

**TENDENCIES OF USAGE
OF GEOMETRICAL ORNAMENTS
IN GRAPHIC DESIGN PROJECTS
OF UKRAINE IN THE XXI ST.**

Tetiana Bozhko,
<https://orcid.org/0000-0001-5696-1941>
PhD in Cultural Studies,
Associate Professor
of the Department of Graphic Design,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
bozfhko_to@ukr.net

Oleksii Chystikov,
<https://orcid.org/0000-0002-4488-427X>
Teaching Assistant,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
chistikovalexey@gmail.com

**ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ
ГЕОМЕТРИЧНИХ ОРНАМЕНТІВ
У ПРОЕКТАХ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ
В УКРАЇНІ ХХІ СТ.**

Тетяна Божко,
<https://orcid.org/0000-0001-5696-1941>
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри
графічного дизайну,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
bozfhko_to@ukr.net

Олексій Чистіков,
<https://orcid.org/0000-0002-4488-427X>
асистент кафедри графічного дизайну,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
chistikovalexey@gmail.com

Abstract

The aim of the research is to outline the present tendencies of usage of geometrical ornaments functioning as symbols of national culture and cultural identity of the Ukrainian nation. **Methods of research.** The basic method applied in the research is method of complex analysis. **Scientific novelty.** The novelty of the research lies in discovering the tendencies of usage of geometrical ornaments in modern graphic design projects and in identifying the methods of transformation of Ukrainian geometrical ornamentation. It has been found out that in the sphere of brand identity geometrical elements of ornaments, losing their connection with traditional technologies of implementation, come under influence of visual transformations, namely, switching to line graphics, using contrform effect and pixelation effect. At the same time in the sphere of sign formation sign elements of the graphical ornaments largely obtain abundance of colouring or become subject to colored characteristics of letter and type elements (logos). In billposters and posters an

Анотація

Актуальність даної публікації пов'язана з визначенням вектору становлення моделей розвитку графічного дизайну у різних країнах та виокремленням тих елементів візуальної культури, що сприяють етнічній ідентифікації. Одним з таких елементів, безумовно, є український геометричний орнамент, автентично присутній у багатьох різновидах українського декоративно-прикладного мистецтва, таких як вишивка, ткацтво, килимарство та писанкарство. **Мета** – визначення наявних тенденцій застосування геометричних орнаментів як ідентифікаторів національної культури та самобутності української нації. **Методологія дослідження:** в дослідженні впроваджено метод комплексного аналізу. **Наукова новизна** полягає у виявленні тенденцій застосування геометричних орнаментів у сучасних проектах графічного дизайну та встановленні способів трансформації української геометричної орнаментики. Встановлено, що в царині айдентики геометричні елементи орнаментів,

integral series of geometrical ornamentation in both one-colour and two-colour (red and black) versions of execution is used. In other advertising vehicles and graphic products, such as packaging and advertising booklets, one-colour, or monochrome implementation of ornamental ribbon is most frequently found, which makes it a unique marker of national culture and national traditions. **Conclusions.** The research proved the idea that geometrical ornaments and their individual elements are used in a wide range of graphic design products. It should be noted though that most of these elements fall onto the sphere of sign formation, brand identity, billposters and posters, and far less are used in packaging and print advertising products. The design of modern advertising and graphic products still does not sufficiently use the potential of the sign elements of Ukrainian geometrical ornaments. In the course of the research it has also emerged that graphic designers in their projects almost do not use motifs and compositional groups from the art of the Ukrainian pysanka (painting of Easter eggs).

втрачаючи зв'язок з традиційними технологіями втілення, найбільше піддаються візуальним трансформаціям, а саме: переходу у виключно лінійну графіку, використанню ефектів контрформи та пікселізації. Втім у царині знакоутворення знакові елементи геометричних орнаментів часто набувають багатства забарвлення або підпорядковуються за колористичними характеристиками літерно-шрифтовим елементам (логотипам).

В плакатах та постерах використовується цілісний ряд геометричного орнаменту як в одноколірному, так і у двоколірному (червоне й чорне) варіанті виконання. В інших носіях рекламно-графічної продукції, як-то пакування та рекламні буклети, частіше зустрічається одноколірне або монохромне втілення орнаментальної стрічки, яка є своєрідним маркером національної культури й національних традицій.

Висновки: В ході дослідження було з'ясовано, що геометричні орнаменти та їх окремі елементи застосовуються у широкому спектрі продукції графічного дизайну. Відзначено, що більша частина таких елементів припадає на царину знакоутворення, айдентики та плакатів і постерів, і значно менша використовується в пакувальній та друкованій рекламній продукції. Проектування сучасної рекламно-графічної продукції все ще недостатньо використовує потенціал знакових елементів українських геометричних орнаментів. У ході дослідження також з'ясувалося, що графічні дизайнери у своїх проектах майже не використовують мотиви та композиційні угруповання з писанкарства України.

Keywords: **Ключові слова:**

geometrical ornaments, methods of ornamental transformation, modern graphic design projects.

геометричні орнаменти, способи трансформації орнаментики, сучасні проекти графічного дизайну.

Вступ 

У сучасному графічному дизайні все чіткіше окреслюється тяжіння до двох протилежних процесів. З одного боку, до процесів глобалізації, згідно з якими дизайнери використовують універсальні та лаконічні геометричні форми, композиційне поєднання яких мало пов'язано з етнічною ментальністю та самобутністю. Натомість, з іншого боку, найбільшого ступеня зацікавлення глядачів викликають проекти, в яких чітко виявляється тяжіння до багатства форм та знаків, наявних у кожній етнічній культурі людства. Такі проекти здатні апелювати до етнічної пам'яті поколінь та викарбовувати символи й образи, що

увиразнюють та виокремлюють кожну з культур з загального конгломерату людства. Тож у центрі уваги дослідників постійно опиняються питання, пов'язані з визначенням вектору становлення моделей розвитку графічного дизайну у різних країнах та виокремленням тих елементів візуальної культури, що сприяють етнічній ідентифікації. Одним з таких елементів, безумовно, є український геометричний орнамент, автентично присутній у багатьох різновидах українського декоративно-прикладного мистецтва, таких як вишивка, ткацтво, килимарство та писанкарство.

Мета дослідження **2**

Метою даного дослідження є визначення наявних тенденцій застосування геометричних орнаментів як ідентифікаторів національної культури та самобутності української нації. Завданням дослідження є встановлення джерел натхнення при створенні сучасних знакових форм та виявлення тенденцій щодо їх видозмін; вирішення питань щодо способів трансформації української геометричної орнаментики у сучасних проектах графічного дизайну.

Методологія та аналіз джерельної бази **3**

Прикметно, що проблеми, пов'язані з визначенням етнічних особливостей кожної з націй через використання багатства форм і образів знаково-символічної системи декоративно-прикладного мистецтва все частіше хвилюють науковців-дослідників.

Так, у статті «Національні мотиви сучасного графічного дизайну в Україні як засіб візуальної ідентифікації» Л. С. Триноженко приходиться до висновку, що графічних дизайнерських робіт з використанням національних мотивів стає все менше, і можна сказати, що український дизайн в повному його розумінні гине в інформаційному просторі нашої держави (Триноженко, 2010).

У статті «Методика трансформації етнічних зображувальних мотивів у графічному дизайні» А. М. Король розглядає використання етнічних мотивів на прикладі грошових банкнот. У даній роботі з'ясовано, що використання трансформації етнічних мотивів у грошових знаках пов'язано з пошуком національної форми і змісту. При цьому дизайнери свою проектну методику спрямовували на трансформацію й оригінальне поєднання в композиції банкнот традиційних графічних символів: фігур людей, орнаментики, знаків, архітектурних споруд та шрифтових гарнітур» (Король, 2013).

О. Карпенко у статті «Використання геометричних знаків-символів у народному декоративному та класичному авангардному мистецтві» (Карпенко, 2008) визначає, що процес проектування неможливий без використання простих форм. Наприклад, у дизайні одягу геометрична фігура визначає силуетну форму костюма, в архітектурі геометричні фігури – це ядро основного композиційного об'єму і т.д.

В. М. Королєвський у статті «Етнічні мотиви у сучасному українському плакаті» зосереджується на ствердженні існування укра-

їнського етнічного плакату в єдиному інформаційному полі та виявленні у нього загальних рис (Королевський, 2011).

Стаття О. В. Коновалової «Мотиви української народної орнаментики як складова знакової системи національного графічного дизайну» (Коновалова, 2012) розглядає проблему використання у практиці графічного дизайну стилізованих фігур людини за мотивами народного декоративного мистецтва.

Солдатенко Д. А. у статті «Сучасні тенденції в розробці фірмового стилю та рекламних повідомлень із використанням етнічних форм» (Солдатенко, 2014) розглядає сучасні тенденції прояву етномистецьких традицій в українських рекламних повідомленнях та фірмовому стилі. Автор доходить висновку, що за використання етнічних форм важливо зосередити увагу на художні ремесла, народну творчість, національні символи, що склалися протягом століть. Дбайливе використання автентичних національних особливостей може стати значущим чинником у формуванні української моделі графічного дизайну.

Л. О. Паславська у статті «Традиційна символіка і орнаментика у сучасній етнодизайнерській освіті» вказує на відмінності інтерпретації традиційної символіки та орнаментики в декоративно-прикладному мистецтві та етнодизайні. Аналізує зразки використання традиційної символіки та орнаментики у сучасній дизайнерській освіті на прикладі студентських робіт (Паславська, 2014).

І. Юрченко у статті «Методика використання орнаментальних мотивів керамічних виробів фабрики І. Левинського в сучасному дизайні меблевих виробів» (Юрченко, 2014) має на меті розробити методики використання орнаментальних мотивів виробів з кераміки у дизайні меблевих виробів сучасності. У статті розглядаються процеси формотворення складових елементів орнаментальних мотивів.

«Лексикон української орнаментики» М. Селівачова (2005) є фундаментальною працею, у якій досліджується історія, генеза, еволюція стилістики і форм в орнаментіці текстилю, різьблення, кераміки та інших видів декоративного мистецтва. У даному виданні увага приділяється питанням етнокультурного районування, класифікації та типології.

З огляду літературних джерел вочевидноється, що аспект використання геометричних орнаментів у сучасних проектах графічного дизайну висвітлюється все ще недостатньо.

Результати дослідження **4**

Маючи за мету прослідкувати використання мотивів українських орнаментів у проектах графічного дизайну, визначити їхнє походження та дослідити значення й перетворення мотиву на конкретних прикладах, звернемось до численної кількості прикладів застосування мотивів української орнаментики, віднайдених у ідентифікаційному просторі українського графічного дизайну.

Насамперед звернемось до вивчення наявних в ідентифікаційному просторі фірмових знаків та логотипів. Вважаємо, що саме для цього прошарку проектів графічного дизайну повинна бути притаманна орієнтованість на використання мотивів традиційної української орнаментики. Для аналізу було відібрано понад 30 знаків, в основу творення яких покладено мотиви орнаментики. Як вдалось встановити, при створенні фірмових знаків та логотипів дизайнери доволі часто звертаються до української символіки. Особливо, якщо товари певної торгівельної марки мають національне спрямування або цілеспрямовано представляються як українські. Спостереження та співставлення знакових форм надало можливість стверджувати, що тут традиційні мотиви можуть не лише дублюватися та множитися на площині, а й трансформуватися, виокремлюватися та стилізуватися.

Досліджуючи фірмові знаки та логотипи, можна з упевненістю сказати, що найчастіше графічні дизайнери звертаються до мотиву восьмикинечної зірки. Прикладами таких фірмових знаків є: м'ясокомбінат «М'ясний» (рис. 4.1.1), Galician fabric «Galychanka» (рис. 4.1.3), «Buy Ukrainian» (рис. 4.1.4), «Забіг у вишиванках» (рис. 4.1.6), варіант логотипу м. Рівне (рис. 4.1.8), «Казкова Скриня», «Varenyky Fashion» (рис. 4.1.5), «Майстерна Вишиванка» (рис. 4.1.8), «Lviv 2022» (рис. 4.1.9), банк «Південний» (рис. 4.1.2), логотип м. Коломия (рис. 4.1.10), «Український кіноінститут», M2, «Poplavsky», «Folk Ukraine» (рис. 4.1.11), «Folk Mart».

Мотив восьмикинечної зірки розповсюджений у ткацтві та вишивці на території всієї України, тому не можна сказати, що дизайнери надихались орнаментикою якого-небудь певного регіону. Можливо, саме через розповсюдженість цього мотиву він використовується найчастіше та вже отримав статус доволі сталого асоціативного образу, пов'язаного з українською культурою.

З погляду графічної частини логотипів, даний мотив використовується і як незмінна самостійна форма, і як така, що підлягає візуальній трансформації. Кожного разу, працюючи з конкретним мотивом, дизайнери знаходять шляхи для його візуального урізноманітнення: то використовуючи лінійну графіку, як у знаці «Lviv 2022» (рис. 4.1.9), то апелюючи до плямистого різнокольорового зображення (Folk Ukraine, рис. 4.1.11), де мотив дублюється та нашаровується. Даний мотив може поєднуватись з іншим мотивом, чергуватися та багатократно повторюватись, тим самим заповнюючи умовний простір знакової форми. (рис. 4.1.1, 4.1.6, 4.1.8).

Восьмикинечна зірка може навмисно пікселізуватися для наслідування ефекту вишивки. (рис. 4.1.3 та 4.1.4). До пікселізації можуть бути схильні будь-які мотиви або їх частини. Наприклад, логотип PLANTA (рис. 4.1.16).

Якщо розглядати логотип м. Рівне (рис. 4.1.8), то можна визначити, що мотив восьмикінечної зірки є загальною композиційною схемою, в межах якої додатково розміщуються допоміжні змістові елементи ідентифікації та тематичні стилізовані об'єкти. Таким же прийомом користувалися дизайнери знаку банку «Південний» (рис. 4.1.2). У композиційну схему вписані стрілки фірмового кольору.

У фірмовому знаку може використовуватись лише частина зазначеного мотиву. Так, наприклад, на рис. 4.1.17 використовується лише половина мотиву, але без втрати своєї впізнаваності.

Одним із вдалих застосувань мотиву восьмикінечної зірки є фірмовий знак міста Коломия (рис. 4.1.10). Тут використаний прийом контрформи. Знак відповідає як зазначеному слогану, так і має національне забарвлення.

Крім того, досліджуючи знаки, сформовані на основі елементів геометричного орнаменту, ми бачимо, що сучасні знаки можуть формуватись як на основі виключно геометричних форм орнаментальних елементів, так і на основі поєднання таких орнаментальних елементів з іншими пластично-образними складниками. Приклади такого комбінаторного поєднання знаходимо у знаках «Забіг у вишиванках» (рис. 4.1.6), «Казкова скриня» (рис. 4.1.7), Фестиваль «Червона рута» тощо.

Отже, можемо стверджувати, що однією з провідних тенденцій застосування геометричних орнаментів при створенні знакових форм є повне або часткове перенесення мотиву (найбільш характерного елементу) орнаменту або його поєднання з текстовою частиною логотипу.

Однак, при формуванні знаків присутні й інші тенденції, а саме виокремлення елемента геометричного орнаменту та його уподібнення до літерно-алфавітних знаків, а також поворот або використання до нього ефекту пікселізації.

Так, одним із варіантів редизайну логотипу міста Запоріжжя, що було зумовлено ЄВРО 2012, є знак, зображений на рис. 4.1.12. У даному випадку фірмовий знак був створений завдяки виокремленню з орнаментального ряду мотиву «баранячі ріжки». Особливістю даного знаку є тотожність мотиву «баранячі ріжки» з літерою «З», що вказує на назву міста.

Аналізуючи численні приклади творів декоративно-прикладного мистецтва, як-то писанки, вишивку, ткацтво й килимарство можна зробити висновок, що даний мотив розповсюджений на всій території України, тому є впізнаваним і викликає асоціації з українською культурою.

Додатковими прикладами трансформації мотиву у літери є знаки: «Майстерня сільських ініціатив» (рис. 4.1.14), «Vyshyvanka by Masik Valeriy» (рис. 4.1.15) та м'ясокомбінат «М'ясний» (рис. 4.1.1). У даних прикладах з суцільного ряду мотиву «*zigzag*» виокремлена певна частина, що набуває вигляду літер. Ці літери доповнюють назву фірми або є абрєві-

атурами. (М – м'ясний, М – майстерня, VMV – Vyshyvanka by Masik Valeriy тощо).

Таким чином, мотиви українського орнаменту при трансформації (повороті, віддзеркаленні тощо) можуть набувати форм літер, що відкриває можливості для нового асоціативного сприйняття фірмових знаків.

Майстерня іграшок «Леля» має фірмовий знак, зображений на рис. 4.1.13. Даний знак складається з поєднання між собою мотиву «баранячих ріжок». Даний мотив у схожій формі є в орнаменті подільських і волинських килимів, килимах Житомирщини, вишивці Полтавщини, Поділля та Івано-Франківщини. Накреслення логотипу має схожі гострі кути з гострими кутами «баранячих ріжок» у фірмовому знаку.

Звідси наступною тенденцією втілення знакових форм можемо вважати виокремлення мотиву (геометричного елементу) та варіювання його положення у просторі з метою забезпечення подоби до літерних знаків. Тож, можемо підсумувати й стверджувати, що при створенні фірмових знаків можна поєднувати між собою декілька тотожних та однорідних мотивів української орнаментики. При цьому важливо дотримуватися композиційної та пластичної єдності використаних елементів.

Мотив «баранячих ріжок» також може бути використаний як модуль, з якого складається інший об'єкт. Прикладом фірмового знаку, що відображає цю ідею, є знак «Володимир-Fest». У даному випадку з мотиву складено антропоморфну фігуру.

Аналіз фірмових знаків та логотипів (бо саме у них помітні найбільші прояви трансформації) дає підстави стверджувати, що спостерігається тенденція до використання найбільш поширеної знакової форми – восьмикутної зірки. Прискіпливе вивчення такої форми засвідчує, що дана форма характерна для вишивки, ткацтва та килимарства.

Проаналізувавши знаки, сформовані на основі геометричних елементів української орнаментики, доходимо висновку, що українська символіка використовується у доволі широкому спектром виробників товарів і послуг. При цьому самі знаки народної культури хоч і втрачають традиційні технології втілення та отримують варіативність візуальних трансформацій, проте завжди лишаються впізнаваними за геометричною будовою та основними формотворчими характеристиками. Крім того, дослідження царин застосування знаків показало, що більша частина організацій, що використовують знакові форми, утворені на основі елементів геометричного орнаменту, належить до сфери діяльності, орієнтованої на українську культуру, і пов'язана зі святами та традиціями України.

Надалі проаналізуємо графічні проекти, представлені рекламними плакатами та постерами (Додаток 4.2). З їх споглядання унаочнюється, що орнаментальні мотиви української вишивки та ткацтва в їх пропорційно-геометричному ритмі, які запозичені

з творів декоративно-прикладного мистецтва, можуть з успіхом застосовуватись і в проектах графічного дизайну.

З цього приводу В. Королевський зазначає: «Сучасний український плакат існує в єдиному інформаційному полі та володіє його загальними рисами: єдина знакова символіка, типографіка, «словесна гра», образний ряд, відчуття спільної міфологічної й історичної основи» (Королевський, 2011, с. 117).

Однак, спостерігаючи плакати «День української вишиванки» на рис. 4.2.1 та 4.2.2 бачимо, що не завжди дизайнери дотримуються принципів стилістичної єдності орнаментальних та шрифтових елементів. Все частіше тенденцією побудови плакатів стає використання «нейтральних» в образно-історичному значенні шрифтів. Натомість семантичне навантаження все більше припадає на геометрично-орнаментальні елементи, що уособлюють генетичну відповідність українській культурі. Такі елементи можуть виокремлюватись та збільшуватись за масою, набуваючи статусу знакових форм.

Проте поєднання українських орнаментів з етнічно-орієнтованими шрифтами складає наступну своєрідну тенденцію формування габаритних візуальних комунікацій, таких як плакати й постери.

Чистота орнаментальних форм та їх акцентування, що спостерігаємо на плакатах «День української вишиванки», сприяє посиленню образного впливу та формуванню особливого національного колориту, що супроводжується підвищеною емоційністю та семантично-змістовим навантаженням.

Варто зазначити, що значна кількість плакатів, створених до державних свят, формуються саме завдяки впровадженню в образну мову геометричних орнаментів, характерних для української вишивки або ткацтва. При цьому орнаменти займають у плакатах ледве не домінуючу роль, поступаючись місцем та значенням лише державним символам та літерно-шрифтовим елементам. Прикладами таких творів є плакати до Дня Незалежності України, а також до Дня української мови та писемності (рис. 4.2.3–4.2.6).

Однак, не слід очікувати від таких символів глибинного відтворення народної традиції, оскільки їх перенесення на носії сучасної культури сприяє їх відриву від автентичного середовища декоративно-прикладного мистецтва. З цього приводу Л. О. Паславська (2014) зазначає: «При переході із традиційної культури у проекти етнотдизайну відбувається зміна в інтерпретації традиційних символів-знаків, заміна знаково-символічного коду. У сучасній етнотдизайнерській практиці прообразами художніх рішень митців стають давні архаїчні символи, які переосмислюються та інтерпретуються у іншому культурному середовищі. Етнотдизайнери вилучають архаїчні знаки-символи із сакрально-побутового контексту, залишаючи лише їх художню форму, й інтерпретують їх як етнічні символи-маркери у контексті культури постіндустріального типу. Етнотдизайн сприяє

збереженню генетичної та архетипової основ народної культури, репрезентуючи їх у нових формах, і передає культурні надбання нації наступним поколінням» (с. 248).

Наступними носіями графічного дизайну, в яких зустрічаємо використання геометричних орнаментів, є пакувальна продукція (додаток 4.3). Варто відзначити, що дуже незначна кількість українських виробників використовує геометричні орнаменти в якості елементів ідентифікації національно-орієнтованого товару. Аналізуючи приклади використання орнаментальних елементів у пакуванні можна побачити, що тут орнаменти найчастіше використовуються для відокремлення інформаційно-комунікативних елементів один від одного та «зонування» площини пакувань. Такі приклади спостерігаємо на хлібцях ТМ «Росток» (рис. 4.3.1) та сиру ТМ «Простоквашино» (рис. 4.3.2). Іншу тенденцію, де орнамент доповнює інформаційно-комунікативні елементи, але виступає дещо відокремлено від них (найчастіше збоку), спостерігаємо на пакуваннях для масла солдоковершкового «Селянського» (рис. 4.3.3) та майонезу «Королівський» (рис. 4.3.4). І нарешті, ще одним з прийомів поєднання орнаментів з комунікативними елементами є відведення їм центрального місця та акцентування кольором на площині пакування, як-то показано на пакуваннях для масла «Селянського» (рис. 4.3.5) та кефіру «Селянського» (рис. 4.3.6).

Можемо підсумувати та виділити тенденцію застосування геометричних орнаментів у якості своєрідних маркерів, що додатково свідчать про зв'язок продукту з традиціями сільськогосподарської діяльності та культурою виробництва. Акцентуємо, що за використання геометричних орнаментів на пакуваннях сам орнамент не підлягає трансформуванню. Він запозичується у своєму первісному вигляді та часто містить метричне чергування рівнопропорційних елементів. Тенденцією є використання орнаменту в одному з кольорів. Двоколірні або триколірні орнаменти на пакуваннях є вкрай обмеженими.

Ще одним об'єктом для вивчення тенденцій застосування українських орнаментів стали буклети та книжкові палітурки. У ході дослідження було з'ясовано, що геометричні орнаменти на таких носіях мають чітко відмінні тенденції впровадження. Так, на буклетах 4.4.1–4.4.4 (Додаток 4.4) орнаменти мають тенденцію до позбавлення власного багатокірного забарвлення й виступають в якості монохромного контрастного елемента, який може розташовуватись на тлі зображення (рис. 4.4.1, 4.4.4), утворювати з цим тлом складне композиційно-вибіркове угруповання (рис. 4.4.2) або доповнювати ілюстративний ряд за колористичними характеристиками, створюючи додаткову декоративну смугу (рис. 4.4.3).

Тут, використання орнаменту уподібнюється до інформаційного коду, що, за твердженням Н. Янішевської (2017), призводить до «розуміння орнаменту як інформаційної системи,

де візуальним знакам відповідають певні емоційні асоціації та вербальні значення» (с. 76).

Аналізуючи причини впровадження геометричних орнаментів або їх окремих елементів у сучасну продукцію графічного дизайну, маємо виділити такі причини: постійно зростаючі темпи урбанізації та індустріалізації суспільства, що призводять до ідеалізації спогадів про «селянську» культуру.

Натомість у палітурках книжкових обкладинок орнаменти можуть відігравати роль патерну, заповнюючи собою більшу частину зображувального простору та збагачуючись за колористичною гамою (рис. 4.4.5). Стриманий й нюансований за тонально-колористичними характеристиками варіант використання геометричного орнаменту спостерігаємо на палітурках двотомника «Чорне й червоне», «Червоне й чорне» (рис. 4.4.7), а також на форзаці видання «Казка про Сонце та його сина» (рис. 4.4.6).

Розглядаючи питання способів трансформації української геометричної орнаментики, знов-таки відмічаємо тенденцію до знебарвлення орнаментального ряду, використання його в монохромному або в одноколірному варіанті. Крім того, відмітимо тенденцію до використання орнаменту в якості маски обрізання фотографічного елементу у друкованій рекламній продукції. Маємо відмітити також невелику кількість впровадження геометричних орнаментів у якості графічно-комунікативних елементів на буклетах та книжкових виданнях. З одного боку, це може бути пов'язано з пошуком дизайнерами інших альтернативних засобів виразності та ідентифікації національного колориту у друкованій продукції. З іншого, виділення тенденцій впровадження геометричних орнаментів має сприяти посиленню зацікавлення щодо них з боку дизайнерів та замовників рекламно-графічної продукції. Графічний прояв традиційних елементів геометричних орнаментів, сформованих у межах ремесел та декоративно-ужиткового мистецтва, можна використовувати навіть у проектах, що прямо не пов'язані з культурними заходами, використовуючи лише композиційні закономірності побудови як окремих знаково-символьних елементів, так і орнаментальної структури.

Наукова новизна та практична значимість дослідження

5

У роботі вперше виділено мотиви геометричних орнаментів, які застосовуються у створенні знакових форм, та з'ясовано різні аспекти щодо шляхів упровадження геометричних орнаментів у сучасні різноспрямовані проекти графічного дизайну.

Висновки

6

У ході дослідження було з'ясовано, що геометричні орнаменти та їх окремі елементи застосовуються у широкому спектрі продукції графічного дизайну. Відзначено, що більша частина таких елементів припадає на царину знакоутворення, айдентики та плакатів і постерів, і значно менша використовується

у пакувальній та друкованій рекламній продукції. Встановлено, що в царині айдентики геометричні елементи орнаментів, втрачаючи зв'язок з традиційними технологіями втілення, найбільше піддаються візуальним трансформаціям, а саме: переходу у виключно лінійну графіку, використанню ефектів контрформи та пікселізації. Втім у царині знакоутворення знакові елементи геометричних орнаментів часто набувають багатства забарвлення або підпорядковуються за колористичними характеристиками літерно-шрифтовим елементам (логотипам).

У плакатах та постерах використовується цілісний ряд геометричного орнаменту як в одноколірному, так і в двоколірному (червоне й чорне) варіанті виконання. Тут орнаментальний ряд може підпорядковуватись образним характеристикам шрифтових елементів, а може й перебирати на себе роль візуально-змістового центру та поєднуватись з нейтральними в образному плані шрифтами. В інших носіях рекламно-графічної продукції, як-то пакування та рекламні буклети, частіше зустрічається одноколірне або монохромне втілення орнаментальної стрічки, яка є своєрідним маркером національної культури й національних традицій. Шрифтові вирішення таких носіїв у більшості випадків є образно-нейтральними.

Автори дослідження погоджуються з висновками Л. С. Триноженко щодо вкрай обмеженого використання національних мотивів у сучасних проектах графічного дизайну та розпорощенні українського дизайну в інформаційному просторі нашої держави.

У ході дослідження також вочевиднилось, що графічні дизайнери у своїх проектах майже не використовують мотиви та композиційні угруповання з писанкарства України. Хоча писанкарство є великим пластом, звідки можна черпати ідеї та запозичати характерні композиційні риси для майбутніх проектів. Геометричні знакові фігури, впроваджені в писанкарстві, є логічно вибудованими та упорядкованими, мають чітко виявлену геометричну основу, адже вони працюють з поділом правильного геометричного об'єму на складові частини, оскільки намагаються на писанки.

Список бібліографічних посилань

- Карпенко, О. (2008). Використання геометричних знаків-символів у народному декоративному та класичному авангардному мистецтві. *Мистецтвознавство України*, 9, 45-59.
- Коновалова, О.В. (2012). Мотиви української народної орнаментики як складова знакової системи національного графічного дизайну. *Сучасні стратегії університетської освіти: якісний вимір*, 13, 618-622.
- Король, А.М. (2013). *Методика трансформації етнічних зображувальних мотивів у графічному дизайні* (с. 56-60). Полтава: Видавництво ПНПУ імені В. Г. Короленка.
- Королівський, В.М. (2011). Етнічні мотиви у сучасному українському плакаті. *Вісник ХДАДМ*, 2, 116-118.

- Лоліна, Н.А. (2015). *Традиційна українська писанка: генеза та особливості геометричного орнаменту*. Київ.
- Паславська, Л.О. (2014). Традиційна символіка і орнаментика у сучасній етнодизайнерській освіті. *Мистецтвознавчі записки*, 26, 241-249.
- Селівачов, М.Р. (2005). *Лексикон української орнаментики*. Київ: АНТ.
- Солдатенко, Д.А. (2014). Сучасні тенденції в розробці фірмового стилю та рекламних повідомлень із використанням етнічних форм. *Технології та дизайн*, 2, 48-52.
- Триноженко, Л.С. (2010). Національні мотиви сучасного графічного дизайну в Україні як засіб візуальної ідентифікації. *Львівська політехніка*, 7, 188-191.
- Юрченко, І. (2014). Методика використання орнаментальних мотивів керамічних виробів фабрики І. Левинського в сучасному дизайні меблевих виробів. *Сучасне мистецтво*, 10, 249-255.
- Янішевська, Н.С. (2017). *Геометричний орнамент в образно-пластичній мові українського мистецтва 1910-1930 рр. (Культурологічний аспект)*. (Дисертація кандидата мистецтвознавства). Інститут проблем сучасного мистецтва, Київ.

References

- Karpenko, O. (2008). Vykorystannia heometrychnykh znakov-symvoliv u narodnomu dekoratyvnomu ta klasychnomu avanhardnomu mystetstvi [The use of geometric symbols in folk decorative and classical avant-garde art]. *Mystetstvoznavstvo Ukrainy*, 9, 45-59 [in Ukrainian].
- Konovalova, O.V. (2012). Motyv ukrainskoi narodnoi ornamentyky yak skladova znakovoi systemy natsionalnogo hrafichnogo dyzainu [Motives of the Ukrainian folk ornamentation as a component of a sign system of national graphic design]. *Suchasni stratehii universytetskoi osvity: yakisnyi vymir*, 13, 618-622 [in Ukrainian].
- Korol, A.M. (2013). *Metodyka transformatsii etnichnykh zobrazhuvalnykh motyviv u hrafichnomu dyzaini* [The method of transformation of ethnic pictorial motifs in graphic design] (pp. 56-60). Poltava: Vydavnytstvo PNPV imeni V. H. Korolenka [in Ukrainian].
- Korolievskiy, V.M. (2011). Etnichni motyvy u suchasnomu ukrainskomu plakati [Ethnic motives in a modern Ukrainian poster]. *Visnyk KhDADM*, 2, 116-118 [in Ukrainian].
- Lolina, N.A. (2015). *Tradytziina ukrainska pysanka: heneza ta osoblyvosti heometrychnoho ornamentu* [Traditional Ukrainian Easter egg: genesis and peculiarities of geometric ornamentation]. Kyiv [in Ukrainian].
- Paslavska, L.O. (2014). Tradytziina symbolika i ornamentyky u suchasni etnodyzainerskii osviti [Traditional symbolism and ornamentation in modern ethno-design education]. *Mystetstvoznavchi zapysky*, 26, 241-249 [in Ukrainian].
- Selivachov, M.R. (2005). *Leksykon ukrainskoi ornamentyky* [Lexicon of Ukrainian ornamentation]. Kyiv: ANT [in Ukrainian].
- Soldatenko, D.A. (2014). Suchasni tendentsii v rozrobtsi firmovoho styliu ta reklamnykh povidomlen iz vykorystanniam etnichnykh form [Contemporary trends in the development of corporate identity and promotional messages using ethnic forms]. *Tekhnologii ta dyzain*, 2, 48-52 [in Ukrainian].
- Trynozhenko, L.S. (2010). Natsionalni motyvy suchasnoho hrafichnogo dyzainu v Ukraini yak zasib vizualnoi identyfikatsii [National motifs of modern graphic design in Ukraine as a means of visual identification]. *Lvivska politekhnika*, 7, 188-191 [in Ukrainian].
- Yanishevska, N.S. (2017). *Heometrychnyi ornament v obrazno-plastychnii movi ukrainskoho mystetstva 1910-1930 rr. (Kulturolohichni aspekt)* [Geometrical ornament in figurative plastic language of Ukrainian art 1910-1930 (Cultural aspect)]. (Candidate's thesis). Institute for Modern Art Problems, Kyiv [in Ukrainian].
- Yurchenko, I. (2014). Metodyka vykorystannia ornamentalnykh motyviv keramichnykh vyrobiv fabryky I. Levynskoho v suchasnomu dyzaini meblevykh vyrobiv [Method of using ornamental motifs of ceramic products of I. Levinsky's factory in the modern design of furniture products]. *Suchasne mystetstvo*, 10, 249-255 [in Ukrainian].

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 4.1. ЕЛЕМЕНТИ ГЕОМЕТРИЧНОГО ОРНАМЕНТУ В АЙДЕНТИЦІ



Рис. 4.1.1.



Рис. 4.1.2.



Рис. 4.1.3.



Рис. 4.1.4.



Рис. 4.1.5.



Рис. 4.1.6.



Рис. 4.1.7.



Рис. 4.1.8.



LVIV 2022
APPLICANT CITY

Рис. 4.1.9.



Рис. 4.1.10.



Folk Ukraine

Рис. 4.1.11.



Запоріжжя
- енергія поколінь -

Рис. 4.1.12.



Рис. 4.1.13.



МАЙСТЕРНЯ СІЛЬСЬКИХ ІНІЦІАТИВ

Рис. 4.1.14.



Рис. 4.1.15.



Рис. 4.1.16.

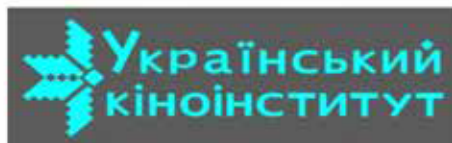


Рис. 4.1.17.

ДОДАТОК 4.2. ЕЛЕМЕНТИ ГЕОМЕТРИЧНОГО ОРНАМЕНТУ У ПЛАКАТАХ ТА ПОСТЕРАХ



Рис. 4.2.1.



Рис. 4.2.2.



Рис. 4.2.3.



Рис. 4.2.4.

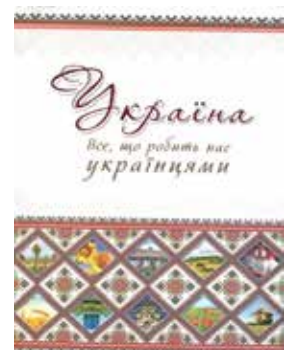


Рис. 4.2.5.

ДОДАТОК 4.3. ЕЛЕМЕНТИ ГЕОМЕТРИЧНОГО ОРНАМЕНТУ У ПАКУВАННЯХ



Рис. 4.3.1.



Рис. 4.3.2.



Рис. 4.3.3.

ДОДАТОК 4.4. ЕЛЕМЕНТИ ГЕОМЕТРИЧНОГО ОРНАМЕНТУ У БУКЛЕТАХ.



Рис. 4.4.4.

Рис. 4.4.5.