Азії обов'язковою складовою костюма є головний убір – тубетейка і т.д.

Фірмовий стиль відбивається в асортиментах вироблених або реалізованих товарів, оформленні продукції, надаваних послугах, що дозволяє пізнавати дану фірму й ідентифікувати вироблені нею товари й послуги. Оригінальність дозволяє відбити новизну, індивідуальність й

ексклюзивність товару й, таким чином, відрізнити його від інших товарів, аналогічних за виконуваними функціями.

Підгрупа естетичних властивостей *«раціональність форми»* містить такі показники:

- функціонально-конструктивну раціональність;
- доцільність;
- правдивість вираження.

Функціонально-конструктивна раціональність виявляє відповідність форми виробу виконуваній функції, конструктивному рішенню, особливостям технології виготовлення й застосуванню матеріалом. Доцільність форми відбиває відповідність форми виробу вимогам зручності користування. Правдивість вираження припускає простоту й ясність розуміння споживачем естетичного задуму дизайнера. Навіть сама зроблена з погляду краси форма не зможе компенсувати незручність використання товару, невиконання ним основних функцій і введення в оману споживача. Зовнішня привабливість форми товару має правдиво відбивати його технічні можливості й призначення.

Цілісність композиції розглядають як погодженість усіх складових, об'єднаних загальним задумом і оформленням. Основними характеристиками, що дозволяють оцінити цілісність композиції, є такі:

- тектонічність;
- організованість об'ємно-просторової структури;
- пластичність;
- колірний колорит.

*Тектонічність* виявляється в зримому естетичному відбитті у формі товару закономірностей конструктивного рішення й організації матеріалу. Зразком повної тектонічності можна назвати виріб, у якому ясно й зрозуміло виражені відношення між внутрішньою структурою й зовнішньою формою товару.

*Організованість об'ємно-просторової структури* знаходить освітлення у взаємодії всіх елементів форми виробу між собою, співпідпорядкованості другорядних елементів головному, взаємозв'язку виробу із простором. Професійне моделювання цих відносин дозволяє створювати враження стійкості або напруженості, динамічності або статичності, простоти або складності, спокою й веселощів.

*Пластичність* характеризує м'якість взаємних переходів і зв'язків елементів, обсягів, площин і обрисів форми у виробі. Основними засобами створення пластичності форми виробу є нюанс, плавні лінії, світло й тінь.

*Колірне оформлення* – важливий естетичний показник формування конкурентоспроможності товару. З урахуванням психофізіологічного впливу кольору на людину й асоціацій, викликаних різними кольорами, дизайнер застосовує в оформленні товарів ті кольори й комбінації, які відповідають призначенню товару, роблять його пізнаваним, зручним

у застосуванні й естетично приємним при зоровому сприйнятті. Крім того, колір використовується дизайнерами для коректування форми: світлі кольори й відтінки зорово збільшують параметри об'єкта, але зменшують візуальну масу, а темні кольори й відтінки, навпаки, зменшують зорово сприймані параметри об'єкта, але збільшують візуальну масу.

Досконалість виробничого виконання виробів визначається за такими показниками:

- якість використовуваних сировинних матеріалів;
- технологія виготовлення й оброблення товару;
- чіткість і правильність нанесення маркувальних даних і оформлення супровідної документації;
- якість застосовуваної упаковки.

Зазначені показники регламентуються відповідними нормативними документами (ДЕРЖСТАНДАРТ, ОСТ, ТУ і т.д.) і є важливими чинниками формування естетичної цінності товару. Якісна сировина, відсутність дефектів на застосовуваних матеріалах, старанність виготовлення й з'єднання деталей, висока якість використовуваних оздоблювальних матеріалів і технології оброблення, наявність, вірогідність і старанність виконання маркування, здатність упакування – показники високого виробничого виконання будь-якого товару.

## **6.2. Характеристика первинних елементів форми виробів**

Кожний предмет має певну просторову форму. Первинними елементами форми предметів є такі:

- положення в просторі;
- величина;
- геометричний вигляд;
- маса форми;
- фактура;
- текстура;
- колір;
- декор.

Положення форми предмета в просторі визначається її місцезнаходженням серед інших форм, а також щодо спостерігача в системі фронтальної, профільної й горизонтальної координатних площин. Взаємне розташування форм у просторі відносно одна одної й спостерігача може розглядатися й за іншою ознакою – за розташуванням відносно одна одної або спостерігача.

При експлуатації побутових приладів споживачеві необхідно забезпечити таке просторове розташування їх частин, щоб усі процеси використання або керування виробами проходили без утруднень доступу до цих



частин. Категорія «положення» відіграє також важливу роль в організації інтер'єру.

Величиною є властивість розміщення форми та її елементів за трьома координатами. Розмір форми визначається щодо розмірів людини, інших форм або щодо величин окремих елементів однієї й тієї ж форми. При порівнянні форм за величиною спостерігається їхня рівність або нерівність. Розмір форми може зорозово збільшуватися або зменшуватися при зіставленні великого й малого.

Геометричний вигляд форми в цілому та її окремих частин визначається співвідношенням її розмірів за трьома координатами простору, а також характером її поверхні. Залежно від домінування одного із трьох вимірів розрізняють такі види форми: об'ємна, площинна та лінійна. Форми предметів деякою мірою можна звести до простих геометричних фігур – кола, овалу, квадрата, прямокутника, трапеції. Фігури, що мають однакові сторони, а також коло, створюють враження вродчистості, спокою, величчя, статичної форми. Нерівність у вимірах надає динамічності виробу. Фігури, що мають широку основу й відносно невелику висоту, – стійкі, але мало-емоційні. Якщо висота домінує, то така геометрична форма створює спрямований рух, тобто вона більш емоційна. Трикутник являє собою тверду, колючу й одночасно динамічну фігуру.

Маса форми дає уявлення про всю форму або окремі деталі предмета. Маса форми залежить від розмірів того чи іншого предмета. Більшій за розміром формі зорозово відповідає й більша маса. Найбільшу зорозову масу мають форми, які наближаються до куба, і всі ті параметри, які за трьома координатами однакові між собою.

Використовуючи тільки формальні ознаки маси виробу, без конкретного розшифрування їх за матеріалом, можна визначити відчуття масштабності, ваги або легкості виробу. Чим масивніше, сильніше й міцніше кріплення або опора, тим «сутужніше» форма, і, навпаки, тонші, делікатні елементи виробу сприймаються значно «легше». Мінімальну масу мають форми, які наближаються до лінійних. Сприйняття маси залежить від ступеня заповнення форм.

Фактурою є видима поверхня форми. Фактура буває гладкою, блискучою й глянсовою, матовою й шорсткуватою, великою або дрібнозернистою. Блискучі поверхні завжди видадуться більш світлими. Матові мають ряд переваг: зм'якшують світло, збільшують обсяг приміщення, приховують дефекти оброблення. Кожний із природних матеріалів має особливу фактуру навіть при обмеженій колірній шкалі: вугіллю властива матова бархатистість, вовні – м'якість, бавовні – матовість. Фактура виступає як джерело інформації про виріб і несе в собі ознаки певного образу. Невдала комбінація в одному виробі матеріалів з різною фактурою зорозово створює дисгармонію форми. Невизразні фактура й колір матеріалу призводять до неорганізованості форми виробу. Фактура поверхні – самостійний і активний елемент форми, який значно впливає на її пропор-

ційні співвідношення. Розрізняють матеріали природної й похідної фактури. Матеріали природної фактури не мають певної ритмічної схеми, але пластично виразні (камінь, шкіра, мінерали). Після оброблення матеріали одержують похідну фактуру (тканини, пластичні маси). Фактуру можна створити вручну й за допомогою механізмів. До ручних способів створення фактури відносяться вишивка, в'язання, аплікації, до механічних – плетіння, хімічна обробка матеріалів, трафарет і т.д.

Ступінь естетичного у фактурі залежить від здібностей майстра. Вона може бути посилена додатковими технологічними й художніми засобами. У матеріалах з похідною фактурою може здійснюватися цілеспрямоване формування фактури. Так, формування фактури тканини визначається значною кількістю чинників: вибором волокон, визначенням системи їх прядіння, ткацьких переплетень, видів оброблення. При створенні нової форми дизайнер обов'язково має урахувати фактуру матеріалу, з якого проектує виріб.

Текстурою називають зовнішні поверхневі ознаки внутрішньої будови матеріалу. Виразну текстуру мають вироби з деревини, каменю й шкіри. Текстуру використовують як декоративний засіб естетичної своєрідності, що виявляється, матеріалу, наприклад: текстура деревини – природний малюнок її розрізу, що визначає декоративну цінність із ознакою породи дерева. Текстура разом із фактурою є активним засобом художньої виразності. У ряді випадків вона впливає на людину сильніше, ніж сама форма виробу.

Декор являє собою сукупність елементів прикрас виробу або спорудження (фасаду, інтер'єру, екстер'єру). Виступаючи в єдності з об'ємно-просторовою композицією, декор акцентує виразність композиції або зорозово перетворює її, надаючи особливого колориту. Декор є одним із засобів об'єднання в ансамбль окремих будівель або предметів. До основних видів декоративних засобів відносяться: орнамент, оздоблювальні покриття й ін. Ефективне використання декоративних властивостей матеріалів забезпечує одержання поверхні виробів із необхідним кольором, фактурою, блиском, текстурою, малюнком, чистотою. При нанесенні декору на виріб дуже важливо знайти органічний зв'язок між зображенням і формою предмета, його конструкцією. А якщо цього зробити не можна, то тектонічна логіка виробу може бути втрачена. У народній творчості зв'язок художньо виразної форми з виробничою технологією виступає дуже наочно. У всіх випадках декор має підкреслювати форму, виявляти її особливості, відповідати умовам використання. Краса й виразність виробів народжується при відповідності форми призначенню виробів, відбиттю в ній особливостей матеріалу й способів формування, погодженості й співвідпорядкованості її елементів, а також при належному колірному колориті.

Відомо, що розвиток форми виробу має циклічний характер: вона зароджується, проходить вищу стадію розвитку й зникає. При цьому все

відбувається не різко, а поступово: змінюються окремі частини, елементи за рахунок зміни кольору, фактури матеріалу, декору. І лише по закінченні певного строку, вичерпавши свої можливості, стара форма зникає й з'являється інша з новим змістом.

## **7. КОЛІР ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ ТОВАРІВ**

Світ, що оточує нас, наповнений безліччю яскравих і ледве вловимих барв, що впливають на нас постійно й повсюди. Чи відпочиваємо ми на природі або перебуваємо в приміщенні, чи дивимося телевизор або читаємо книгу, чи любуємося картиною або розглядаємо фотографію, ми є об'єктом впливу кольору та його комбінацій. Навіть словесне позначення кольору дає нам можливість не тільки одержувати інформацію, але й насолоджуватися грою барв. Ми знаходимо кольори прекрасними, огидними, такими, що зігрівають, холодними, такими, що відштовхують, або надихаючими. Навколо нас світ, що являє собою найбагатшу різноманітність барв, для сприйняття яких не потрібні усні пояснення й знання мови.

### **7.1. Роль кольору в образності форми виробу**

Колір відіграє велику роль у нашому житті, він оточує й супроводжує нас скрізь. Завжди, любуючись природою, людина насолоджується грою кольору, гармонією його комбінацій. Психофізіологічний механізм сприйняття кольору – явище складне. Колір може викликати хвилювання, створити гармонію або призвести до катастрофи. Питання кольорознавства тісно пов'язано з такими науками, як фізика, фізіологія, світлотехніка, психологія, естетика, мистецтвознавство й ін. Колір – це органічна система, енергія якої поширюється, як хвилі певної довжини, й сприймається нами через очі, справляючи на нас найсильніший вплив. Колір можна охарактеризувати, як властивість тіл викликати певні зорові відчуття відповідно до спектрального складу й інтенсивності відбитого або видимого випромінювання, що генерується. Колір як властивість предмета є категорія об'єктивно-суб'єктивна. Природа кольору цікавила людину з давніх часів. Бурхливого розвитку наукові дослідження кольору набули в XVII ст., коли пропонувалися найрізноманітніші теорії цього явища.

Англійському вченому Ісааку Ньютону (1643 – 1727) належать перші досвіди з розкладання сонячного світла на випромінювання з різними показниками заломлення, за оптичним змішанням й систематизацією кольорів. Він першим зумів одержати з білого світла спектр, складовими якого є сім кольорів. У своїй фундаментальній праці «Оптика» (1704) він запропонував розташувати їх у вигляді кола (рис. 7.1.1). Ньютон вважав, що шляхом змішання хроматичних кольорів можна одержати всі існуючі в природі барви. Великий російський вчений М. В. Ломоносов (1711 – 1765)

близько підійшов до встановлення триколірної природи зору. Точніше пояснення колірного зору людини було дано англійським ученим Томасом Юнгом у 1802 р. У структурі ока закладено три види світлочутливих закінчень нервових волокон. Роздратування кожного окремого виду волокон викликає відчуття червоного, зеленого й фіолетового кольорів, а при роздратуванні всіх видів світлочутливих приймачів ока виникає відчуття всіляких інших кольорів.

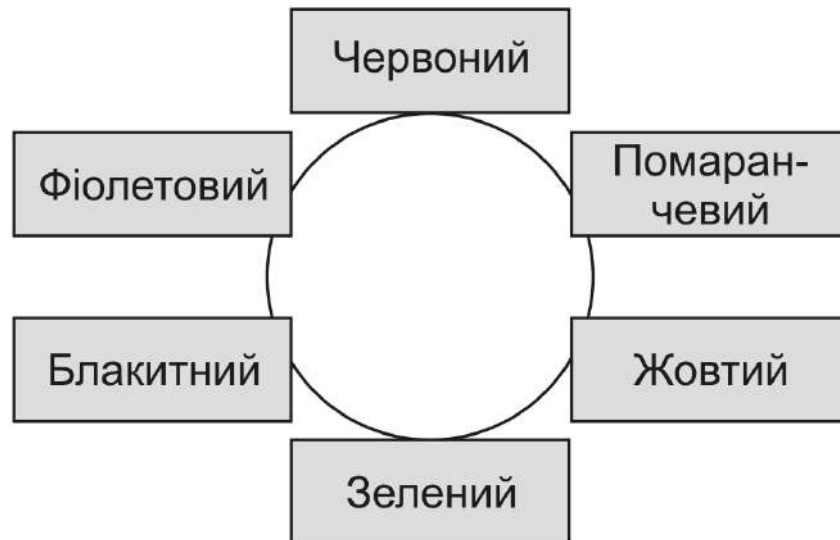


Рис. 7.1.1. Колірне коло

До теперішнього часу прийнято міжнародну колориметричну систему, створено різноманітні колориметричні прилади для об'єктивного вимірювання кольору, розроблено розрахункові методи для розв'язання задач відтворення кольору, використання метрики кольору при контролі якості продукції. Численні експерименти показали, що колір залежно від спектрального складу й рівня його інтенсивності впливає не тільки на зоровий апарат, але й на діяльність серцево-судинної, ендокринної, центральної й периферійної нервових систем, на органи почуттів. Так, червоний колір сприяє підвищенню внутрішньочного тиску, зелений же, навпаки, знижує його (особливо у хворих глаукомою). Синій колір благотворно впливає на людину при деяких невралгічних захворюваннях. У Прадавньому Єгипті, Тибеті, Греції, Китаї вже знали про силу кольору й широко використовували ці знання. Стіни храмів, де єгипетські жерці лікували людей, були пофарбовані в глибокі сині, фіолетові й блідо-рожеві тони, що впливало на хворих і сприяло якнайшвидшому видужанню.

Особливо великою є роль кольору для досягнення образності форми виробу. Удалий колірний розв'язок дуже допомагає розкрити сутність речі, загострити або, навпаки, зробити більш нейтральним характер форми. Навіть масштабність форми або підкреслюється кольором, або нівелюється при помилках у виборі кольору й тону. Колір і тон дозволяють виявити статичність або динамічність, якщо це задумане й пов'язане з образом

точно так само, як вагомість і легкість виробу. Дизайнер за допомогою кольору може підкреслити, виявити й характер форми, і нюансні відносини аж до дрібних деталей. Колір не можна розглядати поза умовами експлуатації й конкретної форми. Колір, функція й форма будь-якого виробу мають бути органічно пов'язані між собою.

У житті людини багато видів діяльності потребують колірною зору. Завдяки тому, що ми бачимо кольори об'єктів, ми опиняємося в стані, коли краще розрізняють предмети. Відмінність кольорів є також джерелом естетичних переживань. Істориками встановлено, що прадавні люди бачили світ не таким багатоколірним, яким його бачимо ми. Людина спочатку розрізняла жовтий і червоний кольори й лише багато пізніше – зелений і синій. Тому безбарвний алмаз цінували дешевше, ніж пофарбовані камені. Сьогоднішні дослідження можливостей колірною сприйняття ока вказують на те, що число кольорів, які може розрізнити око людини, не є нескінченним (200-400 кольорів і відтінків), хоча число можливих спектральних складових випромінювання, що діють на око й створюють відчуття кольору, є нескінченним. Існуючі атласи кольорів містять 3500 відтінків. У великому атласі Мансела міститься сто колірних тонів.

Усі видимі нами кольори можна розділити на хроматичні (кольорові) й ахроматичні (безбарвні). До хроматичних кольорів відносяться; червоні, жовтогарячі, жовті, зелені, блакитні, сині й фіолетові, які складають основний природний ряд колірних тонів і являють собою спектр. До ахроматичних кольорів відносяться: білий, чорний і сірий – кольори з «нульовою» чистотою й ступенем виразності колірною тону, який дорівнює нулю. Тому їх називають ахроматичними кольорами.

Основними характеристиками кольору є такі:

- колірний тон;
- насиченість;
- яскравість;
- світлість кольору.

*Колірним тоном* називаються властивості зорового відчуття, позначуваного словами «червоний», «жовтий», «зелений» і т.д., що й характеризується довжиною хвилі відповідно до табл. 7.1.1. Під колірним тоном розуміють те, що дозволяє будь-який хроматичний колір віднести за подібністю до того чи іншого кольору спектра.

*Насиченістю* кольору називається властивість зорового сприйняття, що дозволяє оцінювати пропорцію чистого хроматичного кольору в повному колірному відчутті. Під насиченістю розуміють ступінь розведення даного кольору білим. Чим менше частка спектрального й більше частка білого в суміші, тим слабкіше буде виражений колірний тон суміші. Чим менше частка білого й більше частка спектрального в суміші, тим виразніше буде виражений колірний тон. Насиченість кольору вимірюють у відсотках.

Розподіл спектра на колірні ділянки

№ п/п	Колірний тон	Межі ділянки спектра, нм*
1	Червоний	760 – 600
2	Жовтогарячий	600 – 590
3	Жовтий	590 – 550
4	Зелений	550 – 500
5	Блакитний	500 – 485
6	Синій	485 – 440
7	Фіолетовий	440 – 380

\* 1 нм (нанометр) =  $10^9$  м

*Яскравість і світлість* є відмінними властивостями хроматичних кольорів. Властивість зорового відчуття, завдяки якому предмети поглинають або випускають більше або менше світла, називається світлістю. Так, наприклад, жовтий і його відтінки значно світліше синіх і фіолетових. Жовтогарячий колір світліше червоного, синій темніше блакитного і т.д. Отже, хроматичні кольори можуть бути різної світлості – в одних вона більше, в інших – менше.

Відомо, що на сітківку ока попадає тільки певна частка всієї світлової енергії, яка випускається предметами в навколишній простір і називається яскравістю. Яскравість, будучи об'єктивною величиною, може бути обмірювана приладом. Світлість – величина суб'єктивна й оцінюється словами «більше» або «менше». Між цими характеристиками існує пряма залежність: чим більше яскравість, тим більше світлість.

Світлість перебуває у зворотній залежності від насиченості. Так, якщо до синьої фарби додати білила, то колір стає малонасиченим – блакитним; тобто набуває більшої світлості.

Ахроматичні (безбарвні) кольори відрізняються один від іншого тільки за світлістю, тобто вони відбивають різну кількість падаючого на них світла. Світлі за яскравістю кольори мають високий коефіцієнт відбиття. Наприклад, білі поверхні й предмети відбивають 70...90 %, жовтий – від 70 % і вище падаючого на них світла; чорний – 3...4 %, темні кольори – 10...15 %. Між найяснішими (білими) поверхнями й самими темними (чорними) є різні відтінки сірого кольору: ясно-сірі з коефіцієнтом відбиття 50...60 %, темно-сірі з коефіцієнтом відбиття 15...20 %. Насиченість і колірний тон в ахроматичних кольорах відсутні, інакше кажучи, вони дорівнюють нулю.

## 7.2. Психофізіологічна характеристика кольорів

Для правильного розуміння варіантів використання ахроматичних і хроматичних кольорів у табл. 7.2.1 і 7.2.2 наведені результати їх впливу.

Білий колір – це межа початку й згоди, персоніфікує цілісність, чистоту, невинність і звичайно розглядається як священна фарба. Мовою кольорів білий колір означає невинність, тому плаття нареченої виготов-

ляють із білого матеріалу. Холодність і загадковість білого персоніфікують і такі загадкові істоти, як альбіноси, які в темношкірих народів шануються як божества. На Сході білий колір є символом фізичної смерті, якщо її вважати початком нового втілення або занурення в нірвану, і знаходить освітлення в кольорі похоронних саванів, жалобному розфарбуванні й одязі в китайців та японців. Уява малює на білому будь-які картини, даючи простір фантазіям глядача. Саме із цієї причини білий колір стін цінувався за всіх часів. У давньоруській архітектурі білий колір символізував волю. Невипадково близько 500 давньоруських міст у своїй назві містили цей колір.

В ілюзорному плані білий колір збільшує розміри, але зменшує зорову масу. Він чудово сполучається з усіма кольорами.

Чорний колір – це абсолютне поглинання всіх кольорів, символізує ніч, скорботу, смерть, морок фізичний і щиросердечний. Звідси й чорний колір панахид, прапорів анархістських і нігілістичних союзів. Індуїзм пов'язує цей колір з почуттєвим рухом «униз».

Таблиця 7.2.1

Психофізіологічний вплив кольору на людину

Колір	Результат впливу
Червоний	Збудливий, гарячий, енергійний і життєрадісний, що стимулює вплив на мозок і викликає емоційні реакції, що сприяє збільшенню мускульної напруги, підвищенню тиску крові й ритму подиху, сильно впливає на настрої людей
Жовтогарячий	Яскравий, викликає радість, у різних випадках заспокоює або дратує, у фізіологічному відношенні сприяє поліпшенню травлення й прискоренню струму крові
Жовтий	Стимулює зір, мозок, нерви, заспокоює деякі нервові стани, створює веселість, сприяє товарищескості
Зелений	Колір природи, спокою й свіжості, заспокійливо діє на нервову систему, сприяє зниженню тиску крові за допомогою розширення капілярів
Блакитний	Світлий, свіжий і прозорий, впливає приблизно так само, як і зелений, – заспокійливо, створює враження небесної далечини, у фізіологічному відношенні він стосується лікувальних кольорів, полегшуючи хворобливий стан більшою мірою, ніж зелений
Фіолетовий	Пишний і шляхетний, позитивно діє на серце й легені, збільшуючи їх витривалість, колір стомленості й суми
Коричневий	Теплий, створює спокійний настрій, виражає міцність і стійкість предметів; коричневий із сірим відтінком пригнічує психіку
Сірий	Холодний, діловий, сумовитий, викликає апатію й нудьгу
Білий	Легкий, холодний і шляхетний, символ чистоти, добре сполучається з іншими кольорами
Чорний	Похмурий, важкий, різко знижує настрій, гарний, якщо у невеликій кількості застосовується для контрасту

Каббала зважає на царську владу чорного кольору й співвідносить його з розумінням відчуттів тіла. У народу Ндембу чорний – це зло, дурні речі, але разом із тим він обіцяє щастя в любові. У наш час із новою силою відродилося негативне розуміння чорного кольору. Він з'являється в живопису як носій ідеї страждання, божевілля, загибелі світу, хаосу й содому, «смерті мистецтва». Чорний колір виражає застій, захист від збудливих впливів і витиснення їх. Хто ставить його на перше місце, той із упертого протесту повстає проти своєї долі. Однак чорний колір досить гарний і в невеликій кількості вигідно виглядає в контрасті з іншими кольорами. Характерним є те, що він зменшує розміри, надає стрункості, але збільшує зорову масу об'єкта.

Червоний колір – збудливий, еротичний, гарячий, самий активний і енергійний, експансивний, мужній, жагучий, що кричить, колір доблесті, сили, могутності й хоробрості. Мовою кольорів означає любов, вогонь і кров. Цей колір, очевидно, був першим кольором, заміченим і відтвореним людьми. Вид крові завжди хвилював людину, викликаючи в ній емоційну напругу.

Таблиця 7.2.2

Характер асоціацій, що виникають при сприйнятті основних кольорів

Кольори	Характеристика кольорів за асоціаціями								
	Теплі	Холодні	Легкі	Важкі	Відступаючі	Виступаючі	Збуджуючі	Пригнічуючі	Заспокойливі
Спектральні кольори									
Червоний	•			•		•	•		
Жовтогарячий	•					•	•		
Жовтий	•		•			•	•		
Зелений		•			•				•
Блакитний		•	•		•				•
Синій		•		•	•				•
Фіолетовий		•		•	•			•	
Ахроматичні кольори									
Білий			•						
Ясносірий			•						
Темносірий				•				•	
Чорний				•				•	

З таким впливом червоного кольору й пов'язані ритуальні жертвоприношення. Вершиною жертвності й дійсним її втіленням стало розп'яття



Христа. На іконах «червоне» означає царствений чин або кров, пролиту в порятунок людства. Одіяння королів, кардиналів і обробка тог римських сенаторів, завіса й сидіння в театрах мають червоний колір. Збудлива дія червоного кольору може виявлятися як у любові, так і в люті. Він символізує божевільну пристрасть і любовний чад. В африканських любовних посланнях довгі нитки кольорового бісеру, що являють собою червоні кульки, означають: «Я жагуче люблю тебе й дуже тужу за тобою». Сучасна психологія заново відкрила, що гармонізує роль червоного між любов'ю й агресією. Психологи припускають, що людина тільки тоді здатна посправжньому любити, якщо визнає в собі наявність якоїсь агресивності й уміє з нею обходитися без шкоди для себе й навколишніх. У грецькій міфології червоний колір одночасно пов'язаний з руйнівними й творчими основами. Бог війни Арес і богиня любові Афродіта вступали у священний союз, що символізувало гармонійне єднання в червоному двох протилежностей. Червоний колір символізує святковість і красу. Так, в Україні аж до XIX ст. у другій «веселій» частині весілля червоний колір переважав і в одязі, і у весільному вбранні. У народній творчості краса людини визначалася як «красна дівиця», «красний молодець».

Жовтогарячий колір – це збудливий, жаркий, бадьорий, веселий, полум'яний, життєрадісний, гучний, не інтимний. Складається із червоного й жовтого й тому має їхні якості. Чим більше у бік жовтого зрушується червоний колір, тим сильніше роздратування переходить у зворушення. Жовтогарячий приємно зігріває, веселить, створює відчуття бадьорості й легкого зворушення. Це колір, що символізує схід сонця й стихійну непередбачуваність вулканічної лави. У фізіологічному відношенні сприяє поліпшенню травлення й прискоренню струму крові.

Жовтий колір – теплий, жвавий, бадьорий, енергійний, кокетливий, трохи зухвалий, колір веселощів і жарту. Символ сонячного світла, тепла й щастя, але мовою кольорів означає ревності. Він асоціюється із золотим тельцем, ореолом Аполлона й німбом Христа. Ясно-жовтий, золотавий колір зігріває й радує. Йому приписують блискучість, повноту й активність. Він виражає основну потребу людини – розкритися й переступити межі своєї відособленості. Жовтий колір вибирають люди, які шукають спосіб зміни відносин, щоб розрядити очікуваним способом збуджену напругу й мати можливість розкритися, досягти бажаного. Той, хто віддає перевагу жовтому, спочатку сподівається на краще, але потім розчаровується й відкидає його. При обстеженні 200 хронічних алкоголіків виявилось, що жовтий відкидається ними найрішуче, у той час як фіолетовому віддається перевага. Символізм жовтого кольору містить у собі протиставлення «позитивних» золотавих відтінків (золото, плоди, золотава пшениця) і «негативних» – різких, зеленувато-жовтих. Темно-жовтий звичайно асоціюється зі зрадою, скнарністю й недовірливістю; різко-жовтий – з настирливістю, зухвалістю, заздрістю й брехливістю. Жовтий колір може служити захисним кольором: жовті попереджувальні лампи на будівництві

та у світлофорах, жовті ромби в моряків, що плавають на вітрильниках, жовтувате забарвлення тварин, що живуть у пустелі.

Зелений – спокійний, помірний і освіжаючий; створює враження м'якого, приємного й добродійного спокою, символ весни, родючості, юності й свіжості, у християнстві – колір безсмертя, надії й торжества Святого Духу в людині, в ісламі – колір прапора Магомета. Зелений колір діє заспокійливо на нервову систему, сприяє зниженню тиску крові шляхом розширення капілярів. Чистому синьо-зеленому кольору віддають перевагу люди, які ставлять до себе тверді вимоги, зводять свої погляди в принцип і домагаються його дотримання з непримиренною послідовністю. Чисто-зелений колір є консервативним, і люди, що воліють його, прагнуть завдяки своїй твердості набути манер впевнено триматися. Вони упевнені у визнанні оточуючих, але в дійсності виглядають обивателями. Зеленому властиві й такі позитивні консервативні якості, як наполегливість і витримка. Досвід тесту за Люшером показує, що екстравагантні й ексцентричні люди, а також ті, що прагнуть до оригінальності, вважають зелений колір несимпатичним. Світлий синьо-зелений, або бірюзовий, – найхолодніший із усіх кольорів. Тому його доцільно застосовувати для створення оптичного ефекту освіжаючої прохолоди й стерильності. Сьогодні зелений колір став символом захисників природи партії «зелених». У психотерапії й кольоротерапії зелений колір сприяє нейтралізації агресії.

Блакитний колір – колір мрії, романтики, ніжності, невагомості, тиші, небесних висот і морських глибин; колір, що відкриває безбережні простори. Його психологічна характеристика – безтурботні веселощі. Подарована блакитна квітка персоніфікує вірність. У християнському живопису Христос і Марія часто зображуються в блакитних і синіх одягах. У канонах християнства блакитний – колір Бога Сина у Святій Трійці. У Прадавньому Єгипту внутрішні приміщення пірамід фарбували в блакитні тони, щоб душі померлих могли наблизитися до богів. Блакитний колір викликає почуття спокою, задоволеності й безпеки. Виявлено, що за допомогою блакитного кольору за лічені секунди можна зняти м'язову слабкість.

Синій колір легко зрозумілий і так само, як блакитний, викликає почуття спокою. У багатьох культурах блакитний і синій мають одну назву, що свідчить про їхню символічну й психологічну близькість. Будь-який синій передає сферу щирості, тобто почуття самовіддачі. З погляду відносин між людьми це можна охарактеризувати як горду манеру поведінки. Іудаїзм зараховує цей колір до логіки світобудови. Синім прикрашений дах першого храму Яхве.

При розгляді темно-синього кольору настає заспокоєння. Пульс, тиск крові, частота подиху й функція бадьорості знижуються. Організм настроюється на заспокоєння й відпочинок. При захворюванні й перевтомі потреба в синьому підвищується. Але із синім кольором також асоціюється холод, нечутливість і сухість. Існує навіть таке визначення – «синя

панчоха». Синій колір тісно пов'язаний із зрівнюванням, нівелюванням під уніформною індивідуальних якостей.

Фіолетовий колір – колір гармонії протиріч, колір містики, може навівати сум, меланхолію й відчуття пригніченості. Його часто розглядають як сполучний колір небес із землею, червоного із синім, любові з мудрістю. У збереженому до сьогоднішніх днів римсько-католицькому церковному культурі фіолетовий є кольором щирого каяття, смиренності, лагідності, святої самоти. Фіолетовий аметист у персні кардинала означає помірність.

Фіолетовий колір у цілому визначається як «сугестивність». Етнологічне зіставлення народів, що віддають перевагу і відхиляють фіолетовий колір, дані соціологічних і статистичних досліджень кон'юнктури ринку дозволяють зробити висновок: чим вище й раціональніше культура народу, тим частіше людина відхиляє фіолетовий колір. З 1000 іранців 450 серед двох найбільш улюблених кольорів у тесті Люшера назвали фіолетовий. В Америці й Центральній Європі фіолетовий колір відкидається як неприємний, особливо інтелектуалами й людьми мистецтва. Напроти, для населення Середнього й Далекого Сходу, індіанців центральної Бразилії й негрів Африки фіолетовий колір є самим кращим.

Коричневий колір у вигляді терміна в європейських мовах пов'язаний з позначенням паленого або згорілого, а ескімоси взагалі не знають коричневого кольору. Він містить широкий спектр відтінків: від теплих, почуттєвих золотаво-коричневих до гостро-холодного коричневого. Це колір землі, осені, її листів і трави, хліба й відтінків людської шкіри. Він символізує чесність, комфортність, стабільність, надійність. У часи, коли релігійні фанатики забороняли носити яскраві одяги, як прояв похоті й гордині, коричневий колір став найбільш прийнятним і виражав смиренність, працьовитість і покірність. У розкішних і затишних інтер'єрах завжди присутній коричневий, як уособлення шляхетності й елегантності.

У тесті Люшера коричневий відхиляється найчастіше тими, хто прагне стати вище залежних від тіла інстинктів і ствердитися в якості індивідуальності. Похмурому, тьмяному коричневому кольору часто віддають перевагу люди, яким здається, що їх життєва ситуація нерозв'язна і які шукають притулки в примітивних інстинктах. У цьому сенсі вибір коричневого означає регресію до фізичних, життєвих потреб. І не дивно, що обстежені в Ірані 70 курців опіуму в основному в тесті Люшера віддали перевагу коричневому кольору. Насиченим і світлим відтінкам коричневого, як показують статистичні дослідження, віддає перевагу сільське населення.

### **7.3. Закони змішання кольору**

Естетичне оформлення товарів припускає широке використання різних відтінків, одержуваних шляхом змішання хроматичних та ахроматич-

них кольорів та їх відтінків у різних пропорціях відповідно до законів змішання.

Перші досвіди щодо оптичного змішання кольорів належать Ісааку Ньютону. Усі існуючі в природі кольори й відтінки, уважав Ньютон, можна одержувати шляхом змішання семи спектральних кольорів. Сьогоднішні дослідження в цій сфері вказують на можливість одержання багатокольорової палітри на базі трьох кольорів: червоного, зеленого й синього. Закони змішання кольорів сформульовані в 1853 р. німецьким фізиком Германом Грассманом (1809-1877). Сучасне формулювання законів змішання має такий вигляд:

**1-й закон:** для кожного хроматичного кольору можна знайти інший хроматичний, при змішанні з яким виходить ахроматичний. Така пара кольорів називається додатковою, оскільки кожний з них містить у своєму складі частину спектра, якої бракує в іншому. У колірному колі додаткові кольори розташовуються на кінцях одного діаметра: жовтогарячий – блакитний, жовтий – синій, червоний – зелений і т.п.

**2-й закон:** при змішанні двох недодаткових хроматичних кольорів завжди виходить новий колірний тон, що лежить у колірному колі між кольорами, що змішуються. Так, змішуючи червоний і жовтий, одержуємо жовтогарячий; змішуючи червоний і синій, – фіолетовий.

**3-й закон:** результат змішання залежить від кольорів, що змішуються, але не від спектрального складу світлових потоків, що викликають ці кольори. Таким чином, завжди можна замінити спектральний жовтогарячий сумішшю червоного й жовтого. При цьому колір суміші не зміниться. Із цього закону випливає наслідок: змішання трьох і більше кольорів дає ефект, ідентичний тому, як якби по черзі змішали кольори парами й потім склали результати змішання цих пар.

На підставі змішання кольорів виникла наука колориметрія, основана на змішанні трьох основних кольорів – червоного, зеленого й синьо-фіолетового.

#### 7.4. Колірні комбінації

Створення колірного оформлення товарів припускає використання різних комбінацій як колірних відтінків, так і чистих хроматичних та ахроматичних кольорів. Використання колірних комбінацій будується на знанні сутності й значення таких понять, як колірний контраст і контраст яскравості.

Колірний контраст – це зміна кольору, що відбувається в результаті його сусідства з іншими кольорами. Наприклад, синій разом із жовтим набуває фіолетового відтінку, разом із червоним – зеленуватого. Сірувато-

білий разом із жовтогарячим набуває синюватого відтінку, разом із зеленуватим – рожевого, а разом із фіолетовим – лимонно-жовтого. Поблизу рожевого дуже вигідно і яскраво виглядає ніжний зелений тон.

Контрастом яскравості називається зміна яскравості або світлості кольору під дією сусідніх кольорів. На світлому тлі всякий більш темний колір темніє, а на темному – усякий світлий світлішає. Колір, оточений хроматичним тлом, змінюється у бік додаткового тла кольору. Усякий колір, перебуваючи на тлі свого додаткового, виграє в насиченості. Ефект хроматичного контрасту сильний тоді, коли відсутній контраст яскравості, тобто коли тло та колір, що й перебуває на ньому, однакові за світлістю. Контрастна дія тим сильніше, чим менше площа об'єкта порівняно із площею тла. Комбінації кольорів, що зустрічаються в природі, – відправна точка при складанні колірної схеми. Колірні комбінації залежать від рівноваги між кольорами. Різні комбінації кольорів впливають не тільки на наш настрій, але й на наше сприйняття простору, оптично змінюючи пропорції об'єкта. У цілому яскраві, чисті кольори надають об'єкту живого, радісного вигляду, у той час як пастельні тони формують більш спокійну атмосферу.

Існують такі види колірних гармоній:

- гармонія подібності, що являє собою комбінацію різних відтінків одного або близьких за спектром кольорів, розглядається як спокійна колірна схема;
- гармонія контрастів виходить при комбінації відтінків і кольорів, що далеко відстоять один від одного в спектральному колі. Така комбінація є помітною й створює враження динамічності й активності;
- гармонія градації створюється шляхом комбінації контрастних кольорів у єдину схему за допомогою проміжних стосовно даних кольорів відтінків.

Контрастні комбінації можна розділити на зм'якшені й різкі. У зм'якшених контрастах зіставляються не чисті кольори, а їх нюанси, що одержують шляхом легкого «повороту» колірного кола. Це дозволяє зберегти контраст, але не настільки різкий, як при прямому зіставленні чистих спектральних кольорів. Подібна гармонія може бути також отримана, якщо додавати в спектральні кольори або білий, або чорний колір залежно від бажаного ефекту. Зм'якшені розмиті колірні відтінки створюють приглушений колорит і персоніфікують спокій. Різкі контрасти будуються на яскравих додаткових кольорах і являють собою енергійну колірну гаму. Така комбінація є помітною й створює враження динамічності й активності. Першочергове значення при роботі з контрастними кольорами має принцип дотримання пропорційності співвідношення кольорів.

При складанні колірних схем оформлення об'єкта необхідно враховувати такі принципи:

- створювати колірні схеми необхідно таким чином, щоб у комбінації

один з одним кольори виглядали цікавіше, чим при їхньому використанні кожного окремо;

- сполучаються між собою кольори, близькі за світлістю й, особливо, за колірним тоном;
- поєднувати можна різнорідні кольори, якщо вони рівною мірою відрізняються один від одного;
- виділяється завжди той колір, який має більші відмінності від інших за світлістю й насиченістю;
- серед насичених хроматичних кольорів виділяються ахроматичні навіть у тих випадках, коли їх світлість близька до світлості інших кольорів, а серед ахроматичних кольорів завжди виділяються хроматичні;
- кольори в комбінації мають підкреслювати переваги один над одним, а не применшувати їх;
- кожний колір, що брав участь у колірній схемі, має бути зорозово розрізняваним.

Використовуючи колірні контрасти, необхідно враховувати, що найбільш контрастна колірна схема виходить при комбінації кольорів і відтінків, що характеризуються невеликою різницею в яскравості, але високою інтенсивністю.

Чорний, сірий і білий кольори не наведені на колірному колі, але вони відіграють важливу роль при оформленні різних об'єктів. Чорний і білий кольори по праву є важливими декоративними кольорами. Вони присутні в самих стильних і сміливих колірних схемах, а також є невід'ємними складовими класичних колірних комбінацій. Як показує практика, нейтральні кольори вимагають надзвичайно обережного зіставлення з іншими кольорами.

Сині тони гармонійно сполучаються між собою й з багатьма іншими кольорами, особливо з білим, який надає ефектності комбінації. А нюанси блакитного кольору на яскраво-білому тлі створюють відчуття свіжості й чистоти. Сині тони сприяють створенню приємного, радісного настрою, ясно-сині виявляють заспокійливий вплив, а темні, глибокі тони синього виглядають елегантно, розкішно й притягають погляд. Не рекомендується розташовувати поруч синій і зелений без проміжного тону.

Нюанси жовтого кольору в будь-якому колірному наборі створюють відчуття простору, гармонії й сонячного кольору. Різкий відтінок лимонно-жовтого виглядає пікантно на білому, сірому або нейтральному тлі й пожвавлює навіть затемнені куточки приміщення. Блідо-жовтий служить удалим тлом для всіх відтінків пурпурово-червоного кольору – від блідо-фіолетового до рожево-малинового. Приглушити зайву помітність жовтого кольору можна, зіставивши його із прохолодними відтінками лавандового, нефритового або вугільного. З яскравими насиченими нюансами жовтого кольору слід поводитися обережно, щоб вони не заглушали сусідні

кольори. Ці пишні відтінки ідеальні для акцентів у загальному барвистому ансамблі, тому що відразу притягають увагу. Для створення інтимної атмосфери у великих кімнатах слід використовувати золотаво-жовті тони, тому що багатство цього кольору надає відчуття затишку й оптично зменшує розміри об'єкта. Яскраво-жовті елементи організують колірний розв'язок і створюють єдину колористичну тему, залучаючи до себе увагу.

Класична комбінація жовтого із синім дозволяє створити певний стиль: від строкатого і яскравого молодіжного, сучасного й середземно-морського стилю до стилю кантрі. Насичений жовтий у комбінації з відтінками рожевого надає об'єкту затишного вигляду. Відтінки абрикосового й синього добре відтіняють нюанси ясно-жовтого, узятого як фоновий колір. На колірному колі додатковим кольором жовтому є фіолетовий. Тому самими цікавими є декоративні ефекти, що надають вишуканості й розкоші, досягаються комбінацією жовтого кольору з лавандовим або рожево-ліловим.

### **7.5. Чинники, що формують сприйняття кольору виробу**

Спектральний склад освітлення, характер поверхні предметів і комбінація сусідства кольорів – важливі чинники, що формують колір виробу.

При попаданні сонячних променів на поверхню предмета відбуваються такі явища: промені поглинаються, відбиваються або пропускаються через предмет. Кожне із цих явищ може бути повним або вибіркоким. Повне (невибіркоче) відбиття припускає, що весь світловий потік сонячних променів повністю відбивається від поверхні предмета, яку ми спостерігаємо як білу. Повним поглинанням променів світла характеризуються предмети чорного кольору. При вибіркокому відбитті частина променів поглинається, а частина відбивається від поверхні предмета, й він здається кольоровим. Вибіркоче поглинання означає, що частина променів світлового потоку поглинається предметом, а частина проходить через нього. Такі предмети є вибіркоково-прозорими. Якщо ж предмет пропускає промені світлового потоку повністю, то такий предмет є прозорим.

Світлові сигнали, пофарбовані предмети або поверхні сприймаються нами в оточенні інших кольорів і за різних умов освітлення. При штучному висвітленні (будь-то люмінесцентні, галогенні лампи або лампи розжарювання) спектральний склад світлового випромінювання інший, чим при природному освітленні, а тому змінюється й склад світла, яке відбивається від поверхонь предметів.

Природне освітлення протягом дня змінюється. Ранком переважають блакитні ультрафіолетові промені, досягаючи до полудня максимальної інтенсивності. До вечора переважають червоні промені. При натуральному освітленні необхідно враховувати такі моменти:

- у приміщеннях, з ранку до полудня пронизаних сонцем, барви

видадуться дуже інтенсивними;

- у приміщеннях з вечірнім сонцем переважають барви в м'яких, ніжних варіаціях, особливо оживають при цьому червонуваті й жовтуваті нюанси;
- у приміщеннях, звернених на північ, прямі сонячні промені не попадають ніколи, тому зміна кольорів там мінімальна.

Увечері, формуючи штучне освітлення, треба намагатися орієнтуватися на природне світло, тоді обраний стиль певного часу буде підкреслюватися найвигідніше.

Найбільші зміни в сприйнятті колірною оформлення предметів вносять лампи розжарювання й люмінесцентні лампи. При цьому перші з них надають теплого відтінку кольору, а останні – холодного. Галогенні лампи, що випускають біле нейтральне світло, найменше спотворюють колір предмета. При створенні комфортного освітлення передбачають дотримуватися таких правил:

- не слід планувати рівномірне освітлення всього простору кімнати, оскільки приміщення втрачає свої контури, робить враження нудьги й швидко стомлює через нестачу напруги й контрасту. Вірніше за все створювати острівці освітлення шляхом використання різних джерел світла. Сусідство світла й темряви будить асоціації із природою. Острівці світла доцільно організовувати на робочому місці, у куточку для читання й в інших місцях, що вимагають гарного освітлення, а всі інші простори мають бути в приглушених тонах;
- враховуючи, що в природі не існує прямовисно падаючого світла, правильним розв'язком буде доповнення верхнього світла зі стелі бічним освітленням.

Загальна композиція світла є вдалою, якщо світильники розташовують на різних рівнях, мають різну інтенсивність світла й дозволяють варіювати освітлення залежно від ситуації. Розрізняють такі типи освітлення:

- фонове (загальне), що одержало поширення у вигляді модульних систем світла на шинопроводі низької напруги, створює комфортне й легко регульоване фонове світлове середовище;
- робоче освітлення, яке являє собою сконцентрований у потрібному напрямку потік світла, комфортний для очей. Крім настільних ламп зручним розв'язком є точкові світильники;
- декоративне, що акцентує або підкреслює вдалі й маскує невдалі пропорції приміщення, акцентує композиційні центри й деталі інтер'єру.

При створенні світлових акцентів дуже важливо не втрачати почуття міри. Занадто сильне, незбалансоване декоративне освітлення здатне порушити загальну композицію інтер'єру. У табл. 7.5.1 наведені можливі варіанти зміни кольору, що виникають при штучному освітленні.



## Зміни кольору при штучному освітленні

Колір при денному світлі	Насиченість кольору	Колір при теплому світлі стає	Колір при холодному світлі стає
Червоний	Пастельний	Теплішим, ближче до лососево-рожевого	Блакитнувато-рожевим
	Інтенсивний	Теплішим, видається жовто-червоним	Холоднішим, наближається до синьо-червоного
Жовтогарячий	Пастельний	Більш жовтим	Сіруватим
	Інтенсивний	Дуже світлим	Приглушеним
Жовтий	Пастельний	Теплим і блідим	Дуже слабким
	Інтенсивний	Теплішим, ніжнішим	Світлішим й сірішим
Зелений	Пастельний	Ніжним жовто-зеленим	Блакитнішим, слабкішим
	Інтенсивний	Теплішим й слабкішим	Блакитнувато-зеленим
Блакитний	Пастельний	Сірішим, легко наближається до зеленого	Інтенсивнішим
	Інтенсивний	Сірішим, втрачає колір	Променистим, холодним
Синій	Пастельний	Дуже слабким	Інтенсивнішим
	Інтенсивний	Втрачає силу кольору	Інтенсивнішим
Фіолетовий	Пастельний	Набуває коричневатого відтінку	Блакитнішим, інтенсивнішим
	Інтенсивний	Теплішим, від червонуватого до коричневого	Синім, променистішим

З урахуванням цих змін коректують колірну гармонію житлових приміщень, офісів, ресторанів, барів і т.п. Тепле освітлення робить будь-який колір, його відтінки й комбінації більш теплими. Холодне освітлення, навпаки, надає колористичному оформленню будь-якого предмета інтенсивності й холодності. При виборі забарвлення виробу дизайнер має урахувати таке явище, як колірний міраж. Подібне явище характеризується зміною сприйманого кольору предмета, фарбування якого різко відрізняється від тла, після того як зосереджений погляд людини зміщується на білу поверхню. Якщо червона пляма спостерігається на білому тлі близько двох хвилин, то після зміщення погляд на білу поверхню людині бачиться зелено-блакитна пляма.

З урахуванням цих змін коректують колірну гармонію житлових приміщень, офісів, ресторанів, барів і т.п. Тепле освітлення робить будь-який колір, його відтінки й комбінації більш теплими. Холодне освітлення,

навпаки, надає колористичному оформленню будь-якого предмета інтенсивності й холодності. При виборі фарбування виробу дизайнер має враховувати таке явище, як колірний міраж. Подібне явище характеризується зміною сприйманого кольору предмета, фарбування якого різко відрізняється від тла, після того як зосереджений погляд людини зміщується на білу поверхню. Якщо червону пляму спостерігати на білому тлі близько двох хвилин, то після зсуву погляд на білу поверхню людина бачить зелено-блакитну пляму. Тривалість міражу більшою мірою залежить від інтенсивності освітлення, ступеня контрасту й часу спостереження за предметом. У табл. 7.5.2 наведено варіанти колірних комбінацій, що викликають міраж.

При постійному спектральному складі світла, що падає на поверхню, її колір може змінюватися залежно від напрямку освітлення й гладкості поверхні. Відбиття залежно від умов освітлення й властивостей поверхні може бути спрямованим, розсіяним, змішаним.

Якщо освітлення розсіяне, а поверхня шорсткувата, відбите світло рівномірно розподіляється в усіх напрямках. Якщо світло спрямоване й поверхня гладка, відбите світло має цілком певний напрямок.

Таблиця 7.5.2

Колірні ефекти, одержувані в результаті послідовного колірного контрасту

Колір поверхні, на яку дивиться око	Колір поверхні, на яку дивиться око					
	Червоний	Жовтий	Зелений	Синій	Фіолетовий	Білий
Червоний	Брудно-червоний	Зеленувато-жовтий	Насичений зелений	Блакитний	Синій	Смарагдово-зелений
Жовтий	Пурпурний	Сірувато-жовтий	Блакитнувато-зелений	Насичений синій	Насичений синювато-фіолетовий	Фіолетовий
Зелений	Насичений червоний	Жовтогарячий	Сірувато-зелений	Фіолетовий	Пурпурний	Пурпурно-червоний
Синій	Жовтогарячий	Насичений золотаво-жовтий	Жовтувато-зелений	Сірувато-синій	Пурпурний	Жовтогарячий
Фіолетовий	Жовтогарячий	Лимонно-жовтий	Зеленувато-синій	Блакитнувато-синій	Сірувато-фіолетовий	Зеленувато-жовтий

Колір поверхні в цьому випадку буде визначатися в основному вибірково зміненим світлом, і його насиченість буде більше, чим у попередньому випадку.

Важливим при сприйнятті колірною оформлення елементів предметного світу є не тільки професійне використання кольорів, відтінків та їх комбінацій, але й характер освітлення й фактура матеріалу. Тому обов'язковим при розробленні колористичного оформлення товарів є урахування цих чинників.

## **8. КОМПОЗИЦІЯ ТОВАРІВ**

Створення нового виробу є складним і відповідальним процесом. Існують певні принципи, умови й установлені практичним досвідом закономірності, користуючись якими можна створити гармонійні товари. Композиція є найважливішим елементом, що дозволяє створити єдине цілісне, усі складові якого перебувають у взаємній і гармонійній єдності й виражають образний зміст даного товару. Термін «композиція» має латинське походження й означає складання, зв'язування, розташування, додавання частин у єдине ціле в певному порядку.

### **8.1. Загальні поняття й принципи створення композиції**

Композиції бувають: закриті, відкриті, стійкі й нестійкі.

Закритими називаються композиції, де лінії взаємодії складових елементів спрямовуються до сюжетно-композиційного центру.

Відкритими є композиції, де лінії розходяться від сюжетно-композиційного центру, відбиваючи зв'язки елементів або об'єктів. Відкрита композиція вимагає продовження й завершення, тому що не має самостійного й вирішального значення. Відкриті композиції драматично напружені.

Стойкими є композиції, де основні композиційні осі перетинаються під прямим кутом у центрі. Головні компоненти розташовують рівномірно. Стойкі композиції створюють враження спокою й стабільності.

Нестійка композиція припускає перетинання композиційних ліній взаємодії об'єктів або елементів під гострими кутами. У ній використовують в основному такі фігури, як діагоналі, кола, овали.

Стойкі й закриті типи композиції переважають, наприклад у мистецтві Відродження, нестійкі й відкриті – у мистецтві бароко. В історії мистецтва більшу роль відіграли як додавання загальноприйнятих композиційних канонів (наприклад, у давньосхідному, ранньому середньовічному мистецтві, у мистецтві Високого Відродження, класицизму), так і рух від традиційних твердих канонічних схем до вільних композиційних прийомів. Так, у мистецтві ХІХ – ХХ ст. немаловажним було прагнення художників до вільної композиції, що відповідає їхнім індивідуальним творчим особливостям.

Важливим чинником формування композиційного розв'язку є процес формоутворення в природі. Природні об'єкти надають дизайнерам

широких можливостей для створення найбільш доцільних форм виробів. Так, дослідження динаміки польоту й структури крила птаха допомогло відомому російському винахідникові М. Є. Жуковському відкрити закон, що визначає піднімальну силу крила літака, і встановити найвигідніші профілі крил і лопат гвинта літака. Завдяки природі було виявлено, що обтічність форми є об'єктивним законом у формуванні швидкості автомобілів. При цьому форма виробів має відповідати призначенню, матеріалам, використовуваним для виготовлення й конструктивній схемі.

Предметом композиції в сфері виробництва товарів є виріб і прилеглий до нього простір. Будучи естетичною характеристикою, композиція відбиває систему організації зв'язків елементів форми й змісту виробу, диктує розташування частин, що складають виріб, у певній системі й послідовності.

Теорія композиції озброює дизайнера загальними закономірностями будови виробу, засобами й прийомами побудови гарної форми. За допомогою композиції вирішують такі проблеми, як вивчення закономірностей формоутворення й компоновання виробів, а також дослідження відповідності цілісності гармонійного образу виробу естетичним, функціональним і техніко-економічним вимогам.

Творчий процес створення композиції – складне багатоаспектне явище. Тут тісно переплітаються й обумовлюють одна одну дві основи творчої діяльності людини: емоційно-інтуїтивна й інтелектуально-логічна.

Художня ідея, первісний образ, хоча й оснований на певних функціональних передумовах, це, насамперед, результат емоцій, інтуїції, фантазії й особистих уявлень дизайнера. У результаті накопиченого матеріалу в дизайнера виникає та або інша ідея. Поступово, у силу особливостей його мислення, прагнення до узагальнення, вона втілюється в художній образ. Важливим аспектом у процесі розроблення композиційного розв'язання є розв'язання таких питань:

- визначення передбачуваної категорії споживачів;
- види матеріалів, що використовуються;
- варіанти форми;
- композиційне розв'язання для розкриття ідеї.

Так, найбільш конкурентоспроможні моделі стільникових телефонів виробляють зі стандартних матеріалів. Однак уже існують дизайнерські компанії, що створюють ексклюзивні моделі телефонів із дорогоцінних металів і каменів.

При розробленні форми й декоративного оформлення моделі дизайнер використовує різні джерела:

- образи природи (комбінація кольору, форма, рух);
- зразки класичного декоративного мистецтва;
- зразки народної творчості, тканин, кераміки;
- явища й події дійсності;
- зразки культури й творчості народів закордонних країн;
- нові матеріали й технології;
- особисті переживання, відчуття художника;

- враження від особистості й індивідуальності відомих людей.

Однак будь-яка первісна художня ідея вимагає обґрунтування, уточнення, перевірки логікою, знанням, накопиченим практичним досвідом. Такий практичний досвід можна охарактеризувати як естетичні закони, категорії й принципи побудови композиції.

Основним принципом побудови композиції є цілісність, під якою розуміють нерозривність, безперервність, єдність, тобто з'єднання всіх елементів у єдине ціле. Незважаючи на те, що композиція складається з багатьох різних частин, вони мають бути так взаємозалежні, щоб композиція в цілому справляла гармонійне враження. Мета будь-якого результату впізнається за такими характеристиками, як ясність і простота сприйняття форми. Чим складніше композиція, тем цінніше простота її сприйняття.

Основними категоріями композиції є об'ємно-просторова структура й тектоніка. Об'ємно-просторова структура разом із тектонікою відіграє значну роль у досягненні справжньої гармонії, оскільки припускає взаємодію всіх елементів форми виробу між собою й із простором. Створення конкурентоспроможного й естетично зробленого виробу є неможливим без урахування характеру взаємодії простору з об'єктом. Різне розташування об'єктів у просторі дозволяє створювати враження стійкості або напруженості, динамічності або статичності, простоти або складності.

Важливим принципом створення добре організованої об'ємно-просторової структури є органічна єдність між окремими елементами або частинами структури. Чимале значення при розгляді будь-якої форми в просторі має й точка знаходження людини, з якої вона сприймає виріб. Залежно від ракурсів сприйняття об'ємно-просторової структури відношення об'єму й простору мають по-різному впливати на людину. При певних пропорціях об'єму виробу й простору останній може оптично зменшувати окремі елементи об'єму, тобто створювати ілюзію менших розмірів виробу, чим у дійсності. Слід також ураховувати, що в організації об'ємно-просторової структури існує межа складності, за якою навіть закономірне може сприйматися як хаотичне.

Одним із важливих методів розвитку просторового уявлення дизайнерів слід назвати вільні фантазії на тему «форма виробу». Вільне фантазування дозволяє розкрякати творчий потенціал, піти від сьогоднішніх канонів, побачити перспективи й у такий спосіб створити оригінальну об'ємно-просторову структуру виробу. Провідні японські фірми, що займаються виробництвом автомобілів, радіо- і телеапаратури, постійно проводять конкурси на саму оригінальну модель виробу. У цих конкурсах беруть участь не тільки професіонали, але й аматори різних віків, що вільно володіють «абеткою» класичних форм. Іноді це зовсім немислимі для сьогоднішнього дня варіанти, які, як показує досвід, знаходять своє відбиття в створенні перспективних і конкурентоспроможних виробів.

Тектонікою називають зрине відбиття у формі роботи конструкції й організації матеріалу. Форма будь-якого виробу завжди так чи інакше виражає особливості його будови. Поняття «тектоніка» нерозривно пов'язує дві найважливіші характеристики виробу – його конструктивну основу й форму у всіх її важливих проявах. Якщо звернути увагу на

природні утвори, то вони нам дають наочні уроки того, як по-різному, але закономірно конструкція знаходить освітлення у формі. Так, структурою живого організму є кістяк. Однак він невидимий крізь м'язи й шкіру. Але ми прекрасно усвідомлюємо як у цілому, так і в будь-якому «вузлі» зв'язок конструкції з формою. Якщо при створенні виробу дизайнер знаходить засоби, що дозволяють із такою ж ясністю виразити взаємовідношення внутрішньої структури й зовнішньої форми, то такий виріб являє собою зразок повної тектонічності.

Тектоніка спирається на закономірності конструктивного компонування й виявляється у взаємному розташуванні частин виробу, його пропорціях, ритмічному чергуванні елементів, контрасті й т.п. Тектоніка – це правдивість форми виробу відносно конструкції й матеріалу. Від того, наскільки правильно використаний матеріал, залежить тектонічна виразність виробу. Закономірності тектоніки, ґрунтуючись на законах механіки, динаміки, опору матеріалів та ін., відображають логіку роботи конструкції виробу, що забезпечує не тільки чисто функціонально-утилітарну, але й естетичну виразність виробу. Неправильна, невиразна конструкція не може характеризуватися високими показниками естетичних властивостей, тобто бути гарною.

Таким чином, створення вдалої композиції конкретного виробу можливо лише з урахуванням як тектонічних, так і об'ємно-просторових зв'язків і відношень.

## **8.2. Засоби створення композиції**

Засоби композиції дозволяють детальніше розробляти форму виробу. До засобів створення композиції відносяться:

- пропорції;
- контраст;
- нюанс;
- ритм і метр;
- симетрія й асиметрія;
- масштаб.

Створювана композиція може мати як гармонійний, так і хаотичний характер. Пропорційність, симетрія, ритмічність є ознаками гармонійних композицій. Диспропорція, асиметрія, аритмічність сприяють створенню хаотичних варіантів композиції.

Пропорції означають домірність, логічне співвідношення розмірів, частин і предметів між собою. Вони займають пріоритетне положення серед допоміжних засобів композиції з погляду як їх можливостей при створенні форми, так і важливості тих якостей, які досягаються з їхньою допомогою. Пропорції дозволяють доцільніше організувати форму, з їхньою допомогою легко встановити взаємозв'язок інших засобів композиції.

Пропорціям, як засобу гармонізації форми, надавали великого значення вчені, зодчі й художники різних епох. Прадавні єгиптяни обрали

своєрідним мірилом при будівництві трикутник з відношенням сторін 3:4:5. У Прадавній Греції пропорції були свого роду філософією архітектури, що знайшло відбиття в створенні ордерних систем, що застосовують у будівництві.

Найвідомішим прикладом гармонійної пропорції служить принцип «золотого перерізу», відомий ще художникам і архітекторам античності. У відрізьку, розділеному на дві частини, менша частина так відноситься до більшої, як більша відноситься до всього відрізька:

$$A/B = B/(A + B).$$

Користуючись принципом «золотого перерізу», можна створювати в композиції ідеальні пропорції й встановлювати органічний зв'язок між цілим і його частинами. Пропорцію «золотого перерізу» широко використовують при проектуванні виробів, вона виражається числом 1,62 і викликає відчуття краси, погодженості, розмірності, гармонійності. Ця пропорція була відома ще художникам і зодчим античності. В епоху Відродження її називали «божественною» пропорцією. «Золотий переріз» поширений в природі. Багато вчених розглядають дану пропорцію як закономірність органічного зростання. У дорослої пропорційно розвиненої людини лінія талії розділяє тіло за «золотим перерізом». Наука дотепер не змогла пояснити, чому поділ за «золотим перерізом» є естетично зробленим. Пропорції даного поділу використовують також при моделюванні швейних і трикотажних виробів, товарів культурно-побутового призначення й інших речей.

Прикладом «золотого перерізу» є ряд чисел Фібоначчі: 2-3-5-8-13-21-34-55 і т.д. У даному ряді кожні дві попередні величини в сумі складають наступну, а відношення сусідніх членів дають приблизне вираження «золотого перерізу».

При створенні костюма важливою умовою є урахування особливостей людської фігури, її власних пропорцій. Між окремими частинами фігури людини існують певні математичні співвідношення. Римський архітектор й інженер I ст. до н.е. Вітрувій у своєму трактаті «Десять книг про архітектуру» стверджує, що фігуру людини можна розділити на вісім однакових частин. При цьому модулем вимірювання є висота голови. Сучасні дизайнери визначають пропорційність фігури за такими методиками:

- від верхньої частини фігури до талії укладається три висоти голови;
- від талії до підлоги – п'ять або чотири з половиною висоти голови.

Пропорційну фігуру можна розділити на чотири однакові частини:

- від верхівки голови до пахв;
- від пахв (лінії грудей) до середини стегон;
- від стегон до середини коліна;
- від коліна до підлоги.

За допомогою пропорцій можна додати формі статичності або динамічності, легкості або масивності, стійкості і т.п. При розробленні компози-

ції малюнка на тканині або тканому виробі дизайнер зобов'язаний враховувати пропорції розміру малюнка:

- відносно до фігури людини у випадку, якщо тканина призначена для виготовлення плаття-костюмного асортиментів;
- відносно параметрів інтер'єру й меблів для меблево-декоративних тканин;
- відносно основного елемента, на якому базується композиція малюнка, його зміст.

При конструюванні різних виробів промислового виробництва не можна розглядати пропорції лише як засіб, що сприяє доданню їм більшої естетичності. Створені відповідно до вдало розроблених пропорцій пральна машина, холодильник, автомобіль, ювелірний виріб і т.п. характеризуються більш високими показниками зручності й надійності порівняно з непропорційними варіантами й користуються більшим попитом.

Масштаб – співвідношення параметрів відношення довжини лінії на кресленні, плані або карті до довжини відповідної лінії в натурі. Наочним прикладом масштабності й домірності є тваринний і рослинний світ. Наприклад, розмір і форми плавців у риби, стовбур дерева або чагарнику, колосся пшениці відповідають своїй конструктивній будові й забезпечують міцність, функціональність і стійкість. Поняття про реальну величину й масштаби предметів виникають у процесі порівняння їх одне з одним і з розмірами людини. «Людина є міра всіх речей», – висічене на мармурі давньогрецького храму в м. Дельфи. Коли архітектор проектує будівлю або дизайнер створює макет виробу, обов'язковим заходом масштабності є фігура людини. Масштабні закономірності являють собою різні форми масштабних зв'язків:

- відношення елементів до цілого і один до одного;
- відношення елемента до матеріально-предметного або природного середовища;
- відношення розмірів і масштабу елемента до людини.

Тільки повна взаємна погодженість усіх масштабних зв'язків, тобто розмірних величин, які у верстаті, транспортному засобі, електротоварах та інших виробках якось пов'язані з людиною й визначають зручність користування ними, дозволяє створити гармонійний масштабний лад. Відступ від антропометричних вимог може призвести до створення немасштабного виробу. Як приклад можна навести створення малолітражок, що копіюють стрімку форму потужного автомобіля; пошиття дитячого одягу за фасонами, аналогічними фасонам дорослої людини, й т.п.

Домірність між виробом і людиною досягається організацією робочого місця, відповідного до людських можливостей. Чим тісніше контакт людини з виробом, тим точніше має бути ця відповідність. Заходом, що характеризує масштабність виробу, є елементи керування (кнопки, рукоятки, сенсорні перемикачі) та інші видимі деталі, розміри яких мають відносно постійні значення незалежно від того, установлені вони на великому або малому виробі.



Основою для виготовлення масштабних і пропорційних виробів служать ергономічні вимоги, пов'язані з антропометричними, фізіологічними, психологічними й психофізіологічними особливостями людини. Створення масштабних виробів найбезпосереднішим чином пов'язане із пропорційністю. Варіюючи пропорції, можна змінювати масштабність виробу й надавати йому дійсного або ілюзорного масштабу. В архітектурі цей прийом дозволяє створювати необхідний масштабний лад будівлі шляхом зміни відносин між основними обсягами, розмірами віконних прорізів і т.п.

При виготовленні товарів легкої промисловості, тобто виробів, що безпосередньо контактують із людським тілом і фігурою, використовують дані про пропорції окремих частин тіла людини залежно від вікового періоду. Кожний з періодів у розвитку людини має свої особливості, що відбиваються в зміні будови тіла. Ці зміни мають нерівномірний характер. При рості немовляти в 50 см висота його голови становить близько 12 см. Таким чином, висота голови складає практично четверту частину тіла немовляти. У дворічної дитини це співвідношення становить 1:5, у чотирирічної – 1:6, у дванадцятирічної – 1:7 і у віці 22-35 років – 1:8. Як було відзначено раніше, для дорослої людини висота голови є модулем визначення пропорційності фігури.

Контраст (різко виражена протилежність) – один із головних засобів композиції, що надає об'єкту візуальної активності, що й виявляється моментально й чітко. Властивості предмета підсилюються поряд із його антиподом: товстий – тонкий, чорний – білий, складний і простий. Контрастні відношення елементів формуються шляхом протиставлення різних структур, варіантів оброблення або фактури матеріалів (шорсткуватої й гладкої), зорової маси (важкої й легкої), параметрів, що складають елементи (більші й малі), кольорів, відтінків і т.п. Таке протиставлення дозволяє створювати виробу помітну форму, що виділяється на тлі інших. Однак не всяке довільне зіставлення можна назвати контрастним. Це визначення відноситься лише до зіставлень однорідних властивостей об'єктів.

Контраст як засіб композиції має переваги й недоліки. До переваг слід віднести виразність форми, створеної на його основі, а також те, що така форма надовго фіксується в пам'яті. Недолік полягає в тому, що в надмірних кількостях він руйнівний, як будь-який сильнодіючий засіб. Тому при створенні композиції із застосуванням контрасту необхідно дотримуватися певних вимог. Ступінь контрасту має регулюватися ергономістами, тому що надмірні контрасти швидко стомлюють, а повна відсутність контрасту притупляє увагу.

Оптимальними вважаються такі контрастні відношення між складовими, при яких не порушується цілісність композиції виробу. Складність знаходження «межі» полягає в тому, що на сьогоднішній день дизайнер має у своєму розпорядженні єдиний засіб вимірювання композиційних меж контрасту – інтуїцію. Саме вона дозволяє створювати конкурентоспроможні товари, що й користуються попитом.

Нюанс являє собою різноманітність тонких відмінностей і ледь помітних переходів, дозволяє додати будь-якому виробу особливої привабли-

вості. У будь-якій формі контраст виявляється активно, але досягнення гармонії можливо при використанні таких відношень, без яких вплив контрасту може стати різким. Як композиційний засіб нюанс може виявлятися в кольорі, пропорціях, ритмі, пластиці і т.д. Без цього часом непомітного засобу композиції неможливо довести будь-який виріб такої витонченості, коли цей об'єкт, залучаючи до себе увагу, уже не «відпускає» нас. Як контраст викликає необхідність його доповнення нюансними відношеннями, так і нюансування не може розбудовуватися само по собі, незалежно від виявлень, що контрастують. Віддаючи належне значущості контрасту в побудові композиції, не варто применшувати значення нюансування. К. Брюллов помітив: «Мистецтво починається там, де починається трохи». Ці слова цілком можуть бути віднесені до нюансу, оскільки сьогодні дизайнер створює настільки тонкі, витончені й оригінальні вироби, які здатні хвилювати нас подібно творам мистецтва. Можливості й сфери застосування нюансу безмежні. Фото- і кіновари, теле-, радіо- і відеоапаратура, мисливські рушніці, одяг, господарські товари й т.п. – це вироби, естетичність яких створюється за рахунок нюансного оброблення форми. Нюансне оброблення ювелірних виробів пов'язано із пластикою: відблиски каменів, вигини форм, матовість і блиск, чіткість тонких ліній переходів – усе це створює вироби, які можуть бути віднесені до творів мистецтва.

Нюанс – самий тонкий, тільки-но вловимий і витончений засіб композиції, дозволяє додати виробу неповторності і елегантності, особливої принадності й теплоти.

Симетрія (домірність) – це гармонія, розмірне розташування елементів у просторі, при якому одна половина є як би дзеркальним відбиттям іншої і часто трактується як основний закон природи. Вона є тією ідеєю, за допомогою якої людина протягом століть намагалася досягнути й створити порядок, красу й досконалість.

Відомо два основні види симетрії: дзеркальна й осьова. Фігура людини – приклад дзеркальної симетрії. Для осьової симетрії характерна рівновіддаленість точок щодо осі, а не площини, як у першому випадку. Розкриваючи сутність симетрії в природних утворах, людина поступово усвідомила її як засіб створення гармонії й цілісності форми твору мистецтва або предметного середовища. У творчій практиці оформлення тканин уже друге сторіччя застосовують «метод зроблених форм». Як орнаментальний мотив використовують ідеалізовану (зроблену) форму рослини або її частини, хоча в природі не існує ідеальної симетрії й кожна рослина має масу індивідуальних відхилень. Тому, говорячи про природну симетрію, ми маємо на увазі поняття відносної рівності, приблизної відповідності.

Звичайно в мистецтвознавстві симетрію пов'язують зі спокійною рівновагою, що створює відчуття спокою й задоволення. Великі, строго симетричні орнаменти своєю організованою структурою, що легко проглядається, впливають на людину. Грамотно й талановито спроектовані симетричні орнаменти являють собою зразок дійсної краси й сприймаються легко й відразу. У текстильній промисловості при розробленні

варіантів малюнків для штучних тканих виробів широко використовують дзеркальну симетрію. При симетричному малюнку розроблюють ескіз лише однієї половини, а для штучних виробів типу серветки, скатертини, хустки – одного кута. Симетричність у композиції є найбільш зручною й прийнятною при геометричному характері малюнка. Рослинний або квітковий орнамент створюється, як правило, без використання симетричної закономірності. Симетрію також використовують при оформленні інтер'єрів храмів, житлових та офісних приміщень. Симетричні орнаменти, які використовують для оброблення килимів і меблево-декоративних тканин, дозволяють спроектувати типове середовище з певною функціональною спрямованістю. Віддаючи належне симетрії, як одному із засобів, що найбільш яскраво виявляються, гармонійній організації форми в архітектурі й дизайні, не слід розглядати її як основний критерій прекрасного. Крім того, строге проходження симетрії в деяких випадках позбавляє виріб або твір мистецтва виразності й динамічності.

Асиметричні композиції з погляду естетичної цінності не уступають симетричним. І якщо симетрія здавна хвилювала уяву людей надзвичайною стрункістю, порядком і спокоєм, то в асиметричних композиціях принцип організації форми виявляється не настільки наочно, оскільки елементи не пов'язані віссю симетрії. Проте асиметрія дозволяє погоджувати окремі елементи в цілісні, гармонійно-функціональні композиції, гармонія яких розкривається поступово. Тому створення виробу асиметричної форми вимагає від дизайнера більш творчого підходу, що забезпечує композиційний розв'язок. Воно означає відсутність порядку й закономірності, але цей порядок більш складний, чим у симетричних формах. У Японії створена естетика асиметрії, що прекрасно відбивається в мистецтві ікебана. Будь-яка прекрасна природна форма, виріб або твір мистецтва являють собою діалектичну єдність симетрії й асиметрії.

Якби світ був абсолютно симетричним, то в ньому панувала б нудьга. Асиметрія за своєю природою має більш тісні й гнучкі зв'язки з навколишнім світом. Активний вплив асиметричних форм на середовище пояснюється тим, що виріб з яскраво вираженою асиметричною формою привертає увагу й тим самим пожвавлює й різноманітнить симетричний простір. Тому вона завжди викликає підвищений інтерес у модельєрів і дизайнерів, що працюють в авангардистських напрямках. Дизайн одягу усе більше відчуває потребу в тканинах з активною асиметрією в малюнках.

Метр і особливо ритм – найсильніший засіб впливу на людську свідомість. Будову форми будь-якого виробу можна розглядати як результат повтору однакових (метрична будова форми) або чергування однакових і різноманітних геометричних елементів (ритмічна будова форми). Саме ритмічний і метричний лад усіх частин та елементів посуду має підпорядковуватися загальному композиційному задуму. Чіткість сприйняття композиції, її запам'ятовуваність прямо залежать від ритму.

Ритм, що відбувається з певною послідовністю як засіб композиції, сприяє доданню ясності, чіткості й стрункості будь-якому естетичному об'єкту, створеному природою або людськими руками. У музиці, танці й поезії ритм являє собою закономірне чергування звуків, рухів і слів у

певному порядку, в оформленні товарів – порядок розміщення елементів у малюнку, а конкретно в тканинах – розміщення малюнка усередині рапорту. В архітектурі він створюється чергуванням матеріальних елементів у просторі, у текстильному малюнку виражається повторюваністю елементів орнаменту. Ритм може виявлятися як у закономірних змінах розмірів елементів, так і в змінах інтервалів, форми, кольору й т.п. При цьому ритмічні ряди утворюються чергуванням більш виразних елементів, які називаються акцентами, і менш виразних (пасивних), названих інтервалами. Виразність ритмічного ряду створюється не тільки за допомогою характеру й розміщення використовуваних елементів, але й за рахунок їх кількості. Варіюючи порядок наростання або убуття ритмічного ряду, обсяг елементів, їх розміри, виразність, тональність й т.п., можна підсилити або послабити динамічність будь-якої форми. Утвір найпростішого ритмічного ряду можливий при використанні не менше трьох-чотирьох складових, збільшення кількості яких підсилює виразність, але до певної межі. Монтеск'є писав: «Тривала одноманітність робить усе нестерпним; однакова побудова періодів мови справляє гнітюче враження, одноманітність розміру й ритм вносить нудьгу в довгу поему». Чим монотонніше ритм, тим нудніше композиція.

Ритм може бути спрямований по горизонталі й по вертикалі. Горизонтальні членування зорозво зменшують висоту, але збільшують ширину й надають статичності виробу, а вертикальні – збільшують висоту, але зменшують ширину й створюють ілюзію легкості. Зміни по вертикалі самі по собі сприяють формуванню ілюзії зорозвої завершеності. На відміну від ритму метричний повтор являє собою кількарозове, з однаковим інтервалом повторення елемента. Характерним для метричних композицій є створення почуття спокою й статичності. У більшості випадків метричний порядок відбиває функціональні особливості предмета й пов'язаний з його конструкцією (клавіші на клавіатурі, гнізда шаф, сенсорні вимикачі на пультах дистанційного керування, салони літаків і т.п.). Але іноді метричний повтор уводиться штучно як додатковий засіб організації форми або з декоративною метою.

За складністю розрізняють простий, складний, досить складний і надзвичайно складний метричні ряди. Простий вид припускає повтор усього лише одного елемента; складний – координацію рядів з іншими елементами; надзвичайно складний – використання в композиції одночасно декількох метричних рядів і елементів. Робота над створенням таких метричних рядів вимагає серйозного підходу. Тільки правильне координування окремих елементів та їх комбінацій, а також знаходження оптимальних переходів від одного метричного ряду до іншого дозволяють зберегти композиційну ясність, організованість і цілісність. При формуванні метричного ряду можливі як перенасичення, так і розрідженість. Надмірно близьке розташування елементів або групи елементів утрудняє сприйняття метричного ряду. При розрідженості ряду його елементи губляться в просторі, створюваному на великому просторі.

Знання принципів і вміння грамотно використовувати засоби створення композиції дозволяють естетично освоювати навколишню нас

дійсність. При цьому формуються як масові товари предметного світу, так і ексклюзивні, але такі, що відповідають різноманітним смакам. Англійському вченому Ісааку Ньютону (1643-1727) належать перші досвіди з розкладання сонячного світла на випромінювання з різними показниками заломлення, за оптичним змішанням й систематизацією кольорів. Він першим зумів одержати з білого світла спектр, складовими якого є сім кольорів. У своїй фундаментальній праці «Оптика» (1704) він запропонував розташувати їх у вигляді кола. Він уважав, що шляхом змішання хроматичних кольорів можна одержати всі існуючі в природі кольори.

### 8.3. Орнамент і його роль у композиції

Без перебільшення можна сказати, що в умовах твердої конкуренції правильний добір декоративних засобів згідно з формою виробу часто відіграє вирішальну роль при купівлі товару. Одним із видів декоративних засобів, що використовують при художньому формоутворенні виробів, є орнамент. Орнамент у перекладі з латині означає «прикраса». Це візерунок, що складається з ритмічно впорядкованих елементів. Орнамент відбиває лише найбільш загальні, характерні й істотні риси цілого виду або роду предметів, завдяки чому можна нескінченно повторювати вибраний мотив. Він, як й інші елементи форми, є засобом передачі задуму й ідеї художника. За допомогою орнаменту художник може виділити ту або іншу частину виробу, створити ілюзію динаміки й руху, виявити структуру поверхні матеріалу, розчленувати на окремі пояси, підкреслити її межі. Однією з основних особливостей орнаменту є те, що він не може існувати самостійно поза предметом. Структура орнаменту складається з таких частин:

- рапорт – це група елементів, що становлять основу орнаменту, повторюються в ньому;
- тло (або поле орнаменту) – це частина, на якій розміщується рапорт.

Орнамент може набиватися й наноситися різними інструментами й верстатами, може бути виліпленим вручну, вибитим, вирізаним, вишитим, а також нанесеним багатьма іншими способами. За тематикою розрізняють два основні типи орнаменту: геометричний; декоративний. З давніх часів різні геометричні фігури мали певний сенс: точка – символ початку; лінія – рух; плетінка – символ замкнутості. Квадрат, прямокутник символізують стійкість і рівновагу. Трикутник виступає стосовно квадрата як знак руху, напруги. Спіраль асоціюється як символ творчості, розвитку, життя, влади. Коло, як особливо звична для ока фігура, впливає на поверхню, замикаючи її в собі й розділяючи на частини.

Різні геометричні фігури, чергуючись у певному порядку, дозволяють одержати різноманітні візерунки – від простих до дуже складних. Геометричний орнамент широко використовують при декоруванні тканин, шпалер, виробів із кераміки, скла й інших матеріалів. Мотиви декоративного

орнаменту завжди тісно пов'язані згодом і місцем. Ще в прадавні часи племена, що займалися полюванням, наносили на рукоятку своїх знарядь праці образи різних звірів. Це допомагало людям краще зрозуміти й пізнавати навколишній світ. Образна змістовність декоративного орнаменту полягає в емоційному початку, який виражається не тільки мотивом, але і його формою в композиційно-ритмічній будові візерунка, у його колірному виконанні. Декоративний орнамент широко застосовують для прикраси трикотажних виробів, тканин, виробів із пластмас, скла й т.п. За характером розміщення на поверхні орнамент ділять на такі групи:

- плоский або смугастий – зображення уявляється у вигляді смуги, стрічки, що частіше обгинає поверхню предмета. Прикладом товарів з таким орнаментом можуть служити тарілки, фужери, чашки. Його також використовують в одязі, для оброблення меблів та інших товарів;
- сітчастий – заповнює всю поверхню візерунком, в основі лежить сітка, у кожному гнізді якої знаходиться рапорт, що повторюється в інших гніздах. Використовують даний орнамент для декорування посуду, кришталю, одягу, тканин, штор та інших предметів;
- замкнений – розміщується в певних межах; основний мотив не поширюється на поле орнаменту. Такий орнамент, уписаний у коло або правильний багатокутник, називається розеткою й розміщується, як правило, у центрі поверхні.

В українському орнаменті часто використовують такі мотиви, як «виноград», «хміль», «дубові листи», «барвінок». Деякі мотиви несуть на собі відбиття прадавніх символічних уявлень народу; мотив «барвінку» є символом нев'янучого життя, візерунок «яблуневе коло» – символ любові. У сучасному орнаменті використовують й прадавній символ – «дерево життя», зображуваний переважно стилізовано у формі листів і гілок.

Одним із найпоширеніших способів нанесення орнаменту, особливо в Україні, є вишивка. Вишивка – один із найдавніших способів прикраси одягу й предметів домашнього побуту. Орнаментальні мотиви вишивок дають можливість простежити розвиток орнаменту в Україні від найдавніших часів до наших днів. В орнаментах вишивок закладено історично відібрану символіку. Святкова, весільна, повсякденна або жалобна сорочка – усі вони прикрашені вишивкою, яка несе певний зміст. У Карпатах і в Прикарпатті широко використовують зображення рослин, зелені, коричневі й чорні кольори. Найпоширеніший вид вишивки – гладь.

На Львівщині й Буковині – геометричні, зооморфні, рослинні мотиви вишиваються білою гладдю, дрібним хрестиком, круглими швами. Найбільш характерною особливістю вишивки даного регіону є багатство кольорів і різноманітність композиції.

Вишивка Поділля відрізняється колоритом і складною технікою виконання. В орнаментах переважає чорний колір з більшим або меншим вкрапленням червоного, синього або зеленого.

На півдні Тернопільської області типовою є вишивка бавовняними нитками зі згущеними стібками: окремі елементи обводять кольоровими нитками, що забезпечує високий рельєф і колірний ефект. Такі вишивки розміщують уздовж усього рукава поздовжніми або скошеними смугами від полочки до краю рукава.

Для Київщини характерний рослинно-геометричний орнамент зі стилізованими гронами винограду, квітами хмелю, квадратами, ромбами. Основні кольори вишивок: білий, коралово-червоний, відтінений чорним.

Для Чернігівщини типовою є білі вишивки на різнобарвному тлі, які нанесено двома або більше типами швів. Ці вишивки яскраво виражені в сорочках, плахтах, спідницях, головних уборах.

Для південних районів характерні мальовничі вишивки з рельєфними рослинними мотивами, колоритним орнаментом.

На Волині у вишивці імітується візерункове гобеленове ткацтво, візерунки геометричні, прості й чіткі за композицією.

У Поліссі ромбоподібна ламана лінія повторюється кілька раз, вишивка виконується червоною ниткою по біло-сірому тлу лляного полотна – графічно й чітко.

У Харківській, Луганській областях – своєрідні поліхромні орнаменти, які вишиваються грубою ниткою, створюють враження рельєфних візерунків.

На Полтавщині виконується багатогранна за технікою виконання вишивка. Кольори використовують в основному білі, рідко – червоні й сірі. Техніка вишивання – хрестик, а також шов «за голкою».

## **9. ДИЗАЙН НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ**

В історії дизайну непродуктивних товарів намітилися два напрямки його розвитку. Перший напрямок – сприяти естетичному розвитку споживача, другий – дотримуючись демократичних поглядів, дати населенню те, що воно швидше за все бажає отримати, що і визначає комерційний успіх товару. Більшість конструкторів відносять до дизайну не тільки промислові та громадські інтер'єри, але й виставкову експозицію, промислову графіку, навіть нові системи організації виробництва, обслуговування та рекламу.

Професійний дизайнер має вирішувати безліч спеціальних завдань і одночасно виступати в ролі координатора зусиль різних фахівців для створення промислового виробу. В ідеалі дизайнер приступає до роботи над проектом майбутнього виробу з моменту включення його до планів перспективної продукції.

Дизайнер має прагнути до того, щоб продукт масового або спеціального споживання був максимально пристосований до потреб споживача. Це пристосування містить: створення максимальної безпеки при використанні виробу, експлуатаційні зручності й загальне підвищення комфортності, розширення асортименту однорідної продукції для задоволення

нюансних відмінностей у використанні. Разом із тим дизайнер має забезпечити високі естетичні якості промислової продукції відповідно до актуальних уявлень масового споживача про красу. Перед ним стоїть нелегка проблема пошуку компромісу між своїми естетичними уявленнями як художника і естетичними уявленнями масового споживача, між коливаннями його смаку та моди.

Ідеальний дизайнер має будувати форму виробу, візуально сприйняту, відповідно до його призначення, з урахуванням матеріалу та конструкції товару. Необхідно, щоб дизайнер прагнув до максимальної економічності рішення, зниження вартості виробництва товару за рахунок застосування вигідніших у конкретному випадку матеріалів і спрощення технології виробництва. У той же час для промислової компанії дизайнер має забезпечити максимальну прибутковість виробництва товару, у створенні якого він бере участь.

### **9.1. Специфічні особливості дизайну**

Сучасне виробництво ставить перед дизайнерами задачу вирішення таких завдань, як розроблення перспективних видів продукції, фірмового стилю для кожного товару, проектування об'єктів спеціального призначення, а також методичний контроль за поточним дизайном. Саме цю функцію більшою мірою бере на себе експертна служба дизайну, здійснюючи програму активного маркетингу. На початку ХХ ст. у нашій країні сформувався новий напрямок дизайну – комерційний. Розрізняють чотири типи комерційного дизайну.

Перший тип дизайну – це фірми, споживачами яких є підприємства-виробники різноманітної промислової продукції. Для фірм даного типу характерний невеликий штат дизайнерів, що працюють на споживачів, але мають такий самий статус, як і великі основні відділи підприємства, що надає дизайнерам матеріальних, моральних і престижних переваг. Специфіка умов виробництва продукції та збуту фірм першої групи призводить до того, що професійний художник-проектувальник все частіше виконує разом із власною проектною роботою ще й інші функції, які зовні з проектуванням не пов'язані.

Другий тип – це фірми, що виробляють продукцію тільки для масового споживача. На фірмах такого типу творчі завдання ставляться і вирішуються тільки невеликою кількістю провідних фахівців і керівників адміністративних відділів дизайнерської служби. Рядові дизайнери тільки кваліфіковано виконують прийняті принципіальні рішення.

Третій тип – це фірми, що випускають продукцію для спеціального споживача та представляють комерційну, виробничу, наукову, військову чи іншу організацію. Дизайнерська служба такої компанії, як правило, має невелику кількість фахівців, що відразу дає можливість підвищити їх індивідуальні професійні можливості. Але разом із цим діяльність профе-



сійного дизайнера в таких фірмах досить чітко обмежена однорідністю проектних завдань.

Четвертий тип – фірми, що обслуговують як масових, так і спеціальних споживачів. Для цих фірм характерні цілі відділи дизайнерів, які працюють як автономні дизайн-фірми, що входять у внутрішню систему корпорації. Фірма такого типу обслуговує виробничі відділи на консультативній основі за договорами і має право самостійно залучати до роботи сторонніх дизайнерів.

За останні два десятиліття практика дизайну надзвичайно ускладнилася, і розподілити дизайн та інші галузі професійної діяльності художнику стає все складніше. Проектування принципово нових промислових виробів, внесення косметичних змін у зовнішній вигляд промислової продукції без серйозної зміни її технічних характеристик, створення фірмового стилю, художні рішення експозицій – все це називається сьогодні дизайном і виконується професійними дизайнерами.

Реалізація рішень дизайну в кінцевому підсумку спрямована на докорінний перегляд речей, що оточують людину, з метою більшої відповідності предметного світу змінам, які відбуваються в нашому житті. Дизайн має забезпечити появу потрібних людині виробів з новими споживчими властивостями для створення гармонійно організованого предметного середовища. Разом із «класичним» дизайном в останні роки інтенсивно розвивається мало вивчений вид дизайну нон-дизайн, завдання якого не мають строго певних умов і залишаються завжди відкритими програмами.

## 10. ЕРГОНОМІКА

Технічні об'єкти, розроблені фахівцями для здійснення різноманітних робіт, своїм конструктивним виконанням і основними параметрами мають відповідати ергономічним можливостям людини й гармонійно «уписуватися» в оточуюче людину предметне середовище.

Термін «ергономіка» у перекладі із грецької (*ergon* – робота, *nomus* – закон) означає «закон роботи». Офіційно термін «ергономіка» був прийнятий в Англії в 1949 р., коли група англійських учених поклали початок організації «Ергономічне дослідницьке суспільство». У деяких країнах ця наукова дисципліна має інші назви: у США – «дослідження людських чинників», у Німеччині – «антропотехніка» і т. ін.

Передумовами виникнення й розвитку ергономіки послужили проблеми, пов'язані не тільки із впровадженням і експлуатацією нової техніки й технологій, але й з виробництвом непродовольчих товарів, зручних і безпечних для споживача. Необхідно було погодити принципи й рекомендації психологів, фізіологів, дизайнерів і об'єднати їх у загальну систему вимог до змісту й характеру взаємозв'язків у системі «людина – техніка – середовище». Її предметом дослідження у рамках естетики й дизайну є функціональність і зручність виробу, а об'єктом дослідження – система

«людина – промисловий виріб – навколишнє середовище». Основними завданнями ергономіки є такі:

- 1) підвищення ефективності системи «людина – промисловий виріб – середовище»;
- 2) поліпшення безпеки промислового виробу з урахуванням можливостей психології процесів споживача, спрямованих на приймання, перероблення інформації й ухвалення правильного рішення в конкретних умовах, його здатності використовувати виріб у стані стомлення, емоційного стресу, психічної напруженості й т.д.;
- 3) підвищення функціональності й зручності при експлуатації непродовольчих товарів.

Ергономіка так чи інакше пов'язана з усіма науками. В ергономіці використовують дані гігієни праці, що розробляє санітарно-гігієнічні норми й правила при виробництві й експлуатації нешкідливих і безпечних товарів споживання. Впровадження результатів ергономічних досліджень у практику дає відчутний соціально-економічний ефект, це приводить до істотного підвищення комфорту при експлуатації товарів споживання, до зниження ризику й небезпеки травмування. При цьому грамотне урахування людського чинника промисловими дизайнерами являє собою постійне джерело підвищення практичності й функціональності товару.

### 10.1. Ергономічні показники

Сьогодні дизайнери не обмежуються одним зовнішнім виглядом товару. Сучасна ергономіка диктує свої підвищені вимоги, для виконання яких необхідно дотримуватися таких ергономічних показників:

- 1) антропометричні, що регламентують відповідність товарів формі й розмірам фігури людини. Виробництво товарів припускає обов'язкове вивчення і урахування антропометричних особливостей чоловічих, жіночих і дитячих фігур;
- 2) фізіологічні функціональні можливості м'язів, що враховують залежно від пози розподіл маси людського тіла, анатомію й особливості функціонування людських органів;
- 3) гігієнічні умови, що нормують життєдіяльність споживача при його взаємодії з товаром. Вони припускають дотримання нормованих параметрів мікроклімату й обмеження впливу шкідливих речовин при використанні виробу. Забороняють перевищення допустимих меж речовин, що загрожують здоров'ю й життю людини;
- 4) фізіологічні ергономічні вимоги, що відповідають системі «людина – виріб – середовище» силовим, швидкісним, енергетичним, зоровим, слуховим, дотикальним, нюховим можливостям і особливостям людини;
- 5) відповідно до Держстандарту 21829-76 «Кодування зорової інформації» мінімально допустима яскравість кольорових знаків має бути

10 кд/м<sup>2</sup>, рекомендована – 170 кд/м<sup>2</sup>, оптимальна кутова величина колірної плями – 35-45 кд/м<sup>2</sup> і т.д. У процесі проектування необхідно чітко уявляти вікові, статеві, психологічні й інші особливості споживача. Так, з віком різко падає чутливість до світла: потреба в збільшенні освітленості в людини 30-літнього віку у два рази, в 40-літнього в три, в 50-літнього в шість раз більше, чим в 10-літнього;

б) психологічні, що відбивають відповідність виробу можливостям і особливостям сприйняття, пам'яті, мислення, психомоторики з урахуванням віку й статі споживача.

Відповідно до особливостей моторики людини як споживача промисловими дизайнерами розроблені й ураховуються при проектуванні такі закономірності й принципи руху у процесі взаємодії з виробом:

- рух має бути простим;
- кожний попередній рух має закінчуватися в положенні, зручному для здійснення наступного руху;
- необхідно, щоб й наступні рухи мали плавний перехід;
- поступальні рухи здійснюються повільніше, чим обертальні;
- швидкість руху рук по горизонталі більше й точніше, ніж по вертикалі;
- динамічна робота рук характеризується більшою координованістю в положенні стоячи;
- точність рухів у положенні «сидячи» вище, чим в інших положеннях.

## 10.2. Приклади дизайнерських експериментів

Робота дизайнерів сьогодні не обмежена одним лише зовнішнім виглядом товару. Формат сучасного життя диктує підвищені вимоги до виробів, які мають відповідати функціональному й практичному призначенням, виконувати емоційну й комунікативну функції.

Самі цікаві дизайнерські розв'язки знайшли своє відбиття в посудному виробництві, де розроблювачі враховують інтереси різних груп населення. Промислові дизайнери створили посуд, який дозволяє спілкуватися на фуршеті і при цьому не боятися перекинути келих або перевернути тарілку, тому що головна відмінність її полягає в тому, щоб її тримали в руках, а не ставили на стіл. Завдяки ергономічним виступам на днищі й отвору у верхній частині під палець тарілка дуже зручно розташовується в одній руці, не заважаючи іншій спілкуватися по телефону або здороватися за руку.

Пакувальну тару в останні кілька років розбудовують швидко й рівномірно. Найвідоміші виробники напоїв починали з упакування продукту в скляну банку, потім плавно перейшли на безпечні полімерні пакувальні матеріали різної ємності з ергономічно зручними розмірами для рук. Але не було питного отвору, який без застосування ножиць робило вживання напою трудомістким і з порушенням санітарних норм – небезпечним. У

даний момент упаковка має певну форму, зі зручним технологічним отвором, із кришкою, що накручується, будь-якою ємністю, з урахуванням параметрів різних вікових груп споживачів.

Виробники настільних ламп для організації місцевого освітлення змінили конструкцію й виготовили напільну лампу, звільняючи корисну площу робочого стола й дозволяючи маневрувати лампою у всіх площинах простору. Своє застосування напільні лампи знайшли не тільки в молодій частини населення, що оцінила мобільність даного винаходу, але й у тих, хто пов'язаний з роботою за комп'ютером.

Вітчизняне виробництво розбудовується, число прикладів і більш витонченого ергономічного промислового дизайну товарів споживання продовжує рости й удосконалюватися.

## 11. ПРОМИСЛОВА ГРАФІКА

Промислова графіка у вигляді написів, ілюстрацій, умовних знаків, етикеток набула широкого розповсюдження. До неї відносяться всі види візуальної інформації на промислових підприємствах, транспорті, у торгівлі, медицині, спорті та інших сферах людської діяльності.

На підприємствах промислова графіка охоплює широке коло питань: безпеки праці, технологічні, комунальні й т.п. До промислової графіки відносяться також таблички з найменуванням населених пунктів, найменуванням вулиць, номери будинків, написи на транспортних засобах і т. ін. Сучасні вироби мають численну супровідну документацію у вигляді паспортів, інструкцій, каталогів. Цю документацію промислова графіка забезпечує наочними візуальними зображеннями, пояснюючи будову виробів та їхніх окремих частин, правила користування, обслуговування й ремонту.

Інший різновид промислової графіки – умовні знаки, які образно й швидко завдяки різним символам з узагальненими й характерними рисами змісту передають візуальну інформацію. Незважаючи на те, що форми, розміри й колір малюнків цих знаків устанавлюються національними стандартами, все-таки помітна тенденція до узагальнення їх у міжнародному масштабі.

У громадських місцях з інтенсивним рухом великої кількості людей (готелі, аеропорти, вокзали, видовищні комплекси) усе частіше з'являються піктограми – графічні символи, що містять найрізноманітнішу інформацію (довідкове бюро, туалет, місце відпочинку). Перевага піктограм порівняно з текстовими написами полягає в тому, що вона лаконічна, образна та розуміється всіма незалежно від мови. Піктограма уніфікується не тільки у вузьконаціональних, але й у міжнародних масштабах. Прикладом може також служити позначення видів спорту, що є олімпійськими.

Різноманітність поданих на вітчизняному ринку товарів висуває нові вимоги до споживача. Сьогодні покупець має знати вимоги до якості

й маркування товарів, правила огляду виробів, а також закони й постанови, що захищають його права й здоров'я. Такий напрямок створює зручності в процесі експлуатації виробів, експортно-імпортних вантажних операцій, співробітництва, туристичних поїздок і т.п. Одним з орієнтирів на шляху пізнання якості товару є маркування, що припускає зміст таких відомостей:

- нормативні документи, відповідно до яких зроблено товар;
- виготовлювач (постачальник);
- результати сертифікації;
- основні споживчі властивості товару;
- строк придатності;
- гарантії виробника й т.п.;
- сировинний склад товару;
- правила експлуатації й т.п.

Законом України «Про захист прав споживачів» узаконено право споживачів на одержання достовірної інформації про товар, яка в наочній і доступній формі має доводитися до споживача при реалізації товарів, наданні послуг або виконанні робіт.

Інформація про товари (роботи й послуги) в обов'язковому порядку має вказуватися в технічній документації, прикладеній до товарів, на етикетці й упаковці. Якщо надана інформація є недостовірною або недостатньо повною й тим самим завдає шкоди життю, здоров'ю й майну споживача, то до виготовлювача пред'являються адміністративні й карні стягнення, застережені Законом України «Про захист прав споживачів».

До спеціальних позначень, що наносять на вироби й упаковку, відносяться товарний знак і знаки супроводу. Енциклопедичний словник тлумачить товарний знак як особливу комбінацію символів у вигляді цифр, букв, слів і зображень. Це своєрідний паспорт виробу, який видається виготовлювачем і гарантує його якість. Вони є індивідуальними розпізнавальними символами підприємств та організацій, галузей виробництва. Товарний знак використовується виробником або продавцем для ідентифікації своїх товарів і відмінності їх від інших виробників. Усі сучасні товарні знаки можна розділити на чотири категорії:

- символічні;
- абрєвіатурні;
- текстові;
- комбіновані.

У символічному товарному знаку загальновідомі символи (без додаткових текстових пояснень) розкривають асортименти фірми, особливості її виробництва й напрямку діяльності. Такі товарні знаки можуть бути у вигляді орнаментально-декоративного малюнка, де предмети, характерні для певної галузі або підприємства, зображуються стилізовано або в

образно-тематичному стилі з нанесенням спрощених характерних об'єктів місцевості, де розташовано підприємство.

*Абревіатурні* товарні знаки передають скорочену назву фірми, що являє собою комбінації перших букв назви підприємства, організації або установи, наприклад, ХАІ – Харківський авіаційний інститут.

*Текстові* товарні знаки можуть складатися не більш ніж із чотирма словами, що відбивають суть діяльності фірми. Іноді це може бути ім'я або прізвище власника.

*Комбіновані* товарні знаки являють собою комбінацію символічних, аббревіатурних і текстових категорій. Розроблення фірмових знаків базується на традиціях і спадщині геральдики – суміжної історичної дисципліни, що вивчає герби держав, країн, міст. У процесі розроблення товарного знака необхідно враховувати такі закономірності:

- назва фірми у вигляді слова або аббревіатури може бути безглуздом, але обов'язково благозвучним (наприклад, Avon);
- аббревіатура не має бути довгою;
- фірмові знаки мають бути лаконічними та виразними в художньому відношенні, але їх не слід перевантажувати образотворчими засобами;
- у них не допускається повторюваність окремих елементів існуючих і зареєстрованих знаків.

Товарний знак – символічний документ, який офіційно реєструється. У Кримінальному кодексі України за незаконне використання товарного знака передбачається штраф для юридичних осіб – 200-400 мінімальних заробітних плат; для фізичних осіб – штраф у розмірі зарплати порушника, а також виправні роботи на два роки.

Законодавством в Україні товарний знак розглядається як один із суб'єктів інтелектуальної власності, він підлягає реєстрації в державних органах авторських прав, що видають справами винаходів і відкриттів. Державна реєстрація й правова охорона промислових фірмових знаків уведена в нашій країні після її приєднання до Паризької конвенції в 1965 р. у складі колишнього СРСР, а потім переглянута й змінена в 1992 р. для незалежної держави Україна.

Порядок реєстрації, охорони й застосування товарного знака регламентується Законом України. Розв'язок про реєстрацію товарного знака ухвалюється відділом товарних знаків Державної патентної експертизи науково-дослідного інституту за заявками, що надходять від підприємств різних форм власності. Захист фірмових знаків за рубежом здійснюється відповідно до статей Паризької конвенції з охорони промислової власності, перший варіант якої був опублікований 20 березня 1883 р. Надалі конвенцію було переглянута в Стокгольмі 14 липня 1967 р. і змінено 2 жовтня 1979 р. У статті 9 вказується, що на будь-який продукт, незаконно поставлений товарним знаком або фірмовим найменуванням, накладається арешт при ввезенні в ті країни союзу Паризької конвенції, у яких цей знак

або фірмове найменування має право на законну охорону. У статті 10 відзначається: країни Союзу зобов'язані забезпечити громадянам країн, що брали участь у Союзі, ефективний захист від несумлінної конкуренції. Зокрема, підлягають забороні:

- усі дії, здатні яким би то ні було способом викликати копіювання відносно підприємства, продуктів або промислової або торговельної діяльності конкурентів;
- неправильні твердження при здійсненні комерційної діяльності, здатні дискредитувати підприємство, продукти або промислову або торговельну діяльність конкурента;
- вказівки або твердження, використання яких при здійсненні комерційної діяльності може ввести громадськість в оману щодо характеру, способу виготовлення, властивостей, придатності до застосування або кількості товарів.

Крім того: «Країни Союзу зобов'язуються забезпечити громадянам інших країн Союзу законні засоби для ефективного припинення всіх дій, зазначених у статтях 9 і 10, а також вони зобов'язуються передбачити заходи, що дозволяють союзам і об'єднанням, існування яких не суперечить законам їх країн і які представляють зацікавлених промисловців, виготовлювачів або торговців, діяти через суд або адміністративні органи з метою припинення дій, передбачених у статтях 9 і 10, у тій мірі, у якій це допускає закон країни для союзів і об'єднань даної країни».

### **11.1. Геральдика – основа створення знаків промислової графіки**

Геральдика – одна з найстаріших комунікативно-презентаційних систем, що дійшла до нашого часу й затребувана в усьому світі. Нашу країну, незважаючи на соціальні експерименти й відсутність станового розподілу суспільства, також цікавив інтерес до геральдики й герботворчості. У цей час в Україні відновлені в правах як сама наука геральдика, так і практика реєстрації територіальних і корпоративних гербів.

Геральдика (лат. (ars) heraldica, від heraldus – глашатай, герольд) являє собою історичну дисципліну, що вивчає походження й соціальні функції символів, емблем і гербів, закономірності їх графічного зображення і особливості композиції їх окремих елементів, значення останніх як своєрідних наукових джерел. Геральдика досліджує пам'ятники матеріальної культури й письмові джерела з гербами й емблемами, допомагає вивчати національні традиції, соціальні риси, економічні й культурні зв'язки між країнами й ін.

Французька назва геральдики – blazon – походить від німецького blase – «сурмити в ріг» і пояснюється тим, що, коли лицар під'їжджав до бар'єра, що обгороджував місце проведення турніру, він сурмив у ріг, щоб сповістити про своє прибуття. Тоді виходив герольд й на вимогу суддів

турніру описував у голос герб лицаря на доказ його права взяти участь у турнірі. Від слова *blasen* походить й російське слово «блазонировать», тобто описувати герб.

Винахід і використання всякого роду знаків і символів властиві людині здавна. Звичай обрання для себе або для свого роду й племені особливого відмітного знака має дуже глибоке коріння й розповсюджений усюди у світі. Він походить із родового строю й особливого світогляду, властивого всім народам у первісний період їх історії. В епоху поголовної неграмотності використання гербового знака для підпису й для позначення власності було для багатьох єдиним способом завірити документ своїм іменем. Такий розпізнавальний знак був зрозумілий і неграмотній людині. Герби ділять на різні види й категорії:

- герби державні, територіально-земельні, міст, областей та інших територій, що входять до складу держави;
- корпоративні сучасні (власне корпоративні й як торговельні марки);
- історичні (середньовічних цехів, гільдій, братств);
- родові герби (відрізняються кольором, фігурами, малюнками, створюються за спеціальними правилами й описуються спеціальними термінами).

Окремо слід виділити символіку футбольних клубів. Через те, що родоначальником сучасного футболу є Англія з її сильними геральдичними традиціями, багато футбольних клубів Старого Світу намагалися побудувати свою символіку на традиційній геральдичній основі.

Яскраве й барвисте мистецтво геральдики розвивалося в тяжкі часи занепаду культури й економіки, що настав у Європі із загибеллю Римської імперії й утвердженням християнської релігії, коли виник феодалізм і сформувалася система спадкоємної аристократії. Багато чого в геральдиці вказує на те, що вона сформувалася під час завоювання Сходу хрестоносцями, тому що безсумнівні свідчення існування геральдики з'являються тільки після хрестових походів.

Під час хрестових походів європейські феодалі, які були добре всім відомі в себе на батьківщині, влилися у величезне інтернаціональне військо й на загальному тлі втратили звичайно яскраво виражену зовнішню індивідуальність, через що й набули потреби якось виділяти себе з маси таких же лицарів, демонструючи свою національну, родову й військову належність. Завоювання хрестоносців завжди супроводжувалися жакли-вим розбійництвом і грабежем, тому було встановлено правило, згідно з яким лицар, що ввірвався в будь-який будинок узятото міста першим, оголошувався власником усього, що в ньому перебувало. Лицарі мали якось відзначати награвоване, щоб відгородити його від зазіхань соратників. З появою гербів ця проблема вирішувалася прибиванням до дверей будинку щита з гербом його нового власника. Таку потребу мали не тільки окремі хрестоносці, але й великі воєначальники: жителі взятих їхніми загонами будинків і кварталів вивішували в себе прапори цих військ, щоб не піддатися грабежу з боку інших феодалів. Наслідком хрестових походів



було вгасання багатьох дворянських поколінь Європи, усі чоловічі представники яких гинули під час кампаній. Знатні прізвища, чиє коріння бере свій початок в епоху завоювання Рима варварськими племенами, просто зникали. Внаслідок цього європейські монархи вперше змушені були дарувати дворянство, створюючи нову аристократію. Герби відіграли при цьому найважливішу роль, тому що часто єдиною підставою претендувати на дворянство й документальним доказом шляхетного походження був гербовий щит.

Не меншою мірою, ніж хрестовим походам, герб зобов'язаний лицарським турнірам, які з'явилися до хрестових походів. Так само, як і щити лицарів, попони коней мали геральдичне розфарбування. Герб був відмітним знаком, що доводить високе походження власника і його положення в родовій ієрархії, а також головним пропуском на турнір. Для знавців, якими були герольди, пред'явлений герб містив усю необхідну інформацію. От чому найважливішою частиною турнірного етикету були герби, яких стало так багато, що настав час навести порядок у цій сфері. Це й стало основною справою герольдів, які систематизували знання про герби, виробили загальні принципи й правила їх складання й розпізнавання й в остаточному підсумку створили науку «гербознавство», або «геральдика».

Герби набувають усе більшого значення в країнах Західної Європи. Першим англійським королем, що мав особистий герб, був Річард I Левине Серце (1157-1199). Його три золотих леопарди використовувалися з того часу всіма королівськими династіями Англії.

У Франції Людовик VII (1120-1180) установив обов'язки герольдів і наказав прикрасити геральдичними ліліями всі королівські регалії.

Згодом герби почали зображуватися на прапорах, грошових знаках, печатках, папері та інших атрибутах влади. Кожну державу ділили на кілька геральдичних марок, що були під спостереженням одного «збройового короля» і декількох герольдів. Наприклад, Францію в 1396 р. ділили на вісімнадцять таких марок. У Німеччині в XIV ст. окремі провінції також мали своїх герольдів. Правда, з XVIII ст. герольди втрачають своє середньовічне значення, але не зникають безвісти і дотепер беруть участь в урочистих церемоніях – коронуваннях, одруженнях і т.п.

Через сторіччя після виникнення гербів починають з'являтися перші наукові праці щодо геральдики й власне гербовники. Самим раннім із них, очевидно, є «Zürcher Wappenrolle», складений у Цюріху в 1320 р.

Цікаво, що більшість стародавніх гербів, що з'явилися до 1500 р., було привласнено власниками самовільно, а не подаровано королем. Винайти простий герб не було складною роботою. Ситуація, у якій три дворянини, що не мали родинних зв'язків між собою, але володіли однаковими гербами, не була рідкістю і лише доводила, що ці герби прийняті ними довільно. Коли на цьому ґрунті між власниками однакових гербів виникала суперечка, кожний апелював до короля, як до останньої інстанції. Примітно, що коли суперечка дозволялася, дворянин, змушений

у результаті відмовитися від свого герба, утішався тим, що самостійно винаходив собі новий. Матеріали, зібрані під час «геральдичних візитів», лягли в основу англійської генеалогії й геральдики. Едуард III (1312-1377) заснував геральдичну колегію, що функціонує донині.

У Японії тільки до XII ст. розробили аналогічну геральдичну систему, називану «топ». У деяких європейських мовах це помилково переводиться як «герб», хоча вона і не є гербом у європейському розумінні цього слова. Як приклад «топа» можна розглядати емблему імператорської родини – 16-пелюсткову хризантему. Подібні знаки також містилися на шоломі, щиті й нагруднику зброї, але на відміну від гербів вони ніколи не зображувалися великими, аби тільки їх можна було розпізнати на відстані. Якщо така ідентифікація була потрібна, «топ» зображувався на прапорах. Так само, як і європейський герб, «топ» використовують у мистецтві – для оформлення одягу, меблів, інтер'єру. Також, як і в європейських королівських родинах, молодші члени японського імператорського прізвища мали модифіковане за певними правилами зображення хризантеми. Так само, як і в Європі, у Японії було потрібно юридично оформити «топ». Обидві спадкоємні геральдичні системи виникли незалежно одна від одної, але подібність їх не є дивною, тому що феодальні суспільства розбудовувалися за однією схемою. Як і європейська, японська геральдика пережила епоху лицарства й широко використовується в наш час.

У Російській імперії геральдика як наукова дисципліна почала розбудовуватися з XVII ст. Серед узагальнюючих досліджень з вітчизняної геральдики – праці А. Б. Лакієра, П. П. Вінклера, Ю. В. Арсенєва, а також В. К. Лукумського, який разом з В. Л. Модзалевським випустили в 1914 р. «Малоросійський гербовник», перевиданий у Києві в 1993 р.

Відповідно до історичних даних в Україні герби фактично з'явилися тільки в другій половині XVII ст. завдяки збільшенню контактів з Польщею й Західною Європою, у результаті чого була практично повністю перейнята польська система геральдики. Саме польські геральдичні традиції активно використовувалися при створенні українських дворянських гербів.



Рис. 11.1.1. Малий і Великий герби України

Державний Герб України складається з Малого й Великого гербів. У цей час використовується тільки Малий герб. Великий герб України існує у вигляді законопроекту (рис. 11.1.1).



Рис. 11.1.2. Сучасний герб Києва

Постановою Верховної Ради України «Про Державний герб України» від 19 лютого 1992 року N 2137-XII [8] затверджений Тризуб як герб, уважаючи його головним елементом великого герба України. Інтелектуальні права на зображення герба України на номерних автомобільних знаках і паспорті України належать державам Польщі й Швейцарії.

Великий Державний Герб України (проект) являє собою синій щит із золотавим знаком князівства Володимира (тризуб), з боків щитоносці: праворуч – козак з мушкетом (герб Війська Запорізького), ліворуч – коронований лев (герб Галицько-Волинської держави), над щитом – князівський вінець, під щитом – переплетені із гроном калини колосся пшениці й синьо-жовта стрічка.

За указом імператриці Катерини II в 1782 році місту Києву був затверджений герб, тому що Київ у цей час перебував під юрисдикцією Росії. На гербі був зображений архангел Михайло в довгих одяганнях, які вважалися мирним одягом, з опущеними вниз ножами й мечем – символами покірності. В 1995 році, 18 квітня, рішенням Київської міської ради столиці України повернули історичний герб, звичайно ж, зі значними змінами, залишивши найважливіше – зображення Архангела Михайла (рис. 11.1.2). 14 вересня 1995 року сесією Харківської міської Ради народних депутатів був прийнятий герб із зображенням кадуцея й рога достатку. На гербі Харкова у вигляді першої букви назви міста дивним чином сполучаються два найдавніші символи.

Ця комбінація виражає шляхетну тенденцію міста – досягнення добробуту й процвітання через прагнення до світла, добра й знань (рис. 11.1.3).

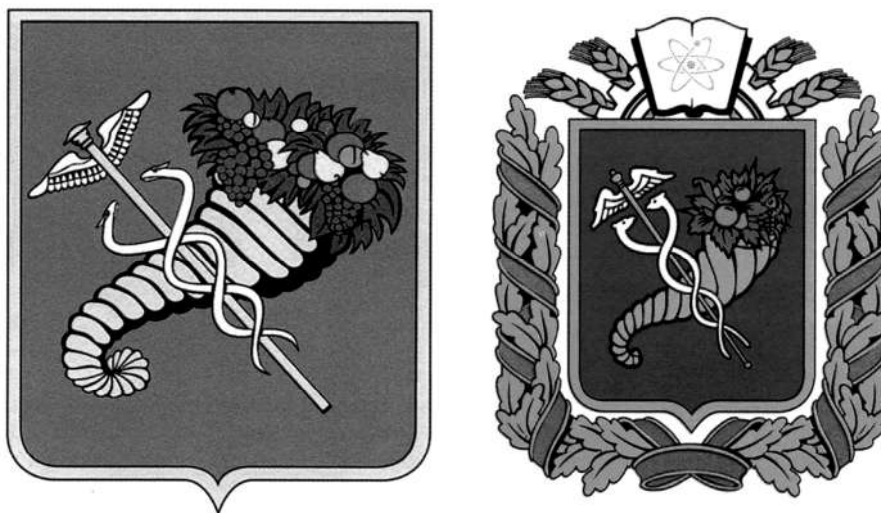


Рис. 11.1.3. Сучасні герби Харкова й Харківської області

Винахід і використання всякого роду знаків і символів властиво людині. Звичай обрання для себе або для свого роду особливого відмітного знака має дуже глибоке коріння й розповсюджений усюди у світі.

## 11.2. Етикетка: значення, історія розвитку й засоби створення

Естетична цінність товару визначається як його споживчими властивостями, так і маркуванням та упакуванням. Промислова графіка знаходить своє відбиття в такому засобі маркування товарів, як етикетка. Це односторонній малоформатний багатоколірний плакат або інформаційний листок, що містить сукупність даних про товар і формуючий імідж товару. Сучасна етикетка є невід'ємною частиною упаковки товару. Вона дозволяє виробникові завоювати довіру покупців, а іноді своєю яскравістю й оригінальністю привернути увагу покупця до зовні не дуже виразного товару. Завдяки етикетці споживачі ознайомлюються з характеристиками товару, його якістю й можуть провести ідентифікацію товару, оскільки низькопробні вироби, як правило, не відрізняються елегантною і витонченою упаковкою. Крім того, наявність етикетки сприяє узнаванню товару окремих виробників і більш швидкому ухваленню рішення про купівлю.

На початку свого розвитку етикетка являла собою просту наклейку, що відбиває назву товару, а іноді і його складові. Перші друковані етикетки створювали у вигляді відбитка гравірування, виробленого за допомогою дерев'яних і металевих форм. Дуже дорогий і складний технологічний процес одержання етикеток був замінений наприкінці XVIII ст. більш дешевим і простим літографічним способом.

Першими етикетки стали робити аптекарі. Потім до них приєдналися продавці, що прикріплювали написи й зображення на керамічних і скляних посудинах для зберігання й продажу продуктів. Впровадження промисло-

вого виробництва товарів і зростання обсягів випуску товарів спричинили й збільшення обсягів виготовлення етикеток. Поряд із цим різноманітнилися й ускладнювалися способи їх виготовлення.

У перші роки після революції 1917 р. у Росії при оформленні товарів продовжують використовувати етикетки, що містять малюнки дореволюційного царського часу. Однак незабаром був узятий напрямок на пропаганду поточних загальнополітичних завдань. Етикетка стає агітаційним листком, що виконує більше політичні, чим естетичні функції. Оформлення етикеток радянського періоду було достатньо одноманітним і виконувалося в дусі соціалістичного реалізму. Ознаками міщанства й «ідеологічного шкідництва», за яке відповідно карали, стали зображення орнаменту й квітки. Характерними елементами оформлення етикеток епохи модерну, що персоніфікують ніжність і жіночність, стали привабливі жіночі обличчя, рослинний орнамент і т.п.

На початку ХХ ст. етикетка стає не тільки характерною ознакою товару, відмінною від інших йому подібних, але й несе в собі пізнавальну інформацію у вигляді портретів відомих людей: Т. Г. Шевченка, О. Суворова, борців Піддубного й Луриха і т. ін.

Сучасна етикетка – це сплав розрахунків і стилю, маркетингу й творчості. Саме тому дизайн етикетки – особливий процес, спрямований на те, щоб споживач із першого погляду міг визначити призначення виду продукції. У зв'язку із цим усі елементи композиційної побудови етикетки мають нести в собі інформацію, що дозволяє швидко ідентифікувати товар. Вигляд етикеток має відповідати фірмовому стилю продукту або компанії й ефективно виконувати своє функціональне завдання. Коли відбувається створення етикеток, дизайнер постійно пам'ятає про те, що в етикетці все має привертати увагу й розповідати про товар. Ураховуючи значущість етикетки як своєрідної «принади» для здійснення купівлі, відомі фірми-виготовлювачі залучають до створення оригінал-макетів іменитих художників, відомих архітекторів і модельєрів. Крім терміна «етикетка» у сучасному лексиконі використовують й термін «лейбл». У перекладі з англійської мови означає «оригінальний ярлик». Лейбл являє собою фірмовий знак, найчастіше прикрашений цікавим малюнком, тисненням, голограмою. За призначенням етикетки ділять на такі: ідентифікуючі, сортовказуючі, описові, пропагандистські.

Етикетка є складовою частиною упаковки. Першочергове призначення етикетки – це залучення уваги споживачів до товару. Етикетка – це невід'ємна частина рекламної компанії будь-якого виробника. Дизайнери й рекламисти знають, що при розробленні ефектної етикетки необхідно врахувати декілька чинників: психологію й фізіологію людини, фізіологію

зору. Етикетка має «зачепити» увагу споживача, а для цього вона має бути видимою. Видимість етикетки визначається такими чинниками: формою; матеріалом, з якого вона виготовлена; її розмірами; яскравістю; контрастністю; кутовим розміром. Кутовим розміром називається кут між центром зіниці й лініями від нього до крайніх точок етикетки, таким чином, кутовий розмір залежить від величини етикетки й відстані до спостерігача.

Форма етикетки та її художньо-графічне оформлення обумовлені не тільки параметрами тари або пакувального засобу, вона також призначена для реалізації специфічних інформаційних повідомлень. Залежно від призначення всі типи інформаційних повідомлень на етикетках групують за такими ознаками відповідно до табл. 11.2.1.

Таблиця 11.2.1

Типи інформаційних повідомлень

<b>Інформація для споживача</b>	<b>Інформація для машинного оброблення</b>	<b>Інформація для допоміжних служб</b>
Назва й характеристика товару або реклами	Система ідентифікації за допомогою штрих-кодів	Відомості про транспортування, зберігання і т.д.
Інструкція з використання	Сховані елементи захисту якості товару	Утилізація та перероблення
Дані про виробника	Юридична та фізична адреса	
Способи й строки зберігання	Дата виробництва й час	
Елементи захисту якості	Номер партії	

За характером графічного оформлення етикетки ділять на такі:

- текстові;
- ілюстраційні (штрихові, растрові);
- текстово-ілюстраційні.

Загальну класифікацію етикетної продукції подано в табл. 11.2.2.

Стрімкий розвиток промисловості й випуск товарів широкого вжитку зумовили збільшення обсягів виробництва етикеток в усьому світі на 6,4 %, що становить 51 млрд доларів. Основними країнами-виробниками етикеток у світі є США, Японія й країни ЄС, і лише країни, що розвиваються, виготовляють близько 30 % даної продукції.

Основними споживачами етикеток в Україні після виробників напоїв і харчовиків є виробники побутової хімії й фармацевтики. Тому розвиток етикетки залежатиме й від збільшення обсягів їх виробництва.

## Класифікація етикетної продукції

Форма	Матеріал	Способи виготовлення	Способи закріплення	Способи оброблення	Комплектування	Захисні елементи	Способи графічного оформлення	Інформаційні повідомлення
Друкована фрагментальна (на пивних банках)	Етикетний папір	Печатка (контактна, безконтактна)	Наклеювання, самоклеювання	Лакування	Етикетка	Філігрань (водяні знаки)	Текстові	Інформація для споживача
Плоска печатка	Полімерні плівки	Тиснення	Термоусадка	Видавлювання	Контр-етикетка	Тангірна сітка	Штрихові	Інформація для машинного оброблення
Друкований рукав	Алюмінієва фольга	Голограма	Пришивання	Тиснення	Кольєретка	Фарби (УФ/ІЧ випромінювання, з антискануючими домішками, оригінальні кольори)	Растрові	Інформація для допоміжних служб
Тривимірний фрагментальний	Ламінат	Шиття	Пригвинчення	Перфорація	Горлова облямівка	Штрих-код, термоідентифікаційні коди	Текстоподібні	Спеціальні
Голографічна об'ємна фрагментальна	Тканини	Гальванопластика	Приварювання	Розрізування	Буклет	Голограма		
	Жерсть	Пресування		Фігурне видавлювання	Захисний шар	Електромагнітні високочастотні коди		
		Травлення		Ламінування	Стрикерс	Що самознищуються		
		Гравіювання		Висікання				

### 11.3. Упаковка: її значення й засоби виробництва

У цей час упаковці приділяють першочергову увагу в боротьбі за покупця. При розробленні впакування товару великого значення надають застосуванню основних правил дизайну, що запобігають безлічі негативних моментів, пов'язаних із продажем товару. У першу чергу, необхідно визначити, на яку категорію споживачів розраховано даний товар. Інформація про товар на упаковці має читатися легко, без зусиль:

- не слід використовувати шрифти, що складно читаються;
- напис не має втрачатися на тлі;
- написи необхідно розташовувати під зручним кутом.

Упаковка має затримувати погляд:

- композиція елементів має бути збалансованою;
- акценти слід розташовувати поблизу меж;
- слід структурувати розташування колірних і тональних плям.

Необхідно, щоб упаковка не мала «дешевий» вигляд:

- застосовувати вдалі комбінації кольорів;
- використовувати мінімальну кількість ахроматичних тонів (відтінки сірого);
- якість фотографій і малюнків має бути високою.

Для більш детального оцінювання дизайну упаковки існують кілька критеріїв: цілісність образу (образ товару й упаковки мають бути єдиним цілим); «чесність» упаковки (вона не має обманювати очікування покупця); індивідуальність упаковки (вона не має бути схожою з аналогічними товарами, але без різкої відмінності); наявність інформації на упаковці (виділення головної інформації); читаність основної інформації про товар на упаковці з відстані.

Ринок упаковок активно поширюється. Для виробництва пакувальної продукції використовують такі матеріали, як полімерні плівки, багатошарові матеріали, картон, алюмінієва фольга, папір і т.д. Крім того, зростає й потреба в устаткуванні для випуску пакувальної продукції. Найпоширенішими з них вважаються: екструдери (для випуску полімерних плівок і упаковок), ламінатори (для виготовлення багатошарових гнучких матеріалів і впакувань на основі клеїв, розчинників, води і т.д.); флексографічне встаткування (нанесення на пакувальний матеріал зображення про товар з розміткою під упаковку), устаткування для виготовлення паперових, тканинних, полімерних або пластикових пакетів і мішків, палетайзери (упаковка картонних коробок із продукцією «на лету»).



Розпочали виготовляти біоорієнтовані та металізовані поліпропіленові, термоусадкові плівки, на Слов'янському «Торепласт» і Донецькому хімзаводах, на Дніпропетровському «Галах» і Житомирському «Житомир–Полісакс». Видувну полімерну тару роблять Київський, Харківський, Прилуцький, Луцький і Сімферопольський хімзаводи.

## **12. ОСНОВНІ МЕТОДИ Й ПРИНЦИПИ ОЦІНЮВАННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ**

При оцінюванні товару необхідно встановити його відповідності запитам людей, виявити ціннісні характеристики товару для людини. Оцінку проводять експертним методом, тому що естетичні властивості товарів не мають інших форм оцінювання, крім як бальної. В експертному оцінюванні, як правило, беруть участь експерти – фахівці в сфері виробництва й продажу товарів. При цьому мається на увазі, що узагальнений показник (критерій) якості, отриманий на основі усереднених оцінок усіх членів комісії, буде об'єктивно відбивати якість товару, підданого експертному оцінюванню. У цей час експертний метод – найбільш ефективний і прийнятний способи оцінювання естетичної досконалості виробу. Структуру властивостей при естетичному оцінюванні будують за ієрархічним принципом, що дозволяє послідовно поглиблювати оцінку й варіювати властивості залежно від виду виробу. Даний підхід дозволить зробити найбільш достовірною оцінку естетичних властивостей виробу.

### **12.1. Типові процедури оцінювання естетичних властивостей товарів**

Існує загальний алгоритм проведення експертного оцінювання непродовольчих товарів. По-перше, при визначенні естетичного оцінювання виробу необхідно розкрити його технічну досконалість, функціональність, зручність використання, установити корисність властивостей, тобто відповідність предметно-почуттєвої форми його цілісному змісту.

По-друге, сприймаючи форму виробу на рівні почуттів, не аналізуючи, позначити сутність предмета, інтуїтивно провести синтез користі й краси й дати оцінку виробу.

Алгоритм проведення експертного оцінювання має такий вигляд:

- 1) визначення виду товару як об'єкта;
- 2) визначення членів експертної комісії та їх погодженості думок з питань формування й значущості окремих естетичних властивостей;
- 3) визначення компетентності комісії для проведення оцінок конкретного

- виробу;
- 4) визначення й присвоєння відповідних балів за комплексними та структурними показниками;
  - 5) занесення зведених результатів до протоколу експертного оцінювання;
  - 6) ухвалення заключного рішення.

Розрізняють три методи оцінювання естетичних властивостей виробу: структурний, комплексний і комбінований. У першому – установлюють естетичну цінність окремих властивостей, потім окремим показникам властивостей дають якісну характеристику, і у висновку визначають бали оцінювання за шкалою «краще – гірше».

У другому – спочатку оцінюють показники окремих груп естетичних властивостей, а потім естетичний рівень товару в цілому, тобто виразність образу, стильовий розв'язок, раціональність організації форми, загальну композицію і т.д., визначають компетентність комісії й відповідно вірогідність отриманої оцінки.

У третьому – послідовно проводять структурне та комплексне оцінювання з наступним об'єднанням результатів. Цей метод дозволяє одержати найбільш об'єктивну інформацію про естетичний рівень виробу.

Естетичні властивості товарів оцінюють шляхом їхнього зіставлення із властивостями вже відомих зразків та еталонів. Естетичне оцінювання товарів, звичайно, залежить від таких суб'єктивних чинників, як смаки, ідеали, переваги окремих людей. Окремі види непродуктових товарів естетично оцінюють, насамперед, за їхнім зовнішнім виглядом, наприклад, товари текстильної промисловості, і тільки в процесі експлуатації вдається визначити їхні недоліки.

На практиці розрізняють два різновиди експертного методу, які відрізняються за складом експертів і етапами оцінювання. Це так звані метод експерта й метод експертних комісій. Разом із ними існує також соціологічний метод оцінювання, оснований на використанні думок споживачів, як основного джерела інформації про естетичну якість товару. Таким чином, розглянуті методики експертних оцінок можуть бути застосовані до будь-якої групи товарів і дозволити дати усереднену кількісну оцінку якості конкретних моделей товару.

## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Аркин, Д. Е. Образы архитектуры и образы скульптуры [Текст] / Д. Е. Аркин. – М.: Искусство, 1990. – 150 с.
2. Боров, Ю. Б. Эстетика [Текст] / Ю. Б. Боров. – 4-е вид., доп. – М.: Политвид., 1988. – 284 с.
3. Геральдика. Малі твори: Цикл прозаїчних і віршованих мініатюр. – Х.: ХГЦКНО "Викрадення Європи", 1996. – 98 с.
4. Горненко, А. А. О красоте вещей / А.А. Горненко. – М.: Легкая индустрия, 1966. – 110 с.
5. Гуссейнова, Т. З. Товарознавство швейних і текстильних товарів: підруч. для товарознавчих факультетів торговельних вузів / Т. З. Гуссейнова, Г. В. Жильцова. – М.: Економіка, 1979. – 223 с.
6. Дворецкий, И. В. Покупателям об одежде / И. В. Дворецкий, Т. М. Васильева. – М.: Экономика, 1981. – 75 с.
7. Зайцев, В. М. Этот многоликий мир моды / В. М. Зайцев. – М.: Сов. Россия, 1982. – 300 с.
8. Закон України «Про захист прав споживачів» N 1779-VI ( 1779-17 ) від 17.12.2009, ВВР, 2010, N 9. – 38 с.
9. Зборовский, Е. М. По законам красоты [Текст]/ Е. М. Зборовский. – М.: Сов. Россия, 1988. – 170 с.
10. Иванова, В.Я. Основы эстетики потребительских товаров [Текст]: навч. посіб. / В.Я. Иванова. – М.: ІТК «Дашко й К<sup>0</sup>», 2004. – 150 с.
11. Казаринова, В. И. Красота, вкус, экономика [Текст] / В. И. Казаринова. – М.: Экономика, 1985. – 277 с.
12. Лосев, А.Ф. Проблема художнього стилю [Текст]: навч. посіб. / А.Ф. Лосев. – К.: Нац. торг.-екон. ун-т, 1994. – 240 с.
13. Любимов, Л.А. Искусство древнего мира [Текст] / Л. А. Любимов. – М.: Просвещение, 1971. – 293 с.
14. Маймин, Е. А. Эстетика – наука о прекрасном [Текст] / Е. А. Маймин. – М.: Просвещение, 1982. – 402 с.
15. Орлова, Л. В. Азбука моды [Текст] / Л. В. Орлова. – М.: Просвещение, 1989. – 170 с.
16. Складников, В. П. Потребительские свойства текстильных товаров [Текст] / В. П. Складников. – М.: Экономика, 1982. – 56 с.
17. Стаєрів, К. К. Нариси історії костюмів [Текст] / К. К. Стаєрів: в 2 ч. – К.: Мистецтво, 1978. – Ч.1. – 560 с.
18. Стаєрів, К. К. Нариси історії костюмів [Текст] / К. К. Стаєрів: в 2 ч. – К.: Мистецтво, 1978. – Ч.2. – 490 с.
19. Царев, В.И. Эстетика й дизайн непродовольственных товаров [Текст]: учеб. пособие / В.И. Царев. – М.: Академия, 2004. – 320 с.
20. Шевелев, И. Г. Золотое сечение [Текст] / И. Г. Шевелев, М. А. Марутаев, И. П. Шмелев. – М.: Стройиздат, 1990. – 130 с.
21. Шпара, П. Є. Технічна естетика й основи художнього конструювання [Текст] / П. Є. Шпара. – К.: Вища шк., 1984. – 140 с.

Навчальне видання

**Кузнецова Наталія Володимирівна  
Нечипорук Микола Васильович**

**ЕСТЕТИКА ТОВАРІВ І ДИЗАЙН**

Редактор Т. Г. Кардаш

Зв. план, 2011

Підписано до друку 20.10.2011

Формат 60x84 1/16. Папір офс. №2. Офс. друк

Ум. друк. арк. 6,8. Обл.-вид. арк. 7,6. Наклад 50 пр. Замовлення 302. Ціна вільна

---

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

<http://www.khai.edu>

Видавничий центр «ХАІ»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

[izdat@khai.edu](mailto:izdat@khai.edu)

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції, серія ДК №391, видане Державним комітетом інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України від 30.03.2001 р.