**Косів Василь Михайлович. Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини XX ст.: дисертація канд. мистецтвознав.: 05.01.03 / Харківська держ. академія дизайну і мистецтв. - Х., 2003.**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Косів В.М. Національні моделі і ґлобалізація графічного дизайну другої половини XX ст.** – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 05.01.03. – технічна естетика. Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2003.У дисертації розглянуто проблеми національної диверсифікації та ґлобальної уніфікації графічного дизайну другої половини XX ст. Автором введене нове поняття “національна модель графічного дизайну”, яке окреслюється як унікальна система комунікативних та образно-формальних особливостей творів у межах однієї країни. У дисертації вивчаються японська, корейська, іранська, швейцарська, італійська і польська національні моделі. За способом формування національні моделі розділено на дві групи: 1) сформовані національними мистецькими традиціями країни; 2) сформовані стильовими особливостями. Окремо виділено графічний дизайн в Україні та країнах, які перебувають на стадії теоретичного обґрунтування власних моделей. Ґлобалізацію графічного дизайну другої половини XX ст. розглянуто у контексті “інтернаціонального стилю”, “типографічного експресіонізму”, розробки піктограм як наднаціональної візуальної мови. Іншими чинниками ґлобалізації графічного дизайну визначено: зв’язок з економікою та візуальною ідентифікацією транснаціональних корпорацій; міжнародні контакти професіоналів та інформованість про творчість колег за кордоном; використання стилістики синхронних ґлобальних напрямків мистецтва та постмодерністичне використання відомих історичних стилів; комп’ютерні технології та засоби телекомунікації. У роботі визначено особливості використання мотивів національного мистецтва у творах графічного дизайну як засобу візуальної ідентифікації та їхнє місце у творах, пов’язаних з естетикою постмодернізму. |

 |
|

|  |
| --- |
| 1. У дисертації наведене теоретичне узагальнення і нове розв’язання наукової проблеми національних різновидів та ґлобалізації графічного дизайну, що набула нової актуальності наприкінці XX – початку XXI століття не лише в Україні. Ґлобалізаційні процеси, що призводять до стильової одноманітності, викликають диверсифікацію як антитезу. Особливо ця проблема загострюється у постколоніальних чи посткомуністичних країнах. В українському мистецтвознавчому середовищі намітилися риси політизації виступів на дану тему, у чому автор вбачає продовження хибних тенденцій радянського періоду. Проведене дослідження, завдяки неупередженому науковому підходу, містить результати, які дозволяють більш ґрунтовно з’ясувати особливості та внутрішню природу предмета.2. Огляд історіографії проблеми показав, що більшість авторів з’ясовувала вузькі її ділянки, нерідко з ідеологічно детермінованою суб’єктивністю. Нестача досліджень, близьких до теми дисертації, пояснюється нерозвиненістю графічного дизайну радянського періоду, модерністичною скерованістю в майбутнє західних авторів, відсутністю наукового підходу в середовищі дизайн-критики.3. Зібрані й опрацьовані твори графічного дизайну свідчать про стилістичну та функціональну різноманітність, яка представляє предмет дослідження. Процеси, що вивчалися, проявилися у різних формах та різних сферах суспільної комунікації, ілюструються роботами, різними за художніми і технологічними характеристиками.4. Дослідження виявило невизначеність наукових окреслень національних різновидів графічного дизайну другої половини XX ст., що зумовило введення нового поняття “національна модель графічного дизайну”. З’ясовано, що за наявністю сукупності комунікативних і формальних особливостей найбільш сформованими були національні моделі шести країн. Поділ національних моделей графічного дизайну на дві групи показав, що моделі Японії, Кореї та Ірану відображають традиції національного мистецтва. Швейцарська, італійська і польська моделі вміщають ідейні та формальні принципи лише сучасних авторів.5. З’ясовано, що національні моделі різнилися за формальними прийомами проектування. Характерним для японських дизайнерів було образно-чуттєве формування композиції; корейські автори використовували типографічний підхід; в Ірані переважали фактурні прийоми; швейцарські дизайнери застосовували структурно-атомістичні методи; італійські – абстрактне формоутворення, визначене форматом; польські автори творили концептуальні зображення нетрадиційними для дизайну техніками.6. Комунікативні відмінності національних моделей полягали у способах візуалізації повідомлення. Японські дизайнери застосовували символічний підхід; корейські – лого-центричний; іранські – історично-контекстуальний; у Швейцарії сповідували логічний, об’єктивний підхід; в Італії використовували смислоутворюючі властивості просторових, структурних і кольорових співвідношень абстрактних елементів; у польських творах переважали метафоричні трансформації змісту.7. Дослідження підтвердило, що відсутність унікальних комунікативних та формальних підходів у графічному дизайні України не дозволяє говорити про сформовану національну модель. Заклики до творення “національної моделі дизайну” реалізувалися спробами етнізації шрифтів, оздобленням творів народним орнаментом, присутністю “національних” образів чи сюжетів. Однак наведені приклади доводять, що сама національна форма, без урахування особливостей національного синтаксису комунікації, не творить національного стилю.8. Виявлено, що кінець XX ст. став початком періоду творення нових національних моделей. Однією з мотивацій цього процесу визначено пошуки антитези ґлобалізації; іншою – економічне зростання, яке деякі теоретики пов’язують із наявністю в країні “унікальної візуальної мови”. Способами формування нових моделей пропонуються використання традицій національного мистецтва та вивчення комунікативного контексту країни. Виявлено, що у багатонаціональних суспільствах цілість моделі пропонується творити шляхом додавання окремих національних особливостей.9. Результатом ґлобалізаційних тенденцій у графічному дизайні другої половини XX ст. визначено уніфікацію прийомів проектування. Вона значною мірою була зумовлена процесами, що відбувалися поза мистецькою і дизайнерською сферою. Формуванню наднаціонального графічного виразу сприяли: транснаціональна економіка, політика інтеґрації, розвиток засобів інформації та комунікації, міжнародне спілкування професіоналів, розвиток нових технологій. Проявами ґлобалізації визначено “інтернаціональний стиль” дизайн піктограм і “шрифтовий експресіонізм”.10. Дослідження показало, що закордонні контакти дизайнерів, об’єднання у міжнародні організації та інформованість про творчість колег за кордоном породжувала наслідування. Стилістичній уніфікації сприяло використання синхронних та історичних мистецьких і дизайнерських стилів. Визначено, що комп’ютерні технології впливали на графічний дизайн безпосередньо, що виражалося в єдиних можливостях формоутворення, та опосередковано, що визначалося використанням однакових способів візуалізації повідомлення.11. Аналіз комунікативних якостей об’єкта допоміг виявити, що причинами використання національних мотивів у творах графічного дизайну були їхні ідентифікаційні властивості. З’ясовано, що використання національних мотивів у 80 – 90-х роках мало також постмодерністичний характер. Доведено, що “пастіш” на стилістику творів декоративно-ужиткового мистецтва був можливим тоді, коли ці мотиви втратили ідентифікуючу функцію і сприймалися лише на формальному рівні.12. Таким чином, проаналізувавши результати дослідження, автор дійшов висновку, що складність і різноманітність процесів, які відбувалися у графічному дизайні другої половини XX ст., застерігають від однозначних формулювань стосовно цього періоду. Різні (інколи протилежні) течії та напрямки часто співіснували в одній країні. У графічному дизайні, з одного боку, відображалися зміни суспільного життя, а з іншого, – як особливий інструмент спілкування, він сам формував нові погляди і цінності, в тому числі й ті, що знайшли втілення на початку XXI століття.13. Положення дисертації доцільно використати у навчальних програмах зі спеціальності “графічний дизайн”, а також увести їх до відповідних лекційних курсів. Результати роботи можуть стати аналітичним матеріалом для вдосконалення державних програм розвитку дизайну в Україні. Вони також допоможуть дизайнерам-практикам у вирішенні конкретних завдань візуальної комунікації.14. Дисертація відкриває перспективи для подальших наукових досліджень:становлення і розвитку графічного дизайну в Україні;ролі комунікативних особливостей українського суспільства у творенні української національної моделі графічного дизайну;формування ідентичностей під впливом комп’ютерних технологій і телекомунікації;зв’язків постмодерністичної теорії мистецтва з національним формальним виразом у графічному дизайні. |

 |