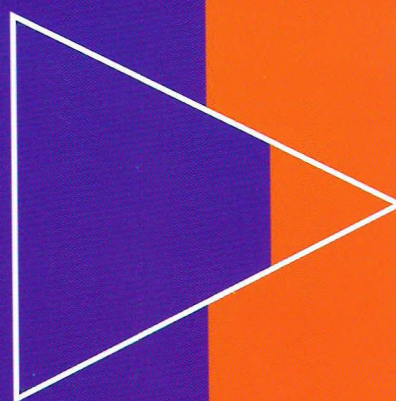


Ю.М. Білодід, О.П. Поліщук

# Основи дизайну

навчальний посібник



НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Білодід Ю.М., Поліщук О.П.

# ОСНОВИ ДИЗАЙНУ

Навчальний посібник

Видавець ПАРАПАН

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до державного реєстру видавців, виготівників  
і розповсюджувачів видавничої продукції

ДК № 922 від 22.05.2002 р.

04071, м.Київ, вул..Фролівська,1

Підписано до друку 17.02.2021 р. Формат 60х84/16  
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Друк офсетний  
Обліково-видавничі арк. 16,8. Умовно-друковані арк. 13,95.  
Наклад 1000 прим. Замовлення № 1335

Поліграфія:

Видавництво «МІЛЕНІУМ»(Київ)

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до державного реєстру видавців, виготівників  
і розповсюджувачів видавничої продукції

ДК № 535 від 19.07.2001 р.





## Зміст

ТЕМА 1: <i>Дизайн – етап естетичного освоєння світу людиною</i> .....	5
1. Естетичне в людському житті.....	5
2. Основні різновиди естетичної діяльності. Естетична свідомість. Естетична культура.....	9
3. Поняття та сутність естетичного. Естетика як наука.....	12
4. Дизайн і технічна естетика.....	16
ТЕМА 2: <i>Мистецтво як естетичний феномен. Особливості художньої творчості</i> .....	22
1. Мистецтво як результат художньо-творчої діяльності. Специфіка художньої творчості.....	22
2. Художній образ як засіб зображення реальності. Зміст і форма в мистецтві.....	28
3. Поняття виду і жанру мистецтва.....	30
ТЕМА 3: <i>Художній стиль у контексті естетично-художнього освоєння людиною світу</i> .....	41
1. Поняття художнього стилю, напрямку, течії, школи.....	41
2. Стильова своєрідність мистецтва Азії, Європи та Африки.....	44
3. Основні історичні стилі європейської естетичної культури.....	51
4. Стиль у сучасному дизайні.....	60
ТЕМА 4: <i>Естетична і художня культура сучасності</i> .....	63
1. Специфіка естетичної культури ХХ століття.....	63
2. Основні художні напрями сучасного мистецтва.....	68
ТЕМА 5: <i>Дизайн: етапи становлення, соціально-культурна та виробнича функції</i> .....	83
1. Історія виникнення та розвитку дизайну.....	83
2. Дизайн як вид естетичної діяльності. Основні сфери застосування дизайну.....	91
3. Використання дизайну в сфері економіки.....	98
ТЕМА 6: <i>Особливості формотворення в дизайні. Художнє конструювання, стилізація, декорування як засади новаційної діяльності дизайнера</i> .....	101
1. Природна і штучна форма. Специфіка форми в дизайні.....	101
2. Пошук адекватної форми як основа творчості дизайнера. Основні етапи створення нової предметної форми в дизайні.....	108
3. Композиція в дизайні.....	112
ТЕМА 7: <i>Колорит предметного середовища та його роль у людському житті. Колір у дизайні</i> .....	118
1. Поняття кольору, тону, напівтону. Хроматичні та ахроматичні кольори. Основний і неосновний колір.....	119
2. Феномен ахроматизації кольорів. Доповнюючі кольори. Кольоровий контраст. Колірне сімейство.....	124
3. Специфіка емоційно-почуттєвого сприйняття кольору. Колорит та його різновиди.....	128
4. Національно-культурна інтерпретація кольору. Сучасний символізм кольору.....	135
ТЕМА 8: <i>Фірмовий стиль. Дизайн фірмової символіки</i> .....	145
1. Поняття фірмового стилю та його функції.....	145
2. Основні константи фірмового стилю. Дизайн фірмової символіки.....	148
3. Співпраця з розробником фірмового стилю і дизайну символіки.....	159

ТЕМА 9: <i>Формоознаки приміщення, їх застосування у виробничому процесі та життєдіяльності людини. Дизайн інтер'єру</i> .....	164
1. Інтер'єр, його складові та загальні принципи організації. Композиційні особливості інтер'єру.....	165
2. Врахування функції приміщення як принцип дизайну інтер'єру.....	167
3. Роль колориту в художньому оформленні інтер'єру. Закономірності колористичної композиції.....	170
4. Світлодизайн інтер'єру, його потенціал і вимоги.....	179
5. Основні засади гармонійного декорування в сучасному дизайні інтер'єру.....	185
ТЕМА 10: <i>Потенціал дизайну в стратегії маркетингу та рекламній діяльності</i> .....	192
1. Дизайн друкованих засобів поширення реклами.....	195
2. Рекламне подання засобами радіо та телебачення: специфіка дизайнерських пошуків.....	201
3. Художнє оформлення споживчої упаковки, етикеток, елементів рекламно-спонукальних засобів.....	204
4. Основні принципи художньої організації ярмарків, виставок, ревію, дегустацій...	206
5. Дизайн зовнішньої реклами і реклама на транспорті.....	208
ТЕМА 11: <i>Дизайн одягу: специфіка, основні стилі, тенденції розвитку</i> .....	212
1. Костюм як історично-культурний феномен, динаміка розвитку та функції. Спеціальний одяг (робочий, формений, фірмовий).....	212
2. Основні елементи композиції костюма.....	217
3. Загальне уявлення про стилі одягу.....	220
4. Новаційність як основа формотворчості художника-модельєра.....	229

## Дизайн – етап естетичного освоєння світу людиною

- Естетичне в людському житті.
- Основні різновиди естетичної діяльності. Естетична свідомість. Естетична культура.
- Поняття та сутність естетичного. Естетика як наука.
- Дизайн і технічна естетика.

### Основні поняття теми:

*естетичне відношення, естетична потреба, естетична діяльність, естетична цінність, естетична свідомість, естетичне почуття, естетичний ідеал, естетична оцінка, естетичний смак, катарсис естетичні погляди.*

### 1. Естетичне в людському житті

Складний та довготривалий процес формування виду Людина Розумна виник на планеті Земля, та оточуючим світом. Процес перетворення людини з природного матеріалу та створення за допомогою праці власного світу – матеріальної та духовної культури, став основою формування нової свідомості, а відтак, і основою виникнення нових відношень людини зі світом. Саме ці відношення у самому людському середовищі. Серед усієї кількості цих відношень, що сформувались у людини (найважливіші з них – виробничі, політичні, а також – політичні, економічні, класові тощо), ще на світанку людської цивілізації відношення, котре лише у XVIII ст. було назване естетичним. Нині уявлення подібного явища та пізніше його вивчення наукою – це не лише, що воно є результатом пізніх історичних етапів розвитку людської культури. Прояви естетичного ставлення людини до оточуючої дійсності, коли людська праця в тій чи іншій сфері досягає вершини досконалості, які дозволяють людині створити щось досконале й отримати задоволення від його практичного застосування, скажімо, кам'яної сокири, виникли ще на початку людського існування. Отже, поява естетичного ставлення до реальності виникла вже на перших кроках формування людської цивілізації.

Відомий автор "Малого ілюстрованого атласу первісної людини", на основі досліджень археологічного матеріалу доводить, що за палеолітичного періоду існування людини виникли "мистецтво великих монументальних мистецтв" та "мистецтво малих мистецтв". Ці мистецтва виникли в Західній Європі до Прибайкалля. (Ян Єлінек. "Маленький атлас первісної людини". – Прага: Артія, 1983. Друге

<b>ТЕМА 9: <i>Формоознаки приміщення, їх значення у виробничому процесі та життєдіяльності людини. Дизайн інтер'єру</i></b> .....	<b>164</b>
1. Інтер'єр, його складові та загальні принципи організації. Композиційні особливості інтер'єру.....	165
2. Врахування функції приміщення як принцип дизайну інтер'єру.....	167
3. Роль колориту в художньому оформленні інтер'єру. Закономірності колористичної композиції.....	170
4. Світлодизайн інтер'єру, його потенціал і вимоги.....	179
5. Основні засади гармонійного декорування в сучасному дизайні інтер'єру.....	185
<b>ТЕМА 10: <i>Потенціал дизайну в стратегії маркетингу та рекламній діяльності</i></b> .....	<b>192</b>
1. Дизайн друкованих засобів поширення реклами.....	195
2. Рекламне подання засобами радіо та телебачення: специфіка дизайнерських пошуків.....	201
3. Художнє оформлення споживчої упаковки, етикеток, елементів рекламно-спонукальних засобів.....	204
4. Основні принципи художньої організації ярмарків, виставок, ревію, дегустацій... 206	
5. Дизайн зовнішньої реклами і реклама на транспорті.....	208
<b>ТЕМА 11: <i>Дизайн одягу: специфіка, основні стилі, тенденції розвитку</i></b> .....	<b>212</b>
1. Костюм як історично-культурний феномен, динаміка розвитку та функції. Спеціальний одяг (робочий, формений, фірмовий).....	212
2. Основні елементи композиції костюма.....	217
3. Загальне уявлення про стилі одягу.....	220
4. Новаційність як основа формотворчості художника-модельєра.....	229



## Дизайн – етап естетичного освоєння світу людиною

- Естетичне в людському житті.
- Основні різновиди естетичної діяльності. Естетична свідомість. Естетична культура.
- Поняття та сутність естетичного. Естетика як наука.
- Дизайн і технічна естетика.

### Основні поняття теми:

*естетичне відношення, естетична потреба, естетична діяльність, естетична цінність, естетична свідомість, естетичне почуття, естетичний ідеал, естетична оцінка, естетичний смак, катарсис естетичні погляди.*

### 1. Естетичне в людському житті

Складний та довготривалий процес формування виду Людина Розумна повнений низкою взаємодій та відношень між істотою, що стала вершиною еволюції на планеті Земля, та оточуючим світом. Процес перетворення людиною природного матеріалу та створення за допомогою праці власного світу життя – матеріальної та духовної культури, став основою формування нової реальності, а відтак, і основою виникнення нових відношень людини зі світом природи та відношень у самому людському середовищі. Серед усієї кількості таких стосунків, що сформувались у людини (найважливіші з них – виробничі, інтелектуальні, а згодом – політичні, економічні, класові тощо), ще на світанку цивілізації виділилось відношення, котре лише у XVIII ст. було назване естетичним. Пізніше усвідомлення подібного явища та пізніше його вивчення наукою нічим не означає, що воно є результатом пізніх історичних етапів розвитку естетичної культури. Прояви естетичного ставлення людини до оточуючої дійсності виникають тоді, коли людська праця в тій чи іншій сфері досягає вершин майстерності, які дозволяють людині створити щось досконале й отримати задоволення не лише від його практичного застосування, скажімо, кам'яної доби, а й від самого споглядання цього знаряддя праці. Отже, поява естетичного відношення людини до реальності виникла вже на перших кроках формування її творчих здібностей.

Ян Єлінек, автор “Великого ілюстрованого атласу первісної людини”, на основі узагальнення великого археологічного матеріалу доводить, що за палеолітичної епохи “наскельне монументальне мистецтво” та “мистецтво малих форм” поширюється широко від Західної Європи до Прибайкалля. (Ян Єлінек. “Численний ілюстрований атлас первісної людини”. – Прага: Артия, 1983. Друге



російське видання. – С. 287) Ми маємо тут свідчення наявності не просто естетичного відношення, а такого рівня його розвитку, який дає можливість появи феномена мистецтва. Саме в той час, а можливо й раніше, з'являється естетичне відношення людини до реальності. Необхідно враховувати, що археологи знаходять лише ті рештки матеріальної культури, які не зруйнував час. Це предмети з каменю, кісток, глини, наскельні рельєфні зображення та малюнки вохрою в печерах. І вони – тільки частка того, що виготовлялось за кам'яного віку, адже первісні люди використовували у вжитку і дерево та його кору, і лико, і шкіру тварин, та ці матеріали не збереглись. До нашого часу дійшла лише невелика часточка того, що створило людство у естетичній сфері на першому етапі свого розвитку.

Варто зазначити, що рештки матеріальної культури, на основі яких ми реконструюємо палеолітичний світ, фіксують естетичне ставлення наших далеких предків до найактуальнішого у тогочасному мисливському способі життя – до тварин, на яких полювала первісна людина, та до себе самої. І в зображеннях людини найчастіше зустрічаються зображення жінки. Значно пізніше у міфах та в перших писемних творах помічається спроба осмислити естетичне відношення людини до світу.

Мислителі Давньої Індії, Китаю, Греції звернули увагу на своєрідність способів, якими реалізується ставлення людини до світу. При чуттєвому сприйнятті предметів ставлення до них інше, ніж при раціональному. У людей, у першому випадку, формується безпосередньо-емоційне відношення до реальності. Воно виражається в конкретному переживанні – радості чи смутку, відразі або принаданості, байдужості чи співчутті, абощо. І цим чуттєве відношення докорінно відмінне від раціонального освоєння світу, для якого метою є об'єктивне пізнання сутності, що не залежить від ставлення до цього знання людини. Істина є завжди цінністю, та не завжди вона приємна для людини. Це ще раз підкреслює відмінність раціонального та чуттєвого освоєння світу людиною.

На раціональних засадах організоване передусім наукове пізнання, котре прагне теоретично осмислити основні закономірності буття, щоб потім по черпнуті знання застосувати практично в якомусь новому матеріалі, технологічному чи технічному винаході і подібному. Актуальними при такому раціонально-інформативному та раціонально-утилітарному ставленні до навколишнього середовища для людини є зовнішній об'єкт, який можливо зрозуміти, опанувати, використати, або навпаки – його необхідно остерігатись, уникати, убезпечити життя від його шкідливого впливу.

Інше ставлення до дійсності має місце у випадку, коли об'єкт відповідає духовним потребам людини. Яка користь від квітки, що не є їжею чи кулінарною приправою? Чому багато хто висаджує їх поряд зі своєю оселею або в самому помешканні? Чому приємно милуватись райдугою на небі чи ранковим світанком? Звичайно, не тому, що людина знає причини їх існування та можливості застосування. Цінністю тут є емоційно-почуттєвий стан, котрий вини-

кає внаслідок споглядання цих предметів. Вони хвилюють, дивують, розважають, безпосередньо оцінюються, як щось приємне для людини.

За психологічним механізмом дії естетичне ставлення людини до світу, котре ґрунтується на емоційно-почуттєвому відношенні до нього і виникає внаслідок безпосереднього споглядання різних предметів та явищ дійсності, є ірраціональним феноменом. Естетичне переживання значно відрізняється від переживань, які супроводжують пізнавальний акт, спрямований виключно на дослідження зовнішнього по відношенню до людини об'єкта. У естетичному переживанні цінується, мабуть, "емоційний контакт" з якоюсь предметною формою. Тут людина відчуває ступінь свого опанування предметом, що її зацікавив. В естетичному ставленні поціновується власне керування своїм емоційно-почуттєвим станом. Будь-який сторонній предмет, що естетично споглядається, виступає насамперед засобом, котрий допомагає людині здійснювати самопізнання та саморегуляцію своїм внутрішнім станом. На нашу думку, саме це визначає своєрідність естетичного ставлення людини до дійсності.

Естетичне переживання відмінне від переживань, обумовлених утилітарними турботами, не тільки своїм індивідуально-ціннісним характером і зосередженістю на внутрішньому світі особистості, а й унікальною своєю природою. Це одна з найважливіших рис людської самобутності, одна з найхарактерніших ознак, яка розмежовує Homo sapiens та інших представників вищих тварин. Не стільки високий розумовий потенціал, не стільки орудійна діяльність, як прагнення знаходитись у середовищі, що має ознаки досконалого, прекрасного, естетичного виділяють людину в світі. І розумова здатність, і орудійна діяльність у зародковому стані існують у вищих тварин, а естетичного відношення до дійсності тваринний світ не має принципово. Зупинимось на цьому дещо детальніше.

Складно, але можливо оцінити межі інтелектуальних здатностей окремих високорозвинутих тварин, наприклад, китів, дельфінів, слонів або шимпанзе. Деякі птахи та тварини здатні займатись елементарною орудійною діяльністю – маніпулювати "готовим", тобто наявним, предметом заради досягнення своєї мети. Дятлові в'юрки паличками, затиснутими в дзьобі, виймають личинок з усіляких дірочок в дереві, ворони камінням розбивають кістки та горіхи, а калани – морські видри – ним розтрощують панцирі черепашок і морських їжаків. Такий їх дар, либонь, запрограмований генетично. Але "технологічні тонкощі" добування їжі все ж таки вони розвивають у себе самі, в залежності від власного індивідуального досвіду. Шимпанзе не просто використовують "підручні матеріали", захищаючись або здобуваючи харч, вони здатні готувати найелементарніші знаряддя праці. Щоб дістати мурашок, тварина довго відбирає потрібну паличку, обдирає з неї кору, розщеплює зубами, надаючи їй певної форми, і тільки потому "запускає" в мурашник! І все це для того, щоб поласувати мурашиною кислотою.

Однак, проблематичним є пошук фактів естетичного ставлення тварини до навколишнього середовища, а тим більше до себе самої. Тільки деякі риби та птахи наділені рідкісним інстинктом – "протоестетизму". Це явище ще не-

достатньо досліджене наукою. Чому, власне, прикрашається гніздо чи простір навколо нього, отримує тварина задоволення від цього чи ні? Найбільш вражаючим проявом “протоестетизму” є побудова особливих конструкцій з гілок та їх оздоблення альтаночниками, птахами з родини горобиних. Що тільки тут не знаходять: квіти, ягоди, мох, каміння, пір’їни, черепашки, ножі, виделки, зубні щітки, пряжки, найсправжніснік коштовності і ...навіть штучне око! Два види альтаночників розфарбовують до того ж чорною замазкою – сумішшю вугілля і слини – свої “шлюбні будиночки” зсередини. Але це не естетична діяльність, говорити про наявність у них естетичних почуттів не доводиться. Проведені експерименти засвідчують, що шалаш є своєрідною “вторинностатевою ознакою” самця, перенесеного з живої пташки на неживий об’єкт. Тобто, чимось подібним до хвоста павича або “пісень кохання” глухаря. Тільки статевозрілі самці в період “шлюбних залищів” будують такі “бесідки” і “розважаються” біля них. У самок, молодих чи кастрованих самців прояви “протоестетизму” не фіксуються.

Прагнення прикрашати себе, зброю, предмети побуту, оселю притаманні людині з досить ранніх етапів антропосоціогенезу. Важко зрозуміти, з якою метою неандертальці оздоблювали рогами диких тварин могили своїх померлих родичів. Кроманьйонцями створені не лише перші твори людського мистецтва – печерні малюнки, наскальні гравірування, глиняні та кам’яні статуетки, різблення по кістці та інше. Ними широко практикувалось пофарбування, передусім вохрою, підлоги і навіть стін своїх помешкань. Людина кам’яного віку до того ж оздоблювала, досить складно, свій одяг та зброю, використовувала різноманітні прикраси. Науковці були вражені, наприклад, знахідкою поховання чоловіка і двох підлітків на стоянці Сунгир (Росія). Їх хутрянний одяг був колись гаптований візерунками з нарізаного з кістки бісеру, багато бісерин до того ж мали на собі орнаментальні гравірування, оздобленими були головні убори та зброя. На вбранні чоловіка збереглося біля 20 000 таких бісерин! Це засвідчує складність внутрішнього світу наших далеких предків. І хоча зараз важко сказати магічне чи естетичне відношення до дійсності фіксують твори первісного мистецтва та різноманітні оздоблення повсякденних предметів, однак незаперечним лишається факт – вони виникають внаслідок естетичного ставлення до дійсності. Це результат вмотивованої людської діяльності. І процес виготовлення прикрас та подальшого їх використання відбувався на якомусь емоційно-почуттєвому та ідейно-почуттєвому фоні людини. В подальшому емоційність та експресивність почали цінуватися все більше і більше.

Але естетичне відношення особистості до дійсності ґрунтується не тільки на його емоційно-почуттєвому підґрунті. Естетичне несе в собі могутній пласт ірраціонального, позасвідомого. І в той же час в естетичному ставленні завжди присутній раціонально-логічний елемент. Це визначає існування багатьох різновидів людської естетичної діяльності. Емоційно-експресивний компонент найсильніше проступає в художньо-творчій, художньо-рецептивній і рецептивно-естетичній діяльності, а раціонально-логічний – в естетично-теоретичній та естетично-виховній.



## 2. Основні різновиди естетичної діяльності. Естетична свідомість. Естетична культура

У *художній творчості* за допомогою зміни елементів реальності створюються естетично-цінні процеси і предмети – твори живопису, музики, скульптури, графіки та подібного. Ці витвори самобутні та неповторні, тобто не мають природних чи рукотворних аналогів. У художньо-творчій діяльності найчастіше спонукальною основою активності людини виступає прагнення пережити особливий душевний стан творчого натхнення. Естетичне освоєння світу людиною включає в себе не лише художню творчість, а й інші види естетичної діяльності.

*Художньо-рецептивна та рецептивно-естетична діяльність* пов'язані не з особистим творчим процесом, а чуттєвим сприйманням об'єктів – творів мистецтва, окремих предметів, людських вчинків. Фіксування особливостей різних форм предметів і поява внаслідок цього у людини певних емоційно-почуттєвих станів та думок складають сутність рецептивно-естетичної діяльності. Тут споглядатись може будь-що: листок на дереві, одяг та зовнішність випадкового перехожого чи багрянець заходу Сонця, коли він привернув увагу людини. Її емоційні почуття можуть бути різними – від естетичного захоплення до несамовитої відрази. Естетичне сприймання людиною творів мистецтва чи процесу їх творення є її художньо-рецептивною діяльністю. Включення в неї найчастіше має доцільний характер. Залучення до споглядання мистецьких витворів людиною передусім є способом регулювання власного емоційно-почуттєвого стану, незалежно від того усвідомлює вона це чи ні. В рецептивно-естетичну діяльність включення найчастіше відбувається мимовільно.

*Утилітарно-повсякденна естетична діяльність* спрямована на естетичне освоєння об'єктів дійсності у сфері побуту, виробництва, наукової творчості, спорту та іншого або переслідує викликання якогось ідейно-емоційного стану в людини при різних обрядах, церемоніях, формах спілкування тощо.

Внаслідок *теоретичної естетичної діяльності* людство збагачується знаннями про сутність, специфіку, закономірності естетичного відношення людини до дійсності, способи і форми її естетичного опанування. Вона направлена на дослідження естетико-культурних феноменів, вироблення певних естетичних концепцій, теорій і поглядів тощо.

*Естетично-виховна діяльність* пов'язана з творенням естетичних ідеалів, винесенням естетичних суджень і оцінок, викликанням конкретних естетичних почуттів при спогляданні певного об'єкта, культивуванням соціально прийнятних естетичних смаків, що у своїй єдності виховують у пересічної людини певне ціннісне ставлення до дійсності. Це відношення має як усвідомлений, так і неусвідомлений характер, оскільки формується і через навчання, й через традиції народу.

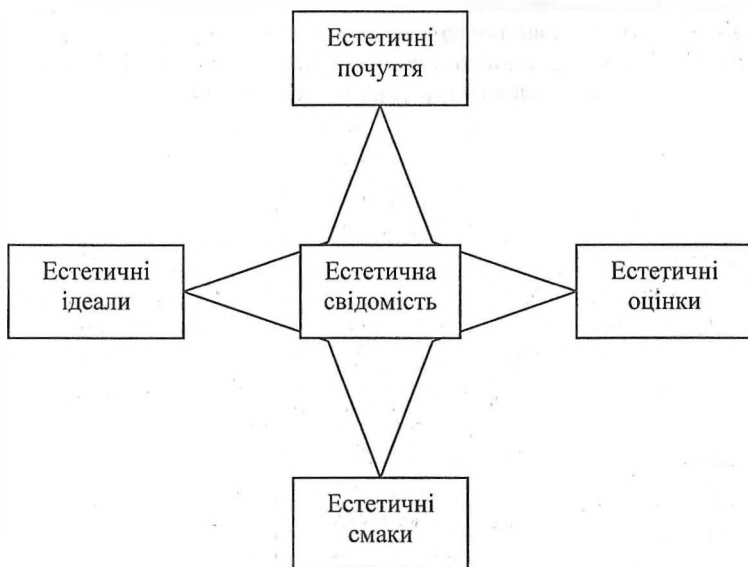
Естетичне освоєння дійсності людиною відбувається в процесі її діяльності, але таке освоєння неможливе без естетичних почуттів, оцінок, смаків, ідеалів.



Рис. Основні різновиди естетичної діяльності

**Естетичне почуття** є складним духовним переживанням. Воно не задається від народження, а формується в результаті соціалізації людини. Засвоєні нею естетичні та художні культурні цінності спільноти, до якої вона належить, визначатимуть в подальшому її ставлення до якостей різних предметних форм – кольору, величини, силуету, місцезнаходження у системі тощо. “Культурні моделі” естетичного відношення до явищ буття виступають своєрідними еталонами, через призму яких проступатиме індивідуальне через співвідношення, порівняння цього об’єкта з іншими предметами чи естетичними ідеалами виникає їх **естетична оцінка**, як конкретне ставлення суб’єкта естетичного прояву стосовно до кожного з них. Вона з’являється на основі наявних у нього естетичних почуттів і також не є вродженим феноменом, а породженням конкретних умов життя людини.

На основі естетичних оцінок особистості формуються її **естетичні смаки**. Це складні духовні переживання, котрі творяться на основі вибору найбільш принадного об’єкта естетичної взаємодії. Іншими словами, естетичний смак є певною естетичною орієнтацією, яка ґрунтується на тому, що естетичним суб’єктом (особистістю чи окремою групою) надається перевага тому чи іншому об’єкту, обирається спосіб естетичної взаємодії з ним. Така орієнтація залежить від творчо перероблених культурно-історичних естетичних ідеалів та цінностей.



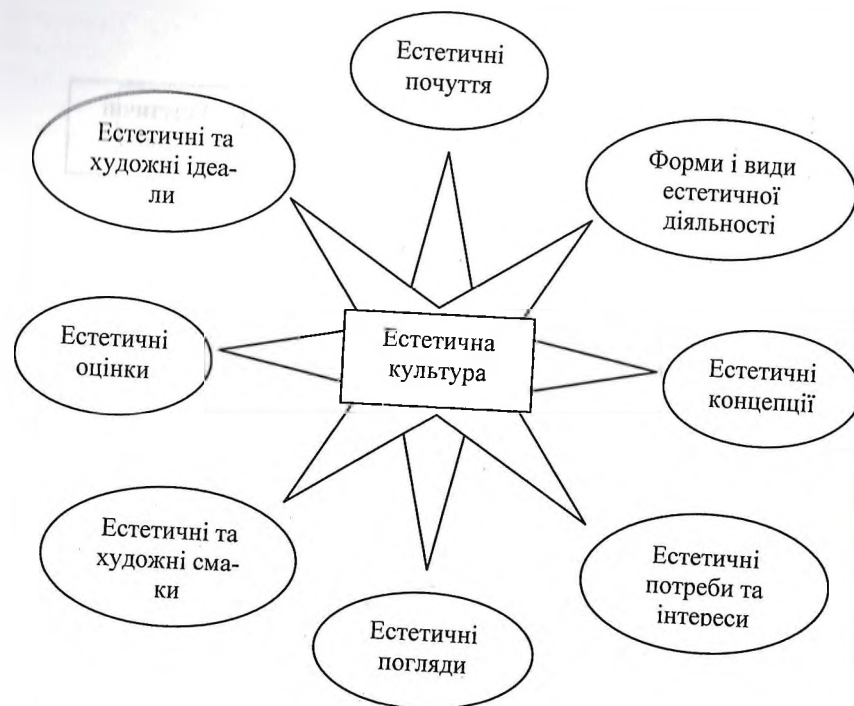
Сх. Основні складові естетичної свідомості особистості

Важливим елементом естетичної свідомості, індивідуальної чи суспільної, виступають *естетичні ідеали* як уявлення про найвищу досконалість у дійсності, які впливають на ставлення до природи, культури, людини. Естетичний ідеал – сукупний образ про щось естетично максимально жадане, проте в повному обсязі ніколи не досяжне, оскільки він є узагальненням та гіперболізацією найкращого з точки зору особистості та суспільної думки. В ньому фіксується щось найбільш цінне з естетичної точки зору, але існуюче у формі якоїсь низки різних предметів. Це лише ідеальне уявлення про досконале, властиве людині певної історичної доби. Візьмемо хоча б уявлення про ідеал жіночої вроди: наскільки він мінливий, наскільки по-різному трактується краса жінки: “місяцеподібне обличчя”, “виступає, наче пава, величаво”, “біле личко, чорні бровенята”, “йде, немов би гусочка пливе” тощо. Через свою уявну, ідеальну природу естетичний ідеал є “ціннісною міркою”, через призму якої здійснюється пошук і відбір найбільш бажаного і принадного. Відібрані зразки досконалого, як реальні об’єкти, наділені тільки деякими характеристиками, цінними для естетичного суб’єкта. Це лише певні “подобі” найвищої досконалості.

В єдності притаманні окремим особистостям елементи їх естетичної свідомості, форми, різновиди та матеріалізовані наслідки їх естетичної діяльності складають *естетичну культуру* соціуму, котра є невід’ємним елементом людської культури. Одні з її елементів, як то естетичні почуття, смаки, ідеали та



інші складові естетичної свідомості, формують духовно-ідеальне ставлення людини до світу. Інші виступають компонентами матеріальної культури людства (музеї, бібліотеки, концертні зали, виставочні експозиції і тому подібне), що забезпечують задоволення духовних потреб людства.



Сх. Естетична культура соціуму: основні елементи

### 3. Поняття та сутність естетичного. Естетика як наука

Термін "естетика" грецького походження. Традиційно його пов'язують з поняттям "естетикос" – почуттєвий. До наукового обігу його впровадив німецький філософ і теоретик мистецтва Олександр-Готліб Баумгартен (1714–1762) в середині XVIII століття. Цим терміном він намагався виділити нову галузь наукового дослідження. Його обґрунтування необхідності нового "філософського розділу" базувалось на вченні Лейбніца, який виділив у людській духовності три сфери: розум, волю, почуття. Баумгартен відзначав, що розум достатньо вивчається філософією. Воля, за уявленням німецького філософа, вже до-

сить вивчена і продовжує вивчатись етикою. Почуття, як важлива людська властивість, виявились "обділені увагою" з боку філософської науки. Баумгартен намагається сформувати нову науку про почуття. Називає він її естетикою від грецьких слів "естезис" – відчуття, чуттєвість, сприймання та "естетикос" – почуттєвий. *Естетика*, за уявленням її хрещеного батька, задумувалась як *теорія чуттєвого сприйняття*. З курсу філософії відомо, що людські відчуття – це початок сприйняття людиною оточуючого світу. Без відчуття немає процесу пізнання. Теорія відчуттів входить у гносеологію – розділ філософії, який займається процесом пізнання людиною світу. Цю недостатньо впевнену позицію естетики як нової науки відчув і Баумгартен. Тому свою теорію він розгортає не як теорію відчуття, а як теорію людських переживань, людської чуттєвості у зв'язку із задоволенням людиною своєї потреби у досконалому. Для нього *естетика має бути вченням про досконале у світі явищ, про досконалість чуттєвого пізнання, удосконалення людського смаку*. Мова йде не так про інформаційну сторону людської психічної активності, як про емоційну активність та емоційне задоволення чи незадоволення від споглядання прекрасного, досконалого, піднесеного, героїчного абощо. Особливості інтелектуального пізнання, на думку Баумгартена, має вивчати логіка як складова гносеології. Вона повинна досліджувати способи і засоби набуття людиною істинних знань. Естетика ж повинна зосереджуватись на осмисленні шляхів удосконалення людських смаків у процесі чуттєвого пізнання світу.

У зв'язку з таким розумінням предмета нової науки, ним започаткований поділ естетики на теоретичну і практичну. Перша має досліджувати загальном специфіку почуттєвого сприймання людиною дійсності, опрацьовувати проблему досконалого, прекрасного, красивого, а інша – займатись специфікою чуттєвого освоєння світу художніми засобами. Така особливість трактування предмета естетичної науки, котра полягає в окресленні його структурної складності, існує і на сьогодні. Естетика тяжіє, з однієї сторони, до філософського, психологічного, культурологічного знання, яке осмислюється у контексті цінніснолюдського, ціннісного відношення до різноманітних природних форм та форми протікання соціальних явищ. З іншої сторони, вона послуговується знанням мистецтвознавства, літературознавства, музикознавства та інших прикладних наук, що досліджують окремі види мистецтва.

Деякий час естетику трактували та ще й зараз трактують, як "*філософію прекрасного*", "*філософію мистецтва*" або "*філософію художньої творчості*". Таке розуміння її предмета започатковане німецьким філософом Георгом-Вільгельмом-Фрідріхом Гегелем (1770–1831). Він вважав, що естетика повинна вивчати тільки такий феномен людської культури, як мистецтво, передусім художню творчість, внаслідок якої і виникають твори мистецтва. Гегель запропонував навіть відмовитись від терміна "естетика", котрий слід замінити поняттям "філософія мистецтва" або "філософія художньої творчості". На його думку, основною проблемою, яка має досліджуватись у сфері художньої творчості, є "царство прекрасного".



Іноді естетику вважають наукою про естетичну діяльність людини загалом, котрою мають осмислюватись художні аспекти естетичного освоєння людиною дійсності. Адже естетичний елемент властивий не лише художній творчості, а й багатьом іншим видам, формам, сферам людської діяльності: обрядам, карнавалам, пластичній хірургії, моделюванню одягу, кулінарії, парфумерії, косметичі та тому подібному. Естетичний компонент конкретних позахудожніх різновидів практики людини теж має входити в предмет дослідження естетичної науки. Вона не повинна зосереджуватись виключно на аналізі феноменів мистецтва та його основі – художній творчості. Царина теоретичного осмислення естетики, за таким міркуванням, значно ширша – шляхи людського “освоєння світу за законами краси”. Такий підхід має дуже давню традицію, на мовах багатьох народів мистецтвом позначають щось досконале, майстерно виготовлене та ззовні привабливе для людини. Наприклад, середньовісний мислитель кінця IX – середини X століття Фарабі мистецтвом називає медицину, риторичу, вироблення килимів та тканин.

У всякому випадку, під естетикою з часів Баумгартена стали розуміти науку, що відгалузилась від філософії і розпочала займатись своїм, певним предметом вивчення. Актуальним для цієї науки визнається дослідження процесу естетичного освоєння світу людиною як особливого ціннісного ставлення до нього, де цінністю виступає набуття певного емоційно-почуттєвого стану від споглядання кольору, форми, місцезнаходження предметів, тривалості та впорядкування процесів. Не менш цікавим для сучасної естетики є також аналіз художньої діяльності людини: специфіки і причин художньої творчості, природи художньої обдарованості, впливу мистецтва на людину.

Зазначимо, що проблемами, які зараз осмислюються естетикою, людський розум цікавився вже давно. Історія естетичної думки сягає тих часів, коли зародилось уявлення про прекрасне, тобто доісторичної доби. З цієї точки зору, естетичне – ровесник не філософії, а міфу. Перші визначення прекрасного ми знаходимо саме у міфах. Мова йде про той період розвитку людської духовності, у якому ще не розпочався процес наукового осягнення світу людиною.

Поява науки, як способу пізнання реальності, не відразу призвела до викремлення спеціальних галузей знань. Так трапилось і з естетикою, деякі положення якої були “розчинені” в філософії, теології, етики та інших напрямках людинознавства. Досить рано з’явилися теоретичні праці про види мистецтва, пов’язані з літературною творчістю. Поезії, скульптурі, музиці присвячувались своєрідні теоретичні розвідки ще в стародавні часи. Однак загальна теорія прекрасного була надзвичайно довго відсутня, на що й звернув увагу Баумгартен. Йому і належить честь “закладання першого каменю” у підвалину теорії про естетичну сторону людського життя.

Що ж виступає на сьогодні предметом дослідження естетики? Значна кількість науковців, які працюють у цій галузі, вважають її предметом прекрасне.

Але естетичне, з нашої точки зору, охоплює значно більшу частину проявів людського життя, аніж прекрасне. Тому її предмет можна окреслити в

наибільш загальному розумінні так: естетика – це наука про відображення світу людиною з точки зору вищих проявів його досконалості, це наука про загальнолюдську цінність – чуттєву культуру людини та ставлення до неї у вищих вимірах духовності та гуманізму. Іншими словами, естетика – це наука про специфіку, закономірності художнього пізнання і художнього освоєння людиною світу.

На відміну від раціонально-логічного відображення фрагментів навколишнього середовища, де увага зосереджується на типовому, тобто на такому, яке наявне в усіх подібних об’єктах, естетичне сприймання фіксує нетипове, неповторне, унікальне, що міститься у предметах та явищах дійсності. Естетична особливість виокремлення нетипового спрямована на пошук рис з характеристиками найбільшої досконалості та привабливості. Тут має місце інший рівень набуття інформації: фіксуються дані не для типізації та класифікації об’єктів, а для їх специфікації. Мета такого відбору – формування основи для ідеалу, а відтак пошук майбутнього в наявному. При художньому пізнанні аналізується не те, чим подібні предмети, а навпаки, в чому полягає їх неподібність, несхожість і яка цінність цих “несхожостей”.

Тому людина з високим рівнем розвитку естетичної культури інакше сприймає світ і ставиться до нього по-іншому в порівнянні з пересічною. Вона налаштована на гармонійні стосунки з елементами дійсності (природної та суспільної). До того ж, у неї в більшій мірі проявляється нахил до вільного вияву своїх позитивних задатків, вона прагне досконалості у будь-якій сфері діяльності. У неї нагромаджується високий творчий потенціал.

Предмет естетики чимось перегукується певною мірою з предметом етики. Остання вивчає загальнолюдські принципи в нормах стосунків людей, але в естетичному відношенні загальнолюдське набирає досконалих форм. Візьмемо, наприклад, моральну норму як привітання. Привітатись з товаришами, знайомими, родичами, колегами означає бути вихованим, тобто в якійсь формі соціалізованим. Найчастіше це роблять звичайним, нічим не примітним способом, інколи навіть дещо грубовато за формою і дією, а часом вітаються вишукано, досконало, приємно не лише для особи, з якою вітаються, а навіть й для спостерігачів. В останньому випадку вимагається зробити це естетично досконалими формами.

Естетичне включає в себе два основних компоненти: це обов’язково прояв чогось загальнолюдського, й обов’язково цей прояв має високу вишуканість, можливо, найвищу досконалість форми. Той факт, що людські естетичні уподобання мають індивідуальну характеристику, зовсім не заперечує наше твердження про сутність естетичного. Розмаїття естетичних реагувань і оцінок на індивідуальному рівні залежить від естетичної культури соціуму, естетичного розвитку конкретної особи.

Але при всій несхожості індивідуальних естетичних оцінок, смаків та переживань позитивними вони будуть лише в тому випадку, коли утримують в собі щось, що має загальнолюдську значимість, коли узгоджуються з прийня-



ними на теренах конкретно-історичної спільноти естетичними поглядами і ідеалами.

Як зазначалось раніше, розуміння естетичного, а відтак і формування поняття естетичного з'явилося у людській свідомості відносно недавно. Людина йшла до усвідомлення естетичного через формування системи понять, що склались історично: користь, приємність, краса, піднесене тощо, починаючи від витоків цивілізації. Баумгартен започаткував теоретичну розробку категорій естетики і визначив предмет естетики як науки. З того часу пройдено складний шлях становлення системи понять даної науки. Значний вклад у розвиток естетики зроблено й вітчизняними вченими. Досить навести лише таких, як С. Гольдентрихт, В. Ільєнков, А. Канарський, Д. Кучерюк, Л. Левчук, М. Лавицький, Г. Недошвін, В. Панченко, Г. Поспелов, В. Толстих, Є. Ульянов та інші. Сучасна теорія естетики відповідає рівню естетичної культури суспільства.

В поняття естетичного закладено такі фундаментальні ідеї:

1. Світ естетичного – це сфера людського духу, вільного від повсякденної потреби, від егоїстичного інтересу та вигоди, що підіймається до глибоко гуманістичного відношення до буття та його елементів.

2. Світ естетичного – це сфера гармонії природного та соціального, індивідуального і суспільного, духовного й матеріального, свободи та необхідності. В цілому вона є сферою гармонії людини та космосу-всесвіту, у всьому багатстві проявів відношення “людина – світ”.

3. Світ естетичного – це сфера людської активності, в якій відбувається діалектичне зняття “свободи-волі і необхідності”.

#### 4. Дизайн і технічна естетика

Естетика має свою історію, вона спирається як на досягнення попередніх поколінь в осягненні прекрасного, досконалого, вишуканого, гармонійного так і загалом на передову сучасну суспільну думку. В різний історичний час поясненні та трактуванні кожного естетичного явища чітко відображається загальний рівень людської культури, характер соціально-економічних та суспільно-політичних параметрів епохи, історична доля народів та цілих континентів. Скажімо, естетичні вподобання європейців та азіатів різнились протягом всього періоду історичного розвитку цивілізації.

Існують загальні тенденції розвитку естетичної активності, які проявляються в глобальних процесах соціокультурного розвитку людства загалом. Однією з них є формування та утвердження в двадцятому столітті *дизайну*, як виду естетичної діяльності людини.

Соціокультурна та виробнича діяльність людини від моменту її виникнення склалась таким чином, що естетичний момент був вплетений у повсякденну життєву практику, в людську виробничу активність. Первісна людина від виготовлення хорошої кам'яної сокири почала отримувати не лише користь, а й певне задоволення від форми вдалого виробу. Ось таке задоволення вже можна кваліфікувати як виток естетичного почуття людини. При появі ремесла,

як окремого виду діяльності, процес обміну вимагав не лише якісного виробу ремісника, а й якихось зовнішніх естетичних характеристик виробу, котрі б робили його більш придатним та конкурентноздатним на ринку. Естетичний елемент був присутній у роботі кожного ремісника, кожного виробника, який виходив зі своїм товаром на ринок. І так було до кінця дев'ятнадцятого століття, до того часу, доки ринок не завоювали повністю товари масового промислового виробництва.

В промислових виробках кінця XIX – початку XX століття естетичний елемент почав катастрофічно зникати. Зовнішній вигляд товару визначався конструктором, тобто інженером, можливо і техніком, для яких головною метою було створити предмет, котрий би задовольняв певну людську потребу і безвідмовно функціонував, був доступним при його застосуванні. Зовнішній вигляд предмета людину-конструктора з інженерною освітою цікавив менше. Скажімо, важливіше було, щоб літак летів, і байдуже, як він виглядав. Прекрасно було вже те, що людина летить чи їде в самобіжному візку (авто), розмовляє по телефону на великій відстані від абонента і тому подібне. Поступово людину стала оточувати величезна кількість “технічних монстрів”, які в більшій мірі подавляли цю людину, ніж робили її життя зручним та естетично приємним.

До потреби естетичного оформлення товару виробничника штовхав той же ринок – необхідність реалізувати товар. Але зовнішнє оздоблення виробу мало враховувало прагнення людей бути непересічними, володіти чимось неповторним, не робило предмет одночасно зручнішим і привабливішим при використанні. Людина найчастіше мусила просто пристосовуватись до машини, технічного пристрою, того чи іншого продукту індустріального виробництва, а не навпаки.

Потреба змінити ситуацію, зробити техногенне середовище не просто придатним для людського життя, а й якомога сприятливішим для буття людини викликала до життя *дизайн*. Походження самого терміну виводять від англійського *design* – проектувати, конструювати.

Досить часто замість поняття “*дизайн*” використовують, як синоніми, терміни: “*технічна естетика*”, “*художнє конструювання*”, “*художнє проектування*”, “*художнє моделювання*”. Також побутує думка, що технічна естетика є теоретичною основою дизайну. Вона має досліджувати його суспільну природу, закономірності розвитку, принципи та методи художнього проектування, проблеми професійної творчості та майстерності спеціаліста-дизайнера. Іншими словами, технічна естетика вивчає соціально-культурні технічні та естетичні проблеми формування засобами промислового виробництва гармонійного предметного середовища для життя та діяльності людини.

Мета, яку ставить перед собою дизайн як вид діяльності, – це створення передусім індустріальними засобами естетично і функціонально сприятливих умов життя, праці та відпочинку. *Фахівці з дизайну – дизайнери* – розробляють зразки раціонального, досконалого, гармонійно організованого й



ними на теренах конкретно-історичної спільноти естетичними поглядами та ідеалами.

Як зазначалось раніше, розуміння естетичного, а відтак і формування поняття естетичного з'явилося у людській свідомості відносно недавно. Людина йшла до усвідомлення естетичного через формування системи понять, що склалися історично: користь, приємність, краса, піднесене тощо, починаючи від витоків цивілізації. Баумгартен започаткував теоретичну розробку категорій естетики і визначив предмет естетики як науки. З того часу пройдено складний шлях становлення системи понять даної науки. Значний вклад у розвиток естетики зроблено й вітчизняними вченими. Досить навести лише таких, як С. Гольдентрихт, В. Ільєнков, А. Канарський, Д. Кучерюк, Л. Левчук, М. Лівшиц, Г. Недошвін, В. Панченко, Г. Поспелов, В. Толстих, Є. Ульянов та інші. Сучасна теорія естетики відповідає рівню естетичної культури суспільства.

В поняття естетичного закладено такі фундаментальні ідеї:

1. Світ естетичного – це сфера людського духу, вільного від повсякденної потреби, від егоїстичного інтересу та вигоди, що підіймається до глибоко гуманістичного відношення до буття та його елементів.

2. Світ естетичного – це сфера гармонії природного та соціального, індивідуального і суспільного, духовного й матеріального, свободи та необхідності. В цілому вона є сферою гармонії людини та космосу-всесвіту, у всьому багатстві проявів відношення “людина – світ”.

3. Світ естетичного – це сфера людської активності, в якій відбувається діалектичне зняття “свободи-волі і необхідності”.

#### 4. Дизайн і технічна естетика

Естетика має свою історію, вона спирається як на досягнення попередніх поколінь в осягненні прекрасного, досконалого, вишуканого, гармонійного, так і загалом на передову сучасну суспільну думку. В різний історичний час у поясненні та трактуванні кожного естетичного явища чітко відображається загальний рівень людської культури, характер соціально-економічних та суспільно-політичних параметрів епохи, історична доля народів та цілих континентів. Скажімо, естетичні вподобання європейців та азіатів різнились протягом всього періоду історичного розвитку цивілізації.

Існують загальні тенденції розвитку естетичної активності, які проявляються в глобальних процесах соціокультурного розвитку людства загалом. Однією з них є формування та утвердження в двадцятому столітті *дизайну*, як виду естетичної діяльності людини.

Соціокультурна та виробнича діяльність людини від моменту її виникнення складалась таким чином, що естетичний момент був вплетений у повсякденну життєву практику, в людську виробничу активність. Первісна людина від виготовлення хорошої кам'яної сокири почала отримувати не лише користь, а й певне задоволення від форми вдалого виробу. Ось таке задоволення вже можна кваліфікувати як виток естетичного почуття людини. При появі ремесла,

як окремого виду діяльності, процес обміну вимагав не лише якісного виробу ремісника, а й якихось зовнішніх естетичних характеристик виробу, котрі б робили його більш придатним та конкурентноздатним на ринку. Естетичний елемент був присутній у роботі кожного ремісника, кожного виробника, який виходив зі своїм товаром на ринок. І так було до кінця дев'ятнадцятого століття, до того часу, доки ринок не завоювали повністю товари масового промислового виробництва.

В промислових výroбах кінця XIX – початку XX століття естетичний елемент почав катастрофічно зникати. Зовнішній вигляд товару визначався конструктором, тобто інженером, можливо і техніком, для яких головною метою було створити предмет, котрий би задовольняв певну людську потребу і безвідмовно функціонував, був доступним при його застосуванні. Зовнішній вигляд предмета людину-конструктора з інженерною освітою цікавив менше. Скажімо, важливіше було, щоб літак летів, і байдуже, як він виглядав. Прекрасно було вже те, що людина летить чи їде в самобіжному візку (авто), розмовляє по телефону на великій відстані від абонента і тому подібне. Поступово людину стала оточувати величезна кількість “технічних монстрів”, які в більшій мірі подавляли цю людину, ніж робили її життя зручним та естетично привабливим.

До потреби естетичного оформлення товару виробничника штовхав той же ринок – необхідність реалізувати товар. Але зовнішнє оздоблення виробу мало враховувало прагнення людей бути непересічними, володіти чимось неповторним, не робило предмет одночасно зручнішим і привабливішим при використанні. Людина найчастіше мусила просто пристосовуватись до машини, технічного пристрою, того чи іншого продукту індустріального виробництва, а не навпаки.

Потреба змінити ситуацію, зробити техногенне середовище не просто придатним для людського життя, а й якомога сприятливішим для буття людини викликала до життя **дизайн**. Походження самого терміну виводять від англійського *design* – проектувати, конструювати.

Досить часто замість поняття “дизайн” використовують, як синоніми, терміни: “технічна естетика”, “художнє конструювання”, “художнє проектування”, “художнє моделювання”. Також побутує думка, що технічна естетика є теоретичною основою дизайну. Вона має досліджувати його суспільну природу, закономірності розвитку, принципи та методи художнього проектування, проблеми професійної творчості та майстерності спеціаліста-дизайнера. Іншими словами, технічна естетика вивчає соціально-культурні технічні та естетичні проблеми формоутворення засобами промислового виробництва гармонійного предметного середовища для життя та діяльності людини.

Мета, яку ставить перед собою дизайн як вид діяльності, – це створення передусім індустріальними засобами естетично і функціонально сприятливих для людини умов життя, праці та відпочинку. *Фахівці з дизайну – дизайнери – розробляють зразки раціонального, досконалого, гармонійно організованого й*

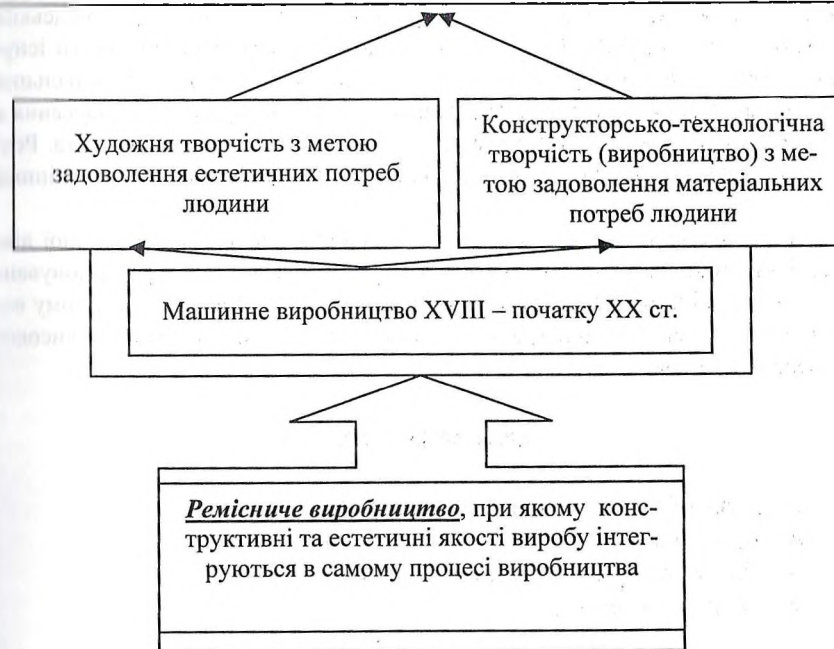
оформленого технічного середовища, доцільних, зручних та привабливих промислових виробів, тобто надають різноманітним техногенним елементам людського буття естетичних властивостей. У дизайні естетика та промислові методи виробництва "пішли один одному назустріч". Масове застосування дизайнерських послуг у промисловості, архітектурі, облаштуванні побуту та житла, обладнанні громадських місць, місць відпочинку і тому подібного призвело до формування сучасного середовища людського буття. Дизайн знов повернув естетичний компонент у виробничу сферу й у всі сторони людського життя. Він сприяє гуманізації предметно-просторового середовища, в якому щоденно доводиться перебувати людині. Завдяки дизайну з'явилась можливість удосконалення технології та техніки у напрямку гармонізації життя людини в техногенному середовищі. Саме внесення естетичного компонента у виробничу і технічну сферу спричинило виникнення дизайну. Він стимулює виробництво товару, котрий не просто має споживчу властивість, а й задовольняє естетичну потребу людини. Якщо виробничник включає, як необхідну ланку, в свою діяльність дизайн, цим він забезпечує зростання своїх прибутків. Скажімо, шведська фірма "Абсолют" домоглась величезного успіху на світовому ринку не лише і не стільки завдяки якості своєї продукції, стільки завдяки унікальному дизайнерському оздобленню пляшок та дизайнерській проробці рекламних кампаній. Продукція фірми стала конкурентноздатною через свою зовнішню принадасть для покупця, хоча споживацькі якості продукту фірми "Абсолют" не набагато переважають продукцію багатьох подібних виробників в Європі та Америці.

В умовах товарної насиченості ринку виграє той, хто не просто пропонує якісний, повноцінний для масового споживача товар, а й вміє його естетично подати. У продавців взуття давно існує правило: "Хочеш продати взуття, продавай красиві ноги". Сучасні українські виробники програють на світовому і на внутрішньому ринку часто не через якість продукції, а через відсутність її дизайнерського супроводу. Дизайнерська служба в Україні фактично лише розпочинає свій вплив на виробництво, але перспектива виробництва для масового споживача буде лише тоді прибутковою, коли товар задовольнятиме як утилітарно-споживацькі, так і естетичні потреби людини. Період товарного голоду для багатьох народів відходить в минуле. Людство все більше бажає задовольняти свої потреби не будь-яким, а ще й естетичним способом. Людину в цьому випадку цікавить не тільки сутність, а й естетична форма задоволення певної власної потреби. Виробництво і рекламування певного товару якогось підприємства може вестись без врахування естетичних смаків покупців. Але він не буде приваблювати покупця своїми естетичними якостями. В цьому випадку, при товарній насиченості ринку, банкрутство такого підприємства неминуче.

Естетика та дизайн нині стають такими сферами прояву людської активності, без яких у наш час не може ні сформуватись всебічно розвинена особистість, ні успішно функціонувати. Більше того, як тільки в конкретній люд-

ській діяльності перестає реалізовуватись естетичний компонент, особливо наглядно це проступило в умовах цивілізованого світу XX століття, відповідний вид діяльності починає деградувати.

Сучасне виробництво, в якому поєднуються конструктивні, функціональні характеристики виробів з естетичними та ергономічними властивостями, що й реалізується в процесі виникнення дизайну



Сх. Історія появи дизайну

В цій проблемі є ще один аспект. Людство в кінці XX століття вийшло за межі соціально-економічного розвитку, які змушують його прискіплено відслідковувати і всебічно оцінювати увесь свій попередній історичний шлях. Настав час вдумливо аналізувати можливі перспективи свого подальшого розвитку з врахуванням усіх надбань минулого. Причин такого ставлення до власної перспективи у людства багато, та все ж головна з них – принципово новий характер епохи переходу від другого до третього тисячоліття. Більше двох тисячоліть людство жило в умовах конфронтаційної культури. Сьогодення торує нову перспективу його буття – появу загальнопланетарної цивілізації, що формуватиме іншу культурну парадигму.



На початку ХХІ століття склались такі умови суспільного функціонування, за яких естетична сторона буття перестає бути привілеєм окремих суспільних верств. Поступово естетична складова, естетичні властивості реальної у суспільному житті проникають у глибину різних сторін людського існування і все виразніше розкривається приналежність для людства досконалого і гармонійного. Це знаходить все нові прояви у виробничій, громадській, побутовій, особистісній сторонах людського життя. Естетично привабливим виступає товар, іміджмейкер та візажист формує естетично привабливий образ політика, все більш поціновується естетична форма побутування людських стосунків і тому подібне. Розвиток естетичного компонента людського існування “вшир” реалізується і через залучення все більшої кількості соціальних верств до надбань естетичної та художньої культури соціуму, через внесення індивідуальне життя кожного все більшого обсягу естетичного елемента. Розвиток естетичної сторони буття як спільноти, так і особистості стає велінням часу.

Естетика як наука, що теоретично осмислює всі прояви естетичної діяльності людини, розкриває специфіку мистецтва, впливає як на функціонування окремої особистості, так і на розгортання суспільного життя. Саме тому естетична освіченість є необхідною складовою підготовки ерудованого, висококваліфікованого спеціаліста.

#### Теми рефератів:

- Творчий характер естетичної діяльності.
- Естетичний компонент у духовному житті людини.
- Праця як творчість “за законами краси”.
- Технічна естетика.

#### Контрольні питання і завдання для самостійної роботи:

1. Хто ввів у науковий обіг поняття “естетика”?
2. Охарактеризуйте предмет естетики як науки.
3. Основні етапи розвитку естетичної думки.
4. Яке місце займає естетика в системі сучасних наук?
5. У чому полягає сутність естетичного відношення до дійсності?
6. Яка специфіка естетичної діяльності?
7. Охарактеризуйте специфіку художньої творчості.
8. Що таке естетичний ідеал і які шляхи його формування?
9. Яка структура естетичної свідомості?

#### Список використаної та рекомендованої літератури:

1. Аронов В.Р. Дизайн и искусство (Актуальные проблемы технической эстетики). – М., 1984.
2. Боров Ю.Б. Эстетика. – М., 1988.
3. Эстетика /Л.Т. Левчук, Д.Ю. Кучерук, В.І. Панченко. – К., 2000.
4. Нестеренко О.И. Краткая энциклопедия дизайна. – М.: Молодая гвардия, 1994. – 315 с.
5. Шепетко Л.К. Человек и эстетическая среда. – М., 1985.

## Впливості формотворення в дизайні. Художнє конструювання, стилізація, декорування як засади новаційної діяльності дизайнера

Природна і штучна форма. Специфіка форми в дизайні.

Пошук адекватної форми як основа творчості дизайнера. Основні етапи створення нової предметної форми в дизайні.

Композиція в дизайні.

### Основні поняття теми:

*предметна природна форма, предметна штучна форма, фон, силует, композиція, художнє конструювання, стилізація, декорування, предметний дизайн, композиційно-декоративний дизайн, архітектурно-композиційний дизайн, міфодизайн, ексклюзивний дизайн, серійно-тиражний дизайн.*

Розвиток сучасної науки і техніки призводить до появи великої кількості предметних форм, зміни уявлень про прекрасне, творення принципово нового предметного середовища, оточуючого людину на виробництві, в побуті, в торгівлі, сфері дозвілля. Завданням дизайнерів у таких умовах стає створення виробництва, предметно-просторового оточення людини загалом, створення різноманітних предметів, форма яких адаптована за конструкцією до людини та позитивно нею емоційно сприймається. Зроблені людиною предмети повсякденного попиту, житло, одяг, технічні пристрої та подібне при спогляданні викликають приємні емоційно-почуттєві стани. Техно-середовище, в якому щодня перебуває кожен з нас, необхідно творити як технічно досконале і водночас психологічно комфортне для людей. Корисна форма обов'язково має художньо збагачуватись, набуваючи внаслідок цього додаткову цінність – естетичну. Предмети, які оточують людину та які вона користується, повинні бути належними, приємними за кольором, формою, викликати у неї психологічний дискомфорт, відразу, не знижувати її продуктивності, не погіршувати самопочуття. Це передумова гармонізації буття людини в сучасному урбанізованому світі.

### 1. Природна і штучна форма. Специфіка форми в дизайні

Світ, у якому живе людина, не є чимось неподільним і однорідним. Про-світ, в якому вона існує, завжди виникає перед нею як щось дискретне, поділе-не на окремі предмети: небо, Сонце, ґрунт, дерево, камінь або що. Навкруги її розкидані різноманітні предметні форми, кожна з яких несе в собі дещо непо-відоме і своєрідне. Білокору березу важко спутати з кремезним дубом, рибаць-



ський човен з навантаженим нафтою танкером, Ейфелеву вежу з Останкінською телестанцією. Ці предмети відмінні передусім своїми зовнішніми ознаками: обрисом, розмірами, забарвленням, положенням у просторі.

В найбільш загальному розумінні форма предмета є його зовнішнім виглядом. Латинське слово *forma* і означає власне “зовнішність”. Але зовнішня організація будь-якого об’єкта ґрунтується завжди на його особливих, внутрішніх конструктивно-функціональних характеристиках. Тому **предметна форма – це зовнішній обрис певного об’єкта, котрому властивий особливий внутрішній устрій**. Форма є найбільш інформаційною та стійкою ознакою кожного елемента предметного середовища, яке оточує людину.

*Сприйняття якоїсь предметної форми є виділенням даного предмета з фону, тобто оточуючих його різноманітних об’єктів*. Це, передусім, означає фіксування властивого саме йому обрису – контуру або силуету. **Контур** (від франц. *contour*) – це лінійний обрис предмета, який окреслює його форму. **Силуетом** (від франц. *silhouette*) називається обрис предмета, що є його площинним однотонним зображенням. Іншими словами, фіксування форми певного предмета є окресленням меж усіх його просторових елементів цього предмета, котрі відмінні між собою за яскравістю, кольором, текстурою матеріалу, розміщенням відносно один одного.

Людина споглядає і використовує не тільки готові, поширені в природному середовищі, предмети, а й активно створює принципово нові об’єкти та споживає їх. *Поряд з природними предметними формами побутують рукотворні – штучні, форми*. І не завжди естетичне споглядання останніх приносить радість і задоволення, оскільки багато з них не є гармонійними, досконалими, принагідними.

**Гармонією** (від грец. *harmonia* – “зв’язок”, “домірність”, “стрункість”) називається **домірність частин і цілого, органічне поєднання усіх компонентів у щось цілісне, єдине, довершене, досконале**. В природному середовищі дисгармонійність – явище досить рідкісне, пов’язане насамперед з народженням чогось нового та занепаду старого. Тому природні форми є гармонійними. Штучні ж предметні форми (технічні та художні) далекі не завжди створюються на засадах гармонії. Дніпрогес, наприклад, з технічної точки зору, є досить досконалою спорудою, тобто йому властива внутрішня гармонійність. Однак при його проектуванні та побудові не врахувались усі наслідки його просторого розміщення і функціонування. Значне затоплення навколишньої території вивело з сільськогосподарського вжитку найродючіші в Україні чорноземи, спричинило кліматичні зміни, породило низку екологічних проблем. Оцінити розміри нанесених даною технічною спорудою моральних та духовно-культурних збитків на сьогодні взагалі важко. Зникло багато пам’яток національної гордості українства – скіфських та козацьких курганів. Під водою нині “поховані” культурні цінності нації, історичне значення яких дуже важливе. “Гордість десятиріччя” виявилась штучною технічною формою, котра порушила зовнішню гармонію предметного буття людини. Або ж пригадаймо Чорнобиль.

При створенні нових штучних предметних форм необхідно враховувати не тільки внутрішню, а й зовнішню її гармонійність. Внутрішня гармонійність форми характеризує конструктивно-функціональну узгодженість усіх складових предмета (як рукотворного, так і природного за походженням). Вона виражає досконалість об'єкта на рівні його внутрішньої організації: наявних елементів та зв'язків між ними. А зовнішня гармонійність проявляється через взаємодію предмета з навколишнім середовищем. Це "невипадання" об'єкта з "функціональних ланцюжків" свого предметного оточення.

Щоб це краще пояснити, звернемося до реалій сьогоденної України. В умовах масового, серійного виробництва необхідних для життя предметів сучасний українець часто постає перед вибором: придбати непоказні на вигляд, але практичні і довговічні вітчизняні товари, або ж надати перевагу привабливим "одноразовим" – дешевим та неякісним, іноземним. Інша ситуація спостерігається в так названих розвинутих країнах світу. Європейські споживачі, наприклад, більш перебірливі, вони націлені на "якість життя". Їх цікавить ціна, технологічна досконалість, рівень "комфортності" – зручності та принадності, запропонованої предметної форми. І якість товару не мислиться без його естетичної привабливості.

*Зараз в усьому світі спостерігається тенденція зростання попиту на дизайнерські послуги. Їх вартість обов'язково закладається у вартісну структуру товарів. Якісним вважається той предмет, який одночасно є конструктивно, функціонально та естетично досконалим. Штучна предметна форма має бути гармонійною. Саме тоді вона оцінюватиметься одночасно корисною і привабливою, тобто викликати споживацький інтерес.*

*У наш час основними напрямками сучасної дизайнерської діяльності є:*

- художнє конструювання та проектування нових предметних форм;
- стилізація і декорування наявних статичних, об'ємно-просторових форм;
- стилізація та художнє оформлення динамічно-процесуальних дій з предметними формами.

*Художнє проектування і конструювання покликане створювати нові зручні, естетично привабливі, технологічно досконалі на даний момент розуміння науки і техніки предмети, котрі потрібні сучасній людині. Від дизайнера вимагається розробка предметної форми, яка одночасно є конструктивно довершеною, зручною при функціонуванні і "зручною" для людського ока. У неї мають бути вдалі розміри, домірні і пропорційні складові, оригінальний обрис, приємне забарвлення, "узгоджені з модою" якості. Тобто, художнє конструювання та проектування є процесом створення конструктивно досконалих предметів, яким притаманні функціонально корисні властивості, доповнені естетично цінними характеристиками.*

Наприклад, стільці із склопластику від Молліно поділені низкою потрібних людині якостей. Вони гнучкі, як кожна пластмасова річ, наче скло

прозорі, і водночас мають нову технологічну властивість – пропускають повітря. Ці меблі красиві і гігієнічні. В них приємно та зручно сидіти, особливо в спеку. Тут застосування технологічно передової та естетично “навантаженої” конструкції дозволило створити якісний і комфортний побутовий предмет.



*Рис. Напрями сучасного дизайну*

Оригінальні дизайнерські винаходи можуть створюватись не лише на засадах корисності. Вони можуть одночасно ще й дивувати і розважати. Так, музичні килимки, столи, що легко трансформуються у стелажі, кліпси-радіо, туфлі з пряжкою-телевізором, надлегкі меблі з вуглецевоводневої фібри (вага стільця складає 100 г) та багато інших технологічних “див” сучасності вражають незвичністю та самобутністю дизайнерського рішення.

З останніх десятиліть XX століття в розвинутих країнах світу чітко стала відслідковуватись тенденція зростання споживчої уваги до нецінових якостей товарів, насамперед їх естетичних властивостей. Обумовлюється це зростанням купівельної спроможності значної частини населення, соціальною зорієнтованістю на якість життя, прагненням до індивідуалізації приватного життя. Багатьма побутовими предметами вже не з точки зору його функціональної зручності і не з позицій демонстрації свого соціального статусу. Він починає вважатись засобом вираження людиною своєї неповторності, цінності, творчих можливостей. Все більше поцінуються унікальні, одиничні або малотиражні речі. Для споживача важливим стає не просто наявність житла, насиченого потрібними для життя предметами, а ступінь реалізації за його допомогою своїх прагнень і смаків. Дім починає сприйматись засобом, який допомагає кожному самовиразитись та реалізуватись. Змінюється також відношення і до нежитлових споруд. Суто утилітарний підхід все частіше замінюється функціонально-імідажевим. Робочі, виробничі або представницькі приміщення в розвинутих країнах світу розглядаються з позицій їх виробничої цінності.

психологічної комфортності, естетичної принадності як для працівників, так і відвідувачів. Адже, благоустроений та стилізований діловий інтер'єр не тільки сприяє зростанню продуктивності праці персоналу. Він створює “лице” фірми або організації, вирізняє їх серед конкурентів і формує певне громадське ставлення. Важливим в діловому іміджі стає не тільки і не стільки “бути”, а “здаватися”: респектабельним, надійним, коректним і тому подібне.



*Рис. Основні види сучасного дизайну*

Однак не кожен може самостійно декорувати предметно-побутовий чи предметно-виробничий комплекс. Декоруванням називається художнє оформлення певного об'єкта на засадах функціональної доцільності, психологічної комфортності та естетичної принадності. Стилiзоване декорування наявних статично-об'ємних, просторових форм або їх створення є справою нелегкою, котра вимагає спеціальної підготовки і знань. Розроблення фірмового стилю, “іміджу”, символіки, художньо-естетичне оформлення рекламних шпирнень, виставок, презентацій і тому подібного потребує не менш копiткої праці. Така ситуація обумовлює зростання інтересу не лише до предметного, а й архітектурно-композиційного, композиційно-декоративного дизайну та міфодизайну.

**Предметний дизайн** націлений на художнє конструювання проектування та моделювання різноманітних предметів повсякденного попиту і виробничого спрямування, для котрих важливим є співвідношення “ціна-якість”.

Здійснювати декорування внутрішнього простору житла, виробничо-представницьких приміщень, художньо оформлювати предметні форми, які використовуються під час презентацій, виставок, ярмарків, тощо покликаний **композиційно-декоративний дизайн**. Іншими словами, його метою є поліпшення естетичних характеристик наявних предметних форм заради їх кращого психологічного сприйняття. В якості того, що декорується, тобто прикрашається, красиво, привабливо оформлюється, може виступати інтер'єр офісу, садово-паркова зона, торгове місце, людина або що.



*Архітектурно-композиційний дизайн* дбає про розробку оригінального екстер'єру, тобто зовнішнього вигляду, будівель та проектування архітектурних ансамблів.

Створення художніми засобами “міфу”, “легенди”, тобто заданого образу, чого-небудь займається *міфодизайн*. Його завданням є не поліпшення естетичних ознак якогось предмета заради його зручності та принадності, а поява нової чи стилізація і декорування наявної предметної форми з метою впливу на громадську думку. Художньо-естетично вдало зроблений рекламний телеролик, наприклад, не підвищує ступінь зручності чи якості життя пересічного споживача, а нав'язує спосіб поведінки і мислення. “Купи саме це, воно таке красиве”, “З'їж це, воно таке апетитне”, “Вдягни це, твоя фігура стане зразу привабливою” і подібне. Тут має місце передусім маніпулювання людською свідомістю художньо-естетичними засобами заради стимулювання продажу.

Існування різної спрямованості і специфіки дизайнерської діяльності обумовлює своєріддя формотворення в дизайні. *Поява предметної форми тут ґрунтується не тільки на ірраціональних началах творчості людини: натхненні, інтуїції, емоційно-почуттєвих станах. Головним елементом творчого процесу в праці дизайнера є раціональний компонент (розрахунки, конструювання, моделювання, креслення, проведення експерименту, спостереження тощо).* Дизайнерська предметна форма є технологічно-передовою, адже в сучасному дизайні використовуються найновіші наукові відкриття і технічні винаходи. Це зумовлює відмінність походження предметної форми в дизайні та мистецтві.

*Предметні форми в дизайні є, насамперед, серійними, багато тиражованими,* створені ж працею митця – унікальні, одиничні чи малотиражні. Хоча останнім часом фіксується зростання попиту на продукцію *ексклюзивного – авторського дизайну*, переважна кількість предметів продовжує створюватись все ж у “лоні” *серійно-тиражного, промислового дизайну*. Авторські ж доробки є колекційними, розрахованими на заможного покупця, яким цінується краса запропонованого предмета, його зручність, якість, престижність, а не ціна. Так, піджаки від Армані і китайського виробництва зовні можуть бути дуже подібними. При схожості зовнішніх ознак вони суттєво відрізнятимуться за ціною використаних матеріалів та якістю роботи. У них до того ж різне походження. Ексклюзивний одяг є поштучним товаром, що обумовлює його високу ціну, а “ширпотреб” – це продукт масового, серійного виробництва.

*Поява предметної форми в дизайні ґрунтується на поєднанні принципів прагматизму та естетизації.* Від неї вимагається бути одночасно утилітарно, практично корисною та красивою, приємною. Іншими словами, *вона має оцінюватись як конструктивно-функціональна, естетично-цінна, психологічно-комфортна.* В цьому полягає її відмінність від художньої та простої технічної форми. У створеному працею митця художньому творі цінується його естетично-художнє своєріддя, а в предметах промислового виробництва – функціональна відповідність, технологічні характеристики, доступна ціна.

*В дизайні найчастіше використовуються різноманітні наявні предметні форми, які естетично облагороджуються, перетворюються на художніх зи*

садах. Щоб створити утилітарно та естетично цінну форму предмета, придатний і приємний інтер'єр, гармонійний предметний ансамбль, красивий міський ландшафт абощо, необхідно, насамперед, враховувати низку чинників:

- призначення об'єкта;
- витрати, пов'язані з його виробництвом;
- соціально-економічні умови життя людей конкретної спільноти;
- національно-культурні традиції певної групи споживачів;
- структуру матеріальних, соціальних, духовних потреб та інтересів пересічної людини, котра належить до певної спільноти;
- специфіку національного характеру споживачів або замовників;
- психічний склад замовника або потенційного споживача;
- вимоги і можливості торгівлі;
- тенденції розвитку техніки виробництва і художньої культури суспільства, вимоги та орієнтації моди.

Тому *творчість дизайнера пов'язана не тільки з естетичною діяльністю, а й технологічним оцінюванням, інженерним опрацюванням та економічними розрахунками*. Без зв'язку з матеріальним підґрунтям його пропозиції стануть лише моделями предметного середовища, яким не доведеться здійснитися. Це будуть лише фантоми художньої свідомості. Праця дизайнера має ґрунтуватися на цілеспрямованому, доцільному, економічно виправданому, естетично придатному формотворенні.

*На відміну від мистецтва, в дизайні передусім створюється об'єкт без суттєвого художньо-образного перетворення матеріалу*. Тут має місце найчастіше вдосконалення, поліпшення естетичних якостей реальної форми життя – предмета побуту, інтер'єра, одягу, предметно-просторового комплексу виробництва і тому подібного.

*Виникати предметна форма в дизайні може і без впливу образу конкретного явища дійсності чи властивостей реального предмета*. Цікаве дизайнерське рішення іноді формується внаслідок споглядання непередметних форм, наприклад, “три тіні”, довільно нанесених кольорових цяток тощо. Вони викликають у дизайнера певну асоціацію, думку, настрій. Не відтворюючи певний предмет чи сюжет, непередметні форми, насамперед, задають уявлення про ритм, який є одним з важливих чинників формоутворення в дизайні. Ритм (від грец. ритмос – розмірність, узгодженість) – це **певна послідовність чергування різних елементів, котра надає композиції чіткості та виразності**. Він є важливим, наприклад, при створенні динамічної форми, декоруванні приміщення, художньому оформленні презентації абощо.

Загалом **формою в дизайні називається вираження зовнішнього вигляду об'єкта на основі його функціонального призначення і внутрішнього змісту**. Вона визначається об'ємністю чи площинністю предмета, характером розміщення або рухом об'єкта у просторі, його геометричною будовою, вагою, щільністю, міцністю тощо.



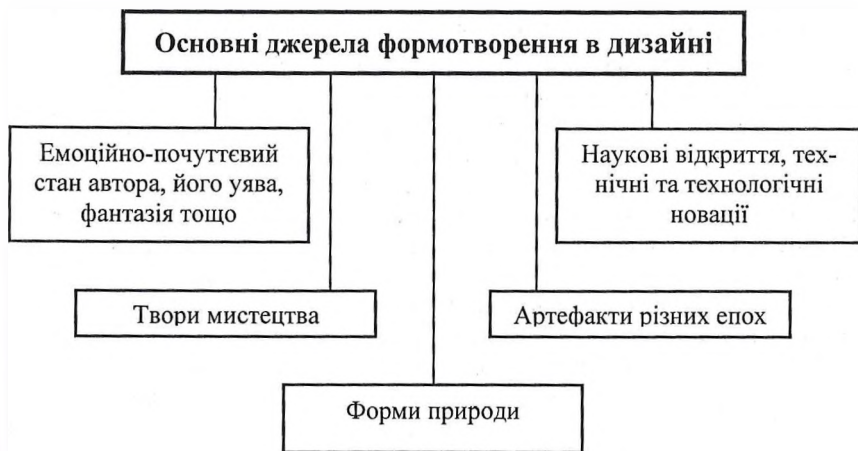
Рис. Форма в дизайні

В дизайні розрізняються три форми: функціональна, конструктивна та естетична. **Функціональна форма** обумовлюється призначенням предмета, який покликаний задовольнити певну людську потребу. **Конструктивна форма** залежить від фізичних, хімічних, механічних та інших подібних властивостей матеріалів, на основі яких виникає новий штучний об'єкт. **Естетична форма** покликана реалізувати високий художній смак дизайнера та задовольнити естетичні попити споживачів продукції, ним розробленої.

Створення нової оригінальної, самобутньої предметної форми в дизайні – справа нелегка та копітка. Вона залежить від багатьох чинників і ґрунтується на різних витоках.

## 2. Пошук адекватної форми як основа творчості дизайнера. Основні етапи створення нової предметної форми в дизайні

Для дизайнера пошук найбільш конструктивно вдалої, функціонально доцільної та водночас естетично привабливої форми складає основу його праці. Свої ідеї він почерпує із різних джерел. Адекватні рішення знаходяться на основі вивчення і **використання форм неорганічної і живої природи** (наприклад, стебел рослин, кристалів, квітів, молюсків абощо). Дослідження геометричних, композиційних, колористичних особливостей природних форм допомагає уникати уніфікації, однотипності чи появи непродуманих рукотворних форм, котрі не вписуються в оточуюче середовище, порушуючи його гармонійність, досконалість, естетичну принадність. Дизайнер не тільки вивчає природні предметні форми і відбирає найбільш цікаві для свого рішення природні аналоги, які в подальшому стилізовано імітує. Він може послуговуватись дослідженнями біоніки – науки, котра вивчає побудову організмів для створення подібних за характеристиками до природних форм машин, механізмів, приладів тощо. Так виникають схожі на бутони лілії плафони світильників, вішалка-кактус, молюскоподібна ваза, подібна до черепашки трилобіта книжкова полиця, рослинний візерунок тканини, малахітове забарвлення керамічної плитки і подібне.



*Рис. Основні джерела формотворення в дизайні*

Наприклад, мереживо відомої французької фірми “Рішер” прикрашається багатокольоровими гірляндами опуклих, ніби живих, троянд. В кожній пелюстці квітки можна нарахувати до вісьми-десяти відтінків кольору. Ці високоякісні мережива закуповуються провідними Будинками моди “від кутюр” – Ів Сен-Лорана, Юбера Живанші та іншими. Працею дизайнерів “Рішер” розроблено красивий і принагідний об’єкт на основі запозичення та стилізованого підтворення певної природної форми. **Стилізація є модифікуванням конкретної предметної форми, при якому зберігаються її основні формотворчі ознаки та додаються нові властивості, задля перетворення в чітку, самобутню, художньо досконалу художню систему.**

Ще одним важливим джерелом формотворення в дизайні виступають **шаряддя праці, предмети побуту, архітектурні споруди, одяг тощо минулих епох.** Оригінальні стильові рішення предметних форм, створених багатьма народами різних часів, фіксують, насамперед, пам’ятки їх матеріальної культури. Функції і форма, пластика та матеріал таких об’єктів теж надихають сучасного дизайнера на якусь думку, ідею, принцип формотворення.

Різноманітні вироби – металеві ножі, лопати, мотики, зброя, керамічний посуд, оздоблювальні плитки, посуд для зберігання сипучих тіл та їжі, дерев’яні бочки, меблі, корзини тощо – виступають своєрідними носіями естетично-духовної культури людей конкретної доби. Їм властиве однотипне стильове рішення, стихійно сформоване протягом тривалого часу під впливом специфіки виробництва, умов життя, особливостей споживання, естетичних смаків і поглядів певної людської спільноти. Кераміка Трипільської культури чи китайська порцеляна, давньоєгипетська або готична архітектура, скіфські чи єгипетські войлоки, бухарські килими або українські коври – це унікальні фе-



номени за своїм своєрідним формотворенням. Їх вигляд, устрій, колорит, оздоба є наслідком тривалого відбору найкращих рішень цілою низкою людських поколінь, якими враховувалась відповідність функцій і форми, естетичної та утилітарної цінності кожного предмета.

В сучасному дизайні інтер'єру, наприклад, користуються популярністю вітражі. Кольорове скло у вікнах, передусім соборів, за часів європейського середньовіччя створювало особливу атмосферу приміщення. Нині орнаментальні або сюжетні композиції-вітражі застосовуються при декоруванні дверей, вікон або як самостійні панно із різнокольорового скла чи інших прозорих матеріалів, котрі пропускають світло. Знаходять примінення при оздобленні екстер'єру будівель чи стін, підлоги, стелі приміщень, як елементів житлового і представницького інтер'єра, мозаїки. Мозаїка, як різновид живопису, що використовується для прикрашання споруд, виникла і широко застосовувалась в античності. Зараз вона вживається, насамперед, в ексклюзивному дизайні, оскільки дана техніка є складною і потребує значних зусиль для створення. З античної культури запозичено – ідею “будинку-лабіринту”, в якому особливе просторове рішення інтер'єра ґрунтується на використанні не дверей, а дверних прорізів. Давньогрецький меандр (від назви однойменної річки в Малій Азії), тобто геометричний орнамент у вигляді ламаної безперервної лінії зі завитками, можна побачити в якості візерунка на паркеті, тканині порт'єри чи фрески на стіні в багатьох сучасних будівлях.

*На появу дизайнерського рішення може вплинути технічне або наукове відкриття.* “Космічний стиль” 60-х років одягу від П'єра Кардена виник після перших космічних польотів людини. Поява нових синтетичних матеріалів, застосованих в ракетобудуванні, створення комбінезонів і скафандрів космонавтів, принципово нові технічні пристрої надихнули відомого модельєра на оригінальне стильове рішення одягу: специфічний силует і кольорову гаму, використання нетрадиційних матеріалів. В сучасних меблях стилю контемпорарі (від англ. contemporary – “сучасний”) поряд з традиційними використовуються й новітні матеріали: ламінати – листові пластики, алькантара – штучний замша, тефлон, лайкра тощо. Це меблі від Аалто, Гоне, Малі та інших, серійні чи ексклюзивні. Вони зорієнтовані на невеликий за розмірами внутрішній простір помешкання і певною мірою нагадують стільці, шафи, журнальні столики тощо 60-х років своїми маленькими розмірами, високими ніжками, застосуванням великої кількості скла і пластику.

*Джерелом цікавих ідей для творчості дизайнера часто виступає ознайомлення та аналіз творів образотворчого, декоративно-прикладного мистецтва, споглядання архітектурних споруд різних часів і народів.* Корисним є дослідження колориту, гами картин відомих художників, оцінювання якостей національного костюму, прикрас, предметів побуту різних етносів. Наприклад, твори російських художників конструктивістів Казимира Малевича та Володимира Татліна надихнули відомого італійського дизайнера меблів Алессандро Мендіні на своєрідну форму дивана tatlin та шафи malevich.

Символіка художньої спадщини, емоційний вплив на глядача допомагають кращому розумінню конкретних естетичних потреб людини та збагачують уяву спеціаліста в галузі дизайну. *Адже його фантазія, вигадки, мрії теж виступають необхідною ланкою і джерелом формоутворення в сучасному дизайні. Створення нової предметної форми є творчим процесом, який базується на досвіді, інтуїції, емоційно-почуттєвих станах, обдарованості, уяві дизайнера.*

Поява дизайнерського рішення є тривалою, копіткою працею, у якій виділяються декілька етапів. *На початковому етапі з'ясовуються параметри і функції нового об'єкта, яких потребує замовник, його інтереси та смаки або вимоги споживача продукції, розраховується кошторис робіт, вивчаються потреби виробника, запиту і можливості торгівлі (особливо при створенні нового товару, художньому оформленні його упаковки або при його рекламуванні).*

*Наступний етап полягає в розробці проектних форм (ескізів, макетів, експериментальних пропозицій і подібного), які мають узгоджуватись із клієнтом. У випадку отримання від нього згоди настає подальша стадія формотворчого процесу. А саме етап матеріалізації, опредмечення проектних форм.*

Окремі дизайнери практикують подальше удосконалення виробу, інтер'єру, продукції тощо вже після того, як предмет почав серійно тиражуватись або був прийнятий замовником. Так відомий інтер'єр-дизайнер Маріо Буатта через деякий час може поновити інтер'єр, змінивши його окремі елементи задля покращення якості житла та естетичної принадності помешкання. Таку діяльність можна охарактеризувати як *етап дороблення, вдосконалення шайденої та реалізованої предметної форми, поліпшення її функціональних та естетичних якостей.*

У якості ілюстрації своєрідності формотворення в дизайні розглянемо процес виникнення нової моделі одягу “від кутюр” і “прет-а-порте”. “Від кутюр” вдягаються заможні люди, адже ці вироби унікальні, одиничні, авторські. Вони високоякісні за матеріалами і майстерністю виконання, оригінальні за формотворчою ідеєю, зшиті з використанням ручної роботи. Паралельно зразкам “високої моди” існують предмети масового виробництва. Мода промислової зорієнтованості – “прет-а-порте”, “тиражує” ідеї одягу, створеного в стилі високої моди з недорогих матеріалів або розробляє прості, невибагливі дешеві речі. Кожен такий предмет найчастіше має посередню якість виконання і створюється серійно.

Найчастіше поява моделі “від кутюр” починається з детального малюнка-ескіза на фігурі уявного костюма, сукні, пальто тощо, котрий розробляється провідним дизайнером. Або ж ним виготовляється зразок одягу “муляжним методом”, тобто через розміщення та наколювання тканини на манекені. З нього вже згодом знімається ескіз. На основі детального ескізу помічником дизайнера створюється за допомогою манекена об'ємний зразок із легкої тканини. Завданням асистента художника-модельєра на цьому етапі є відтворення авторського задуму за допомогою тканини та досягнення максимальної відповіднос-

ті зразка фігури клієнта. І якщо дизайнеру об'ємний зразок із мусліну сподобається, на його основі в подальшому технолог зробить плоску викрійку. За нею розкроюється пробна чи основна тканина. Підбір тканини є відповідальним моментом формотворчого процесу. Відбір потрібного за кольором та фактурою матеріалу здійснює переважно художник-модельєр чи його асистент. Під час пошиття модель якнайточніше "підганяється" до фігури замовника, в ній дотримуються запропонованих дизайнером пропорцій, деталей, оздоблення вбрання.

Готова продукція "прет-а-порте" виникає по-іншому. Якщо копіюється ідея відомого дизайнера, то ексклюзивна модель та її викрійка передається художнику-конструктору викрійок. На їх основі він із дешевих матеріалів виготовляє зразок стандартного розміру, розробляє варіанти оздоби, деталей, забарвлення. Тиражні зразки порівнюються з предметом-протипом, при необхідності вони дещо спрощуються, щоб стати технологічно придатними для серійного виробництва. За ними розробляються викрійки, котрі адаптуються до різноманітних тканин, із яких створюються серійні зразки. Кожний серійний зразок демонструється на манекенниці або манекеннику, щоб виявити недоліки "посадки" та оздоблення. Згодом за допомогою комп'ютера розробляються викрійки більших або менших розмірів. За основу беруться стандартизовані мірки. Технолог укладає інструкцію з виготовлення обраної моделі, тобто зазначає схему розкладання викрійки на тканині, якість тканини, процедуру розкрою. Ілюстратором створюється креслення. Для виробника готового одягу укладається "технологічний конверт": готові викрійки, інструкція, фотографії, рекомендації. Його для серійного виробництва моделі можуть передати самі дизайнерські бюро.

Поява одягу, створеного "анонімним автором", відбувається найчастіше за більш спрощеною схемою: ідея штатного художника-модельєра; конструювання стандартизованої викрійки, підбір тканини і фурнітури, укладання інструкції конструктором-технологом; перевірка пробного зразка технологом або "естетичною радою"; конвеєрне пошиття. Створення принадної серійної моделі, в даному випадку, залежить від гармонійності поєднання її силуету, текстури, якості, художніх властивостей тканини, фурнітури, підбір котрих здійснює художник-модельєр, дбайливості підготовки викрійки технологом, відповідності фігури середньостатистичної людини, якості роботи працівників швейного потоку. Не завжди до праці на підприємстві залучається художник-модельєр, котрий наділений високим рівнем розвитку інтуїції, відчуття кольору, форми, розуміння ритму і композиції. Тому найчастіше зразки вбрання, розроблені на теренах швейних фабрик та ательє, значно поступаються одягу "від кутюр".

### 3. Композиція в дизайні

Кожен рукотворний предмет, залежно від своєї конструкції та форми, набуває певних композиційних властивостей. **Композиція** (від лат. compositio – складання, створення) – це побудова цілісного витвору, всі складові якого гармонійно узгоджуються. Її основними формоутворюючими засобами є:

- об'ємно-просторова структура і тектоніка предмета;
- властиві об'єкта, масштаб, пропорції, ритм і метр;



- контраст або нюанс формоутворення;
- симетрія чи асиметрія побудови, організації або оздоблення предмета;
- колорит об'єкта, загалом, та його окремих частин, зокрема;
- фактура і текстура матеріалу, з якого виготовлено предмет.

**Об'ємно-просторовою структурою композиції** називається естетично осмислена взаємозалежність форми об'єкта від його внутрішньої будови та зовнішнього предметного оточення. Вона укладається на засадах внутрішньої та зовнішньої гармонійності, котрі мають бути притаманні рукотворній – штучній, формі.

**Тектоніка** (від грец. тектоніка – будівельна справа) форми – це конструктивна особливість предмета, яка проявляється у співвідношенні її частин, пропорціях тощо. Наприклад, спортивний автомобіль та вантажівка є досить відмінними за тектонікою транспортними засобами. Своєрідність їх форми і конструкції обумовлюється різним функціональним призначенням.

**Масштабність** (від нім. *maß* – міра, розмір та *stab* – палиця) форми є показником величини предмета відносно якогось еталону. В дизайні еталоном, з яким вона співвідноситься виступають розміри людського тіла.

**Пропорційність** (від лат. *proportio* – співвідношення, розмірність) форми – це характеристика співвідношення частин цілого між собою. Вона є однакою їх узгодженого, розмірного поєднання.

**Метричність** (від грец. метрон – міра) композиції є властивістю рівномірного чергування в ній однакових елементів через однакові інтервали. Вона притаманна, наприклад, вагонам електропоїздів або ж низці намиста з перлів.

**Ритмічність** (від грец. ритмос – узгодженість, розмірність) композиції є властивістю рівномірного чергування в ній окремих частин, котрі розміщуються з неоднаковим інтервалом. Так розміщується, наприклад, гілля у сосни, місцеположення якого обумовлене прискоренням чи уповільненням росту дерева в залежності від погодно-кліматичних чинників. Ритмічний ряд у природі найчастіше використовується при потребі вираження динамізму форми при імітуванні цього процесу.

**Симетричність** (від грец. симетрія – розмірність) композиції є розміщенням частин предмета на площині чи у просторі, коли одна його половина є ніби дзеркальним відображенням іншої. У залежності від наявності ознаки в організації предмета чи їх групи в дизайні розрізняють *симетричну* та *асиметричну композицію*. Перша, як композиційний засіб, найчастіше застосовується, наприклад, при художньому оформленні ділового інтер'єру (офісу, торговельної зали, зали ресторану тощо). Обумовлюється це своєрідністю психологічного сприйняття людиною такого групування елементів об'єкта. Подібне композиційне рішення навіює думку про спокій, силу, міцність, чіткість, парадність, офіційність предмета чи обстановки. Особливо у випадку *абсолютної симетричності*, коли в основу композиції покладено дві взаємно перпендикулярні осі симетрії.

Асиметрія привносить в інтер'єр свободу, динамізм, що робить його більш складним і цікавим. **Асиметричність** (від грец. асиметрія – невідповідність) **композиції** є довільним розміщенням елементів об'єкта на площині чи у просторі, коли симетрія порушена або відсутня. Такий принцип побудови, наприклад, інтер'єру дає можливість вільно варіювати різноманітні функціональні зони в приміщенні, тобто місця для різних робочих операцій – відпочинку, праці, дозвілля. Тому його найчастіше використовують при художньому оформленні житлового інтер'єру.

*Окрім пластичних характеристик об'єкта важливу роль у формотворчому процесі відіграють фізичні властивості поверхні предмета – фактура матеріалу, його текстура тощо.*

**Фактурою** (від лат. *factura* – оброблення, побудова) називаються особливості побудови та оздоблення поверхні будь-якого предмета. Іншими словами, це зовнішні властивості його поверхні. Вона буває гладенькою, шорсткою, глянцевою, матовою; хвилястою, ребристою або зернистою і тому подібне. У дизайні фактура матеріалу виступає важливим засобом художньої виразності його композиції. Наприклад, у дизайні одягу під фактурою тканини розуміється характер побудови її поверхні, а текстурою – саме переплетення ниток (полотняне, саржеве, атласне тощо).

**Текстура** (від лат. *textura* – тканина, зв'язок, будова) – це внутрішня структура матеріалу, з якого виготовлено предмет. Виготовлені з дерева чи металу предмети суттєво відмінні за текстурою, це обумовлює їх різну міцність, художньо-естетичну виразність тощо.

*Художньо-естетичними засобами композиції виступають колорит, контраст або нюанс у поєднанні його різних елементів.*

**Контраст** (від франц. *contraste* – протилежність) є підкресленням відмінності в їх формі, розмірі, масі, фактурі, кольорі. Так тендітність весняної квітки, що проросла на шорсткій поверхні масивного старого пенька, покритого злежаним снігом, привертає мимовільно увагу через різко окреслену протилежність цих предметів. Контрастною за фактурою є композиція костюма, який складається з атласної блузи, твідової спідниці й піджака. Вона також викликає до нього мимовільний інтерес і спонукає його розглядати.

**Нюансом** (від франц. *nuance* – відтінок) називається ледь помітна відмінність у складових предмета або їх групи. Ним може бути, наприклад, незначна розбіжність у формі чи кольорі.

У залежності від фізично-механічних властивостей форми предмети, а саме характеру місцеположення та руху у просторі, в дизайні розрізняють **статичну і динамічну, об'ємно-просторову та площинну композицію**.

Статичністю, наприклад, наділена композиція житлового інтер'єру, а транспортному засобові властива динамічність композиції. Тобто, **статичність** (від грец. *статика* – вчення про вагу) **форми та композиції предмета** – це його властивість не змінювати своє місцеположення в просторі, а **динамічність** (від грец. *динамікос* – сильний) є ознакою зміни його локалізації у просторі руху, переміщення.

Об'ємно-просторовою називається композиція, елементи якої розміщені об'ємно, тобто знаходяться у трьохвимірному просторі. А композиція, складові котрої групуються відносно площини, є площинною або фронтальною (від франц. frontal – лобовий). Наприклад, існує два різновиди композиції квітів – віялоподібні, які розглядаються спереду, та округлі, які можна роздивлятися з усіх сторін. Об'ємно-просторовий та фронтальний прийоми аранжування квіткових композицій дозволяють неоднаково розміщувати їх в інтер'єрі. Односторонні букети можна поставити на певному фоні (стіни чи меблів). Вони укладаються як на засадах симетрії, так і за принципом асиметричності композиції. А округлі необхідно розміщувати в центрі приміщення, на середині столу тощо. Принцип їх формоутворення – відносна симетричність. Це справляє неоднакове естетичне враження на глядача.

Формування композиції є справою копіткою і творчою, що вимагає від дизайнера поєднання його знань та інтуїції, фантазії і тверезого розрахунку. Композиція укладається за певними правилами. *Щоб реалізувати ідею пластичного й сюжетного задуму, потрібно дотримуватись основних принципів побудови композицій.*

- Передусім потрібно обрати *центр композиції*. Для цього спочатку здійснюється групування її елементів за однорідними ознаками (формою, функціями, фактурою, кольором) і виявляється найбільш важлива для реалізації задуму однорідність. Саме вона відіграватиме роль центру композиції, який слід підкреслити, виділити, підпорядкувавши йому інші елементи.

- Слід обрати контрастний чи нюансний *головний акцент композиції*. Контраст створюватиме в ній напруженість, робитиме її виразнішою, а нюанс надаватиме композиції спокою, ліричності, м'якості.

- Групування елементів у композиції вимагає дотримання певного порядку – *структури композиції*. У ній не повинно бути нічого зайвого, щоб поглибити її естетичну виразність і не розсіювати увагу людини. Елементи об'єднуються в групи по два-три предмети чи деталі за однаковою формою, кольором, матеріалом, функцією тощо. Наприклад, щоб виділити зону відпочинку в однокімнатній квартирі, поряд розміщують софу і два крісла або два крісла та журнальний столик. Групування здійснюється із врахуванням субординації елементів, тобто їх підпорядкування відносно головних частин. Останнє необхідно розташувати так, щоб направити перший погляд людини саме на них, і тільки потім на другорядні деталі. Це досягається різними способами: розміщенням головного елемента на передньому плані композиції; його фронтальним розташуванням, на відміну від інших деталей, що знаходяться упівоберта до глядача, тощо. Групи елементів необхідно виділяти одна від одної окремими проміжками вільного простору, щоб вони виділялися і не втрачали естетичної принадності.

- У композиції слід дотримуватись *оптичної рівноваги усіх її елементів*. Так важкі, темні, великі форми мають знаходитись нижче легких, світлих і невеликих. А великі предмети слід розміщувати ближче до глядача, ніж невеликі за розмірами.



Укладена на таких засадах композиція матиме гармонійну будову. Вона буде приємною для людини, котра її розглядатиме, використовуватиме чи перебуватиме у ній.

### Теми рефератів:

- “Модульор” Ле Корбюзьє.
- Правильні опуклі багатогранники (поліедри).
- Квіткова композиція та засади її формотворення.

### Контрольні питання і завдання для самостійної роботи:

1. Що таке гармонія? Охарактеризуйте специфіку математичного, естетичного і художнього тлумачення поняття гармонії.
2. Дайте визначення поняттю “композиція”. Яку роль відіграє композиція в дизайні?
3. Охарактеризуйте специфіку функціональної, конструктивної та естетичної композиції в дизайні.
4. Які фактори впливають на формотворчий процес у дизайні?
5. Визначте тектонічну систему визначної пам’ятки української архітектури – Софії Київської: а) стінова; б) арково-купольна; в) каркасно-фехверкова; г) підпорково-балкова.
6. Що називається “золотим перетином”?
7. Вкажіть, які з названих фігур є статичними в усіх напрямках: а) кули, б) куб; в) конус.
8. Зазначте, якою є послідовність чергування гілок у ялини: а) метричною; б) ритмічною.
9. Яку роль відіграє нюанс у композиції виробів?

### Список використаної та рекомендованої літератури:

1. Антонович Е.А., Захарчук-Чугай Р.С., Станкевич М.Є. Декоративно-прикладне мистецтво. – Львів: Світ, 1993. – 272 с.
2. Блохин В.В. Интерьер промышленных зданий. – М.: Строиздат, 1989. 271 с.
3. Боговая И.О., Теодоронский В.С. Озеленение населенных мест: Учебное пособие по спец. “Лесное и садово-парковое хозяйство”. – М.: Агропромиздат, 1990. – 239 с.
4. Боговая И.О., Фурсова Л.М. Ландшафтное искусство: Учеб. для пед. в-з. – М.: Агропромиздат, 1988. – 223 с.
5. Буковецкая О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет. – М.: ДМК, 1999. – 301 с.

6. *Васютинский Н.А.* Золотая пропорция. – М.: Мол. гвардия, 1990. – 235 с.

7. *Волкотруб И.Т.* Основы художественного конструирования: Учебник. – 2-е изд. – К.: Выща школа, 1988. – 191 с.

8. Дизайн /Пер. с англ. Ред В.А. Питалев, А.Ю. Давыдов, А.В. Молчанов. – М.: ДеКа, 1994. – 48 с. (Энциклопедия малого бизнеса. Т. 5. Вспомогательные процессы в малом бизнесе).

9. Дизайн: очерки теории системного проектирования /Н.П. Васильева, Ю.А. Грабовенко, Е.Н. Лазарев, В.И. Михайленко; Науч. Ред. М.С. Кагана. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1983. – 185 с.

10. *Иконников А.В.* Функция, форма, образ в архитектуре. – М.: Строиздат, 1986. – 288 с.

11. *Козлова Т.В.* Художественное проектирование костюма. – М.: Лег. и пищ. пром-ть, 1982. – 143 с.

12. *Кравец В.И.* Колористическое формообразование в архитектуре. – Харьков: Вища школа; Изд-во Харьк. ун-та, 1987. – 132 с.

13. *Кучерюк Д.Ю.* Эстетичне сприйняття предметного середовища. – К.: Наук. думка, 1973. – 143 с.

14. *Нестеренко О.И.* Краткая энциклопедия дизайна. – М.: Молодая гвардия, 1994. – 315 с.

15. Основы моделирования и художественного оформления одежды /Т.В. Козлова, Л.Б. Рывтинская, З.Н. Тимашева. – М.: Лег. индустрия, 1979. – 167 с.

16. *Ранев В.Р.* Интерьер: Учеб. пособие для архит. спец. вузов. – М.: Высшая школа, 1987. – 232 с.

17. *Раппопорт А.Г., Сомов Г.Ю.* Форма в архитектуре: Проблемы теории и методологии. – М.: Стройиздат, 1990. – 344 с.

18. *Сомов Ю.С.* Композиция в технике. – 3-е изд. – М.: Машиностроение, 1987. – 288 с.

19. *Тьялве Э.* Краткий курс промышленного дизайна /Пер. с англ. Ц.А. Кунина. – М.: Машиностроение, 1984. – 190 с.

20. *Фольта О.В., Смолинський Р.І.* Основи художнього конструювання: Початковий посібник для інжен.-техн. спец. вузів. – К.: Вища школа, 1973. – 143 с.

21. *Хан-Магомедов С.С.* Пионеры советского дизайна. – М.: Галарт, 1995. – 424 с.

22. Художественное конструирование, проектирование и моделирование промышленных изделий: Учеб. для вузов /Быков З.Н., Крюков Г., Минервин Г.Б. и др. /Под ред. З.Н. Быкова, Г.Б. Минервина. – М.: Высшая школа, 1986. – 239 с.

23. *Шевелев И.Ш.* Формообразование (Число. Форма. Искусство. Жизнь). – Кострома: ДиАр, 1995. – 166 с.

24. *Шпара П.Е., Шпара И.П.* Техническая эстетика и основы художественного конструирования: Учебное пособие для вузов. – 3-е изд. – К.: Выща школа, 1989. – 247 с.

## Колорит предметного середовища та його роль у людському житті. Колір у дизайні

- Поняття кольору, тону, напівтону. Хроматичні та ахроматичні кольори. Основний і неосновний колір.
- Феномен ахроматизації кольорів. Доповнюючі кольори. Кольоровий контраст. Колірне сімейство.
- Специфіка емоційно-психологічного сприйняття кольору. Колорит та його різновиди.
- Національно-культурна інтерпретація кольору. Сучасна символіка кольорів.

### Основні поняття теми:

*колір, тон, напівтон, кольорознавство, спектр, хроматичний колір, ахроматичний колір, основний колір, неосновний колір, ахроматизація кольорів, кольоровий контраст, колірне сімейство, доповнюючі кольори, колорит, кольорова гама.*

У людському житті колір відіграє значну роль. При оформленні житла, виборі одягу, користуванні косметикою, спогляданні різних природних і рукотворних предметів завжди звертається увага на дану якість об'єктів. У багатьох країнах світу колористичній освіченості населення приділяється значна увага. Так випускник школи в Японії має показати своє вміння розрізняти кольори на іспиті. У цій країні державний стандарт барвників у промисловості складає 240 кольорів. Уміння їх розпізнавати, вирізняти їх відтінки, гармонійно комбінувати вимагається від кожного молодого японця. Тому 12 годин на тиждень школярі займаються малюванням. Вроджений колористичний хист тут вважається однією з ознак не тільки художньої, а й інтелектуальної обдарованості дитини. Проте цю здібність прагнуть розвивати й у інших підлітків. У Сполучених Штатах Америки та Німеччині уроком малювання у молодших класах щотижня відводиться теж 12 годин. У США і в старших класах молоді люди 3 години на тиждень проводять на заняттях з малювання. Подібна державна політика та освітянські програми не лише сприяють розвитку інтелектуально і духовно молоді – майбутнє нації. Така навчальна практика передусім виявляє творчо обдарованих людей, сприяє їх розвитку, стимулює прагнення до саморозкриття, самовдосконалення, значно підвищує культурний рівень підростаючого покоління. Паралельно здійснюється попередня підготовка спеціалістів для різних галузей господарства: архітектури, дизайну, реклами, текстильної промисловості, швейного виробництва, поліграфії тощо.



## 1. Поняття кольору, тону, напівтону. Хроматичні та ахроматичні кольори. Основний і неосновний колір

*Колір, у найбільш загальному розумінні, є певним забарвленням якогось об'єкта.* Він спроможний впливати на настрій людини і стан її здоров'я, викликати у неї різні емоційні стани, виступати для неї чи групи, до якої вона належить, у якості певного символу. Людина, як виявили дослідження, завжди фізіологічно реагує на забарвлення стін, тканини штор, меблів і тому подібно. Наприклад, перебування у кімнаті, пофарбованій у червоний колір, спричиняє посилення кровообігу, підвищення артеріального тиску, активізацію гормональної системи, збудження нервової системи. Зворотне реагування має місце у випадку знаходження в помешканні з синім колоритом інтер'єра. Обумовлюється це тим, що, з фізіологічної точки зору, колір – це відчуття, яке виникає у людини внаслідок взаємодії її організму зі світловим потоком. Світло ж становить сукупність електромагнітних хвиль різної довжини. У психологічному аспекті розгляду, колір є властивістю світла викликати у людини, в залежності від спектрального складу відбитого або випромінюваного свічення навколишнього предметного середовища, певні емоційно-почуттєві стани та впливати на її поведінку.

Людський зоровий діапазон складає фіксацію електромагнітних хвиль довжиною від 460 нм (фіолетовий) до 640 нм (червоний колір). Сприймаються вони не тільки через зір і шкіру. У окремих людей звук певної тональності, запах, смакові відчуття одночасно викликають і колористичні реагування. Такою властивістю були наділені, наприклад, французький композитор Гектор Берліоз і російський композитор Олександр Скрябін. При сприйнятті кольору у них виникали одночасно звукові асоціації та навпаки, тобто їм був притаманний “кольоровий слух”. Подібне явище називається синестезією. Лише кожна 20000 людина має подібні задатки. Окремими індивідами своєрідно сприймаються деякі барви. Так дальтоніки ототожнюють зелений і червоний, жовтий і коричневий, рідше зелений та сині тони.

У нормі око людини, за сучасними науковими даними, спроможне фіксувати до 180 тонів кольору та більше 20000 відтінків між ними. Але людська мовна немає такої кількості понять, оскільки сприймання кольору відбувається неусвідомлено (на психофізіологічному рівні), а його інтерпретація – наділення певним змістом, якостями, значенням, усвідомлено (на художньо-естетичному чи естетико-культурологічному рівні). У мовах одних народів кольори позначаються декількома сотнями слів. Мови ж інших утримують тільки пару десятків понять кольору. Найчастіше назва барви має виключно асоціативний характер. Наприклад, російське поняття “красный” походить від слова “красивий”, англійське “orange” – від слова “апельсин”, українське “бузковий” – від назви бузку. І оскільки людиною виділяється та словесно позначається дуже незначна кількість кольорів та їх відтінків, це означає, що інформація про кольорове

різноманіття світу залишається у неї переважно в позасвідомій сфері. Вона найчастіше не може пояснити, чому її вибір у магазині зупинився на сукні блакитного кольору, чому їй подобаються меблі горіхово-жовтого забарвлення, чому вона придбала саме цю картину і тому подібне.

Таблиця

*Довжина хвиль видимого оптичного спектра*

Колір	Довжина світлової хвилі
Фіолетовий	380–430 ммк
Синій	430–470 ммк
Блакитний	470–500 ммк
Зелений	500–530 ммк
Жовто-зелений	530–560 ммк
Жовтий	560–590 ммк
Оранжевий	590–620 ммк
Червоний	620–760 ммк

Однак бувають випадки, коли певній барві усвідомлено надається перевага. “Цей колір мені до лиця”, “Горіхово-жовте забарвлення меблів робить наше помешкання приємним та красивим”, “Блакитний – наймодніший колір сезону”, – пояснює людина свій вибір якогось кольору чи групи барв. Тому колір можна також розглядати як естетичне явище. У *художньо-естетичному відношенні*, колір є властивістю предмета, яка надає йому, на думку особистості, естетичної цінності та художньої виразності.

Вже на ранніх етапах розвитку людства забарвлення предметного оточення набувало цінності не лише на індивідуальному рівні людського буття, а й колективно-груповому. Відбувалась міфологізація та ототожнення кольору з якимись речовинами (молоком, кров’ю, снігом) чи стихіями (вогонь, сонце, земля). За окремими барвами закріплювалось певне стійке значення і зміст, які впливали на людську поведінку при виборі конкретних предметів. Деякі барви набували внаслідок їх символізації в очах людей конкретної спільноти особливу цінність та принадності. Наприклад, багрянець був бажаним для багатьох індоевропейських народів. Він вважався дуже красивим кольором, одночасно виступаючи символом престижності предмета, ним пофарбованого. Тому *на естетико-культурологічному плані*, колір є символічним значенням забарвлення предметів, котре сформувалось на теренах якоїсь людської спільноти.

Цікавитись впливом забарвлення предметів на людину, значенням кольору в її житті дослідники почали давно. Є свідчення про вивчення кольору ще в давнину. Так за забарвленням людського тіла у Давній Греції, Індії, Іудеї, Китаї діагностували хвороби. Але його наукове дослідження, власне, започаткував англійський учений кінця XVII – початку XVIII століття Ісак Ньютон. Він виявив, що біле сонячне світло складається з променів різної довжини хвилі.

Якщо його пропустити через скляну призму, то на екрані, наприклад, стіні кімнати чи на марині розсіяних крапель води, виникне різнобарвна смужка – “райдуга” або *спектр*. У ньому людським оком розрізняється низка кольорів. І. Ньютон виділив 7 кольорів: *червоний, оранжевий, жовтий, зелений, голубий, синій, фіолетовий*, котрі порівняв із сімома музичними нотами. На його думку, саме такий “мелодійний ряд” кольорів дозволяє пояснити кольорове багатство довкілля.

Постійним джерелом світла для людини є Сонце – жовта зірка-карлик. У неї яскравий та багатий спектр. Завдяки їй навколишній світ сприймається нами як щось багатобарвне. І якщо б раптом Сонце охолело до температури вогнища, перетворившись на зірку типу червоного гіганта, то навколишні предмети здавались би зовсім іншими. Блакитні, сині, фіолетові предмети стали б оцінюватися спостерігачем як сірі та чорні. Звичайно, якщо у такому випадку було б кому розглядати довкілля. Домінуючою барвою навколишнього середовища в такому випадку був би червоний колір.

Сонячне проміння освітлює різноманітні предмети, які оточують людину. *Відчуття кольору виникає у індивіда в залежності від того, як проміння поглинається чи відбивається поверхнею об’єкта*. Саме тому, що сніг відбиває майже все падаюче на нього проміння, він сприймається як білий. Асфальт тротуару сірий, оскільки переважну більшість електромагнітних хвиль він поглинає. Чорноземом майже все світло поглинається, внаслідок чого його поверхня для спостерігача є чорною. Червоним називається той предмет, який поглинає середні, короткі та ультракороткі хвилі, а розсіює електромагнітне випромінювання з найбільшою довжиною хвиль. Фіолетові, сині, блакитні, зелені барви властиві об’єктам, поверхня котрих відбиває хвилі з найменшою довжиною.

Після досліджень Ньютон *спектральні кольори, тобто представлені спектром сонячного світла, традиційно називаються хроматичними* (від грец. хроматикос – “забарвлений”, “кольоровий”). *Сірий, білий та чорний кольори отримали назву ахроматичних* (від грец. хроматикос та префікса а, що означає відсутність, заперечення, тобто “знебарвлений”, “не кольоровий”). На необхідність аналізу ахроматичних кольорів вказав німецький художник, графік і теоретик мистецтва кінця XVIII – початку XIX століття Філіп Отто Рундкелль. Він створив просторову, трьохвимірну модель поєднання кольорів. Це куля, розділена на темнену та освітлену половини. Вона виникла через поєднання хроматичного круга з чорно-білою координатою.

**Основними кольорами в сонячному спектрі є зелений, синьо-фіолетовий та червоний.** Їх оптичне змішування, тобто просторове поєднання, дає всі інші варіанти барв, які вважаються неосновними. Тобто, неосновними є кольори, що є похідними від інших. Наприклад, розмішуючи поєднання зеленого та синього кольорів, отримуємо фіолетовий, а внаслідок поєднання жовтого та синього кольорів виникне сіра або біла барва. Комбінація жовтого та червоного дає помаранчевий колір, а поєднання червоного та фіолетового – пурпуровий.



*Спектральний колірний ряд, який ще іноді називають “райдуєсним кругом”, “хроматичним кругом” або “спектральним кругом”, використовується передусім в оптиці. Традиція розміщення спектральних кольорів не смужкою, як це зробив Ньютон, а кругом, побутує з 1735 року. Хроматичний круг класифікує кольори світлових потоків із фізичного аспекту – за довжиною електромагнітних хвиль.*



*Рис. Колірний ряд Ньютон*



*Рис. Колірний ряд Гете*

У дизайні, крім нього, широкое застосування має й інший колірний ряд, запропонований німецьким мислителем XVIII – початку XIX століття Іоганном Вольфгангом Гете. Це *колеристичний круг*. У ньому основними кольорами є червона, жовта і синя барви, а неосновними – оранжева, зелена та фіолетова. Неосновні кольори виникають через механічне змішування двох основних, між якими вони знаходяться: зелений – жовтої і синьої, фіолетовий – синьої та червоної, оранжевий – жовтої і червоної фарби.

У XIX – на початку XX століть поглиблення знань про колір передусім відбувалося завдяки працям німецького фізика, фізіолога та психолога Германа Людвіга Фердинанда Гельмгольца і німецького фізіолога Евальда Геринга. У їх дослідженнях по-різному здійснювався поділ хроматичних кольорів на основні і неосновні.

Г.Л.Ф. Гельмгольцем була запропонована трьохкомпонентна структура кольороутворення. Він вважав, що людське око має тільки три різновиди фоторецепторів, якими сприймаються червона, жовта і синя барви. Його теорія кольорового бачення підводила фізіологічне підґрунтя для думки Гете про основні та неосновні кольори.

На противагу йому в 1874 році Е. Герингом була створена чотирьохкомпонентна система кольору. У ній виділялись чотири основні хроматичні барви – червона, жовта, зелена та синя, оскільки людині притаманні три канали сприйняття кольору: червоно-зелений, жовто-синій і чорно-білий.

Сучасні наукові дослідження засвідчили правоту поглядів кожного вченого. Фоторецептори ока сприймають, як виявилось, кольори за системою

льмгольца, а їх сприйняття в мозкові людини відбувається за трьома “опонентними хроматичними осями”, як стверджував Геринг.

Основи сучасної систематизації кольору були закладені працями німецького фізика, хіміка і філософа Вільгельма Фрідріха Освальда. Ним запропоновано для класифікації барв використовувати фігуру у вигляді подвійного конуса. У ньому основу складають чисті – хроматичні, кольори: червоний, жовтий, зелений та синій, а вертикальну – ахроматичні барви: чорна, сіра і біла. У колірному крузі Освальда виділено такі кольори: лимонно-жовтий, жовтий, золотисто-жовтий, жовто-оранжевий, червоно-оранжевий, кіноварно-червоний, червоний, кармінно-червоний, пурпурово-червоний, пурпурово-фіолетовий, фіолетовий, синьо-фіолетовий, синювато-фіолетовий, ультрамариновий, середньо-синій, синій, волошково-синій, бірюзовий, морської хвилі, смарагдово-жовтий, синьо-зелений, середньо-зелений, хлорофіловий, жовто-зелений.

У дещо зміненому вигляді фігура Освальда була прийнята в 1931 році Міжнародною Радою з освітлення під назвою “колірного тіла”. Це дало можливість спеціалістам різних галузей: науки, мистецтва, техніки, промисловості, користуватись єдиною загальноприйнятою системою класифікації кольорів.

Усі спектральні кольори вважаються чистими. Вони яскраві та насичені на забарвленнях. При змішуванні фарб, коли дотримується пропорція 1:1, буде також отримано чистий неосновний колір або тон (від лат. *tonus* – “звук”, що походить від грец. *тонос* – “натяг”, “напруження”). При інших пропорціях виникають різні відтінки, іншими словами напівтони, кольору. **Напівтоном називається відтінок кольору, котрий поєднує в собі якості декількох кольорів.** Наприклад, індіго, ліловий, пурпуровий є напівтонами. **Тон – це якість кольору, завдяки якому він відрізняється від іншого, наприклад, червоний від зеленого.**

Кольорова сприйнятливість, тобто здатність розрізняти кольори, у людей досить різна. Вона залежить як від вроджених задатків, так і багатьох інших чинників. Відомо, що постійне спілкування з творами мистецтва, заняття живописом, фотографією і подібним розвивають здатність розширеного колористичного сприйняття. Живопис, дизайн, декоративно-прикладне мистецтво вимагають розвинутого чуття форми, пропорцій, кольору предметів. Око художника, наприклад, розрізняє відмінності пропорційності об'єкта, котрі різні 1/60–1/150 його величини. Наскільки тонкими можуть бути кольорові відчуття професійного митця можна зрозуміти за таким прикладом. У мозаїчних римських майстернях античного періоду створювалась смальта, тобто непрозоре скло, яке використовують для створення мозаїки, 20000 відтінків. Особливою тренованістю сприйняття кольору вирізняються люди, які за професією мають оцінювати колористичні характеристики предметів. Наприклад, досліджені сталевари за відтінками розплавленої сталі досить чітко зазначають її температуру і наявність домішок. Висока кольорова чутливість розвивається у малярів, поліграфістів, модельєрів, хіміків тощо. Фарбувальниками тканин зазначаються до 60 відтінків чорного кольору, тоді як пересічна людина зможе

розрізнити не більше десятка різновидів чорної барви. Умови життя теж відіграють роль у колористичній “тренованості” ока. Народами Крайньої Півночі вживається, наприклад, більше 10 слів для характеристики насту, злежалого снігу, за його відтінками. Саме за кольором оцінюється його товщина, щільність і температурний режим.

## 2. Феномен ахроматизації кольорів. Доповнюючі кольори. Кольоровий контраст. Колірне сімейство

Колірний ряд І.В. Гете ґрунтується на забарвленості кольорів як наслідку механічного змішування фарб. Однак результати механічного та оптичного поєднання кольорів не завжди однакові. Змішування, наприклад, жовтої та синьої фарби дає зелений колір. А от при просторовому поєднанні цих барв виникне явище ахроматизації. **Ахроматизація** – це знищення властивої **хроматичним кольорам забарвленості і набуття ними сірого чи білого кольору**. При суміжному просторовому розміщенні цих барв людина сприйматиме предмет сірим або білим у залежності від площі жовтої і синьої поверхонь та його віддаленості від спостерігача.

Для кожного хроматичного кольору існує інший, оптичне поєднання яких призводить до їх ахроматизації. **Кольори, які втрачають при поєднанні між собою притаманне їм забарвлення, називаються доповнюючими або додатковими**. Так, якщо розмістити поряд червону та зелену цятки і подивитися на них здалеку, то вони здаватимуться сірими. Оранжевий і блакитний, блакитно-зелений і червоний, блакитний та жовтогарячий, синій і жовтий, зеленувато-жовтий та фіолетовий, зелений і пурпуровий, лимонно-жовтий і ультрамариново-синій є комбінаціями доповнюючих кольорів.

У колористичному крузі доповнюючими вважаються кольори, що протилежні один одному: **жовтий і фіолетовий, синій та оранжевий, червоний і зелений**. При їх змішуванні в однакових пропорціях отримується сірий колір. При різнопропорційному поєднанні знижується інтенсивність барви, виникає її сіруватий відтінок. Наприклад, поєднання оранжевого і синього дає кольори: кофе з молоком, королівський синій, волошково-голубий, оранжево-червоний. Змішування жовтого та фіолетового спричиняє появу фіалково-синього, бурачкового, темно-рожевого, гірчичного кольору, кольорів вербlichжої шерсті та ясного жовтка. При поєднанні червоного і зеленого виникають темно-червоний, горіхово-коричневий, кофейно-коричневий, нуга-коричневий, оливково-зелений, мохово-зелений, хвойно-зелений кольори.

*Особливістю доповнюючих кольорів є те, що при розміщенні поряд вони підсилюють один одного, і тому здаються більш яскравими. Їх композиції викликають у споглядаючого внутрішню напругу. Особливо, якщо це чисті кольори. Тому комбінації чистих барв, наприклад, краще не використовувати при декоруванні офісу, торгової площі чи жилого приміщення. Але вони будуть доречними в рекламному дизайні чи при створенні дитячого одягу. Однак при*



*використанні інтенсивних, чистих доповнюючих кольорів треба дотримуватись деяких правил:*

- інтенсивні тони (особливо теплі – червоний і жовтий) можна застосовувати тільки для нанесення на невеликі за площею поверхні, щоб не викликати роздратування у людини, котра буде їх розглядати;

- жовта і фіолетова барви мають займати по відношенню одна до одної площу у пропорції 1:3;

- при комбінації синього та оранжевого кольорів необхідно дотримуватись відношення 2:1;

- оптимальне поєднання червоного та зеленого тонів – 1:1;

- використання декількох комбінацій із чистими доповнюючими кольорами може порушити колористичний баланс, тому подібних поєднань барв у дизайні бажано уникати;

- людина стомлюється від споглядання інтенсивних доповнюючих комбінацій і не може довго їх розглядати, тому їх треба обережно застосовувати, наприклад, ними краще не фарбувати стіни та стелю приміщення.

Більш популярними у дизайні є *комбінації з неінтенсивними доповнюючими кольорами*. Вони менше підсилюють один одного, і тому є більш принагідними для людини. Так при пофарбуванні стін перевагу слід надавати теплим пастельним тонам і напівтонам. Найбільш поширеною нині є комбінація пастельних червоного і зеленого кольорів. Найчастіше її застосовують у дизайні інтер'єру та рекламі.

Однак використання доповнюючих кольорів завжди вимагає певної обачності, врахування нетотожності механічного та оптичного поєднання різноманітних барв. Особливо, коли потрібно створити рекламний макет засобами комп'ютерної графіки, що згодом буде поліграфічно відтворюватись, або коли треба декорувати приміщення чи розробити нову модель тканини. Як приклад, наведемо такий випадок. Одна іноземна фірма замовила текстильним декілька партій тканин і відмовилась згодом їх прийняти. Було замовлено трипартину: з чорним візерунком на фіолетовому тлі, чорним – на червоному, чорним – на блакитному. Судовий позов замовника було відхилено, хоча в реалізацію товар не поступив ось із якої причини. На червоному полі чорний візерунок видавався блакитно-зеленкуватим, жовтуватим він був на фіолетовому тлі, а на блакитному справляв враження жовтогарячого. Причиною цього стало явище одночасного кольорового контрасту. Чорний колір під впливом барви поля тканини набував відтінку кольору, доповнюючого тон фону. Фірма-замовник не врахувала властивості доповнюючих кольорів при замовленні барвників тканини.

**Контраст кольорів** (від франц. *contraste* – “протилежність”) є підсиленням інтенсивності, насиченості їх забарвлення при просторовому суміжному розміщенні. Це явище ґрунтується на фізіологічних основах зору людини та фізико-оптичних властивостях барв.

Коли два доповнюючі кольори знаходяться поряд, то вони стають яскравішими. Так, червоний квадрат буде більш яскравим на зеленому фоні, ніж на

жовтому, оскільки зелена барва для нього є доповнюючою. Вона підсилить його інтенсивність. Або якщо невеликий за площею візерунок ахроматичного кольору розташувати на певному кольоровому тлі, то ним набудеться відтінок, котрий наближатиметься до доповнюючого тону цього фону. Наприклад, сірий квадрат, розміщений на червоному аркуші паперу, здаватиметься зеленим, на синьому – жовтим, на зеленому він, немов би, почервоніє. Подібне явище називається *одночасним контрастом кольорів*.

Особливо він проявляється при значній площі фону по відношенню до вкраплення доповнюючого чи ахроматичного кольору. Чим більшою вона буде, тим сильніше барва фону впливатиме на кольорову поверхню вкраплення. Подібний ефект спостерігатиметься і тоді, коли кольорова поверхня оточена фоном, схожим до неї за світлістю.

Існує також явище *послідовного колірнього контрасту*. Подивимось деякий час на негатив фотографії, а потім на стіну. Там побачимо протилежну за забарвленням фігуру. Або ж візьмемо аркуші синього та білого паперу. Якщо протягом 20–30 секунд пильно дивитися в центр першого і згодом перевести погляд на інший, то папір здаватиметься не білим, а оранжевим. Червона поверхня буде в такому випадку сприйматися як смарагдово-зелена.

Кожного разу після розглядання однотонної кольорової фігури на білому тлі виникає її послідовний негативний образ. **Колір, що виникає внаслідок послідовного колірнього контрасту при спогляданні якоїсь барви, є контрастним по відношенню до неї.** Контрастні пари при їх суміжному поєднанні підсилюють інтенсивність один одного.

Зорове відчуття, що залишається від подразника, котрий перестав діяти на глядача, називається його послідовним образом. Ним є, наприклад, світло коло, якщо в темряві покрутити ліхтариком. Послідовний образ, який за кольором чи світлістю відповідає подразнику, є позитивним. У випадку протилежності подразнику, він сприйматиметься як негативний. Таке явище зумовлюється тим, що зорове відчуття ще деякий час продовжує існувати по тому, як подразник перестав діяти на людину. Так однотонно забарвлена поверхня предмета скраю здається світлішою, коли розташована поряд із темною, і навпаки. Це явище отримало назву *крайового контрасту*. Він особливо посилюється при розсіяному освітленні предмета.

Крім контрастних, розрізняються також **близькі або споріднені кольори – барви, які в колористичному крузі розміщуються поряд.** Між собою спорідненими є кольори: синій і зелений, синій та фіолетовий, фіолетовий і червоний, червоний та оранжевий, оранжевий і жовтий.

Колористичний круг утримує декілька груп споріднених барв: жовто-червону, жовто-зелену, синьо-червону та синьо-зелену. Це чотири кольорові сімейства. **Колірним сімейством вважається низка споріднених кольорів.** Так зелений, синій, фіолетовий – це елементи одного сімейства кольорів. Їх поєднання принагідні для людини, викликають у неї позитивні емоційно-почуттєві стани, заспокоюють її. Ще більш приємними й вишуканими є пари споріднених напівтонів (відтінків кольору), наприклад, червоно-фіолетового

синьо-фіолетового, оранжево-червоного та жовто-червоного тощо. У живописі та дизайні низку гармонійно пов'язаних відтінків кольору називають **кольірною гамою** (від грец. гама – “суміш”).

Поєднання близьких тонів і напівтонів є гармонійним, тому його широко використовують в оздобленні одягу, декоруванні інтер'єру та рекламі.

Важливими фізико-естетичними властивостями кожного кольору є його насиченість та світлість. **Ступінь інтенсивності кольору без домішок ахроматичних барв називається його насиченістю**. Іншими словами, це ступінь відмінності певного кольору від сірого, котрий однаковий йому за інтенсивністю.

Насиченими є спектральні кольори, вони дуже яскраві та інтенсивні. Але насиченість жовтої, зеленої, блакитної барв є меншою, ніж у червоної, синьої та фіолетової. Чисті кольори, отримані через змішування барв у пропорції 1:1, теж завжди насичені. Тому їх необхідно завжди обережно використовувати. Пофарбований чистою барвою предмет зразу привертає увагу і не викликає, як правило, позитивного реагування у дорослої людини. Наприклад, створений на такій основі інтер'єр не дає відчуття затишності. Він може, навіть, викликати стан тривоги, дискомфорту, відризи у людини, котра змушена тривало в ньому перебувати. Більш принадними в житловому інтер'єрі вважаються кольорові комбінації, зроблені на основі домінування ахроматичних чи доповнюючих кольорів.

**Оптична світлість** є здатністю поверхні об'єкта переважно відбивати частину падаючого на неї світла, а **колористична світлість** – це ступінь освітлення фарби білим кольором або затемнення чорним. Освітлюється тон за допомогою білої барви. Так сірий колір є поступовим послабленням білого чорним. У ньому можуть біти різні відтінки внаслідок різної кількості білої домішки: світло-сірий, середньо-сірий, темно-сірий. А рожева барва є освітленою червоною. При додаванні до синьої фарби білила отримується блакитний колір, до фіолетового – бузковий.

**Сильно освітлений білим тон або напівтон називається світлим**. Найбільш освітленими є пастельні барви – бліді і майже білі. Звичайно, не існує різкої межі між звичайним світлим і пастельним тоном. Колористичне сприйняття має суто індивідуальний характер. Для однієї людини вже ванільно-жовтий тон є пастельним, а для іншої таким буде лише хризантемно-жовтий.

Колір можна змінити, зробивши його більш насиченим і менш яскравим, наддаючи затемненню чорним кольором. **Отриманий внаслідок додавання чорної барви колір називається темним тоном**. Наприклад, завдяки змішуванню чорним оранжевого кольору отримується коричневий, поєднання його із зеленим дає темно-зелений тон, а додавання до червоного утворює темно-червоний колір. Усе це темні тони.

У дизайні колір відіграє роль провідного елемента при художньому конструюванні, художньому моделюванні, модернізації, стилізації чи декоруванні будь-якої предметної рукотворної форми. Дизайнер найчастіше використовує вже наявні предметні форми, котрі він покликаний естетично облагоро-



дити. Як правило, він ними маніпулює, надаючи певного просторового положення чи якогось забарвлення. У дизайні при появі нового, оригінального стилістичного рішення готової предметної форми чи творенні докорінно нової фахівець, в основному, має справу не з їх механічним, а з оптично-просторовим колористичним рішенням.

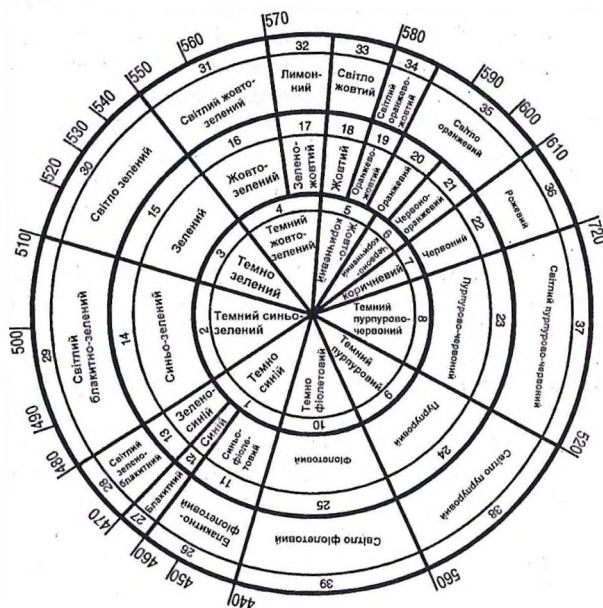


Рис. Колірний круг

### 3. Специфіка емоційно-почуттєвого сприйняття кольору. Колорит та його різновиди

У кожної людини будь-який колір завжди асоціюється з чимось приємним чи неприємним. Різні кольори неоднаково сприймаються нею і формують різний настрій. За емоційно-почуттєвим впливом кольори поділяють на “теплі” та “холодні”, “тяжкі” і “легкі”, “тривожні” та “заспокоїливі”.

Теплими називаються червона, оранжева, жовта, зелено-жовта барви, а холодними – синьо-зелена, блакитна, синя та фіолетова. Перші з них у людини викликають відчуття тепла, а інші – прохолоди. Теплий колір її збуджує, активізує, підвищує працездатність. Холодний, навпаки, заспокоює, розслабляє, іноді, навіть, пригнічує. Ступінь впливу певного кольору залежить насамперед від площі кольорової поверхні. Він тим сильніше впливає на людину, чим більшою є загальна площа барви.

Як ілюстрацію можливостей психологічного впливу кольору наведемо такий приклад. Після того, як у Лондоні сумнозвісний міст “самогубців” – Блэк

фраерс Брідж, перефарбували у зелений колір, кількість суїцидів на ньому зменшилась більше, ніж на третину.

За ступенем психофізіологічного реагування людини розрізняють тяжкі та легкі кольори. **Тяжкими називаються барви, які справляють враження масивності та важкості предметам, які ними пофарбовані, а легкими – ті, що викликають думку про легкість і тендітність предметів.** На одному підприємстві декільком групам робітників запропонували переносити різнокольорові ящики. Їх вага була однаковою. Однак різне забарвлення тари викликало неоднаковий ступінь втоми у працівників. Чорні та коричневі ящики були “важкими” для людини, на відміну від білих і жовтих, і тому більше стомлювали. Ще на одному заводі довелося фарбувати деталі у світло-сірий колір, оскільки робітники скаржилися на стан здоров’я. Традиційне темно-синє і темно-сіре забарвлення деталей спричиняло біль у спині. Вага деталей не змінилась після зміни їх кольору, а от скарг працівників більше не було.

Для людини передусім **тривожними є червоний, оранжевий, чорний, коричневий кольори, а також контрастні колірні комбінації.** Так поєднання червоного та білого кольорів у забарвленні декору “швидкої допомоги” вирізняє її на тлі інших машин. Оранжеве забарвлення одягу робітників дорожньої технічної служби, особливо в поєднанні з чорним кольором, привертає сильну увагу до них водіїв транспортних засобів, зменшуючи ступінь ризику наїзду на людину. Комбінації червоного та чорного, білого і чорного, оранжевого та синього, зеленого і червоного є тривожними. Вони викликають у людини занепокоєння, привертають її увагу, тримають у напруженні.

**Заспокійливими є передусім зелений, блакитний, синій тони та пастельні кольори.** Саме тому в школах нині використовуються масляново-зелені, а не чорні шкільні дошки. Біла та сіра барви оцінюються як нейтральні.

Проте, подібний поділ є досить умовним. Якщо в інтер’єрі помешкання, наприклад, використати тільки зелений колір, то це загострить людський слух. Людина почуватиметься незатишно, неспокійно, тривожно. А поєднання декількох кольорів у одній композиції завжди викликає складні реагування та асоціації у глядача чи спостерігача.

Кожен колір по-своєму впливає на емоційно-почуттєву сферу людини, викликає різні фізіологічні реагування, неоднаково нею психологічно оцінюється.

**Червоний** викликає відчуття тепла, прилив енергії. Він активізує, але досить швидко викликає втому. Це агресивний, динамічний, життєстверджуючий, емоційний, але неврівноважений колір. Його бажано уникати при стресі, роздратуванні або при схильності до гіпертонії, гіперфункції залоз внутрішньої секреції. Він підвищує артеріальний тиск, прискорює ритм дихання і роботу серця, посилює м’язовий тонус та виділення залоз внутрішньої секреції.

**Рожевий** психологічно сприймається як теплий, радісний, оптимістичний колір. Він багато в чому схожий із червоним, але є більш романтичним,

вишуканим, благородним, заспокійливим. У залежності від відтінку, може сприйматись і як інфантильний (світло-рожевий), і як пристрасний (барва флоксів чи колір граната). Багато його відтінків (особливо пастельні) нейтралізують чи зменшують агресивність людини. Але слід пам'ятати про його спроможність викликати помітну слабкість м'язів при тривалому перебуванні в приміщенні, в якому ця барва є домінуючою.

**Оранжевий** – це теплий, життєрадісний, дещо легковажний та екстравагантний колір. Він через випромінювання потужної енергії (якщо це інтенсивний відтінок) може стомлювати або дратувати, або ж викликати прилив сил (пастельні відтінки). Цей колір активізує людину. Наприклад, пастельні або приглушені його відтінки (абрикосовий, персиковий, ванільний, пісочний тощо) широко застосовуються при створенні загального колориту будь-якого інтер'єру, оскільки роблять приміщення затишним, теплим, навіюють спогади про дитинство. Цей колір сприяє загалом гарному настрою людини, сприймається найчастіше як святковий і радісний.

**Коричневий** сприймається як теплий, заспокійливий, затишний, надійний, але не дуже вишуканий і дещо “заземлений” колір. Різні відтінки кольору можуть викликати різні враження: пишності, урочистості, розкішності, мрійливості, буденності. Так темно-коричневий колір викликає враження чогось простого, невибагливого, буденного. А відтінок “кава з молоком”, навпаки, вважається вишуканим та елегантним.

**Жовтий** створює гарний, радісний настрій, стимулює зір, нервову систему, посилює кровообіг, оздоровлює печінку, жовчний міхур, шлунок. Це життєрадісний, свіжий, активізуючий, імпульсивний, хвилюючий колір. Однак його інтенсивні відтінки можуть стомлювати, викликати занепокоєння. Значно приємнішими для людини є споглядання світлих або приглушених різновидів цієї барви.

**Зелений** колір асоціюється з лісом, травою, зеленню. Заспокійливо діє на нервову систему людини, тому вважається цілющим і животворним. При перевтоми, стресі, тривозі він розслабляє, надає душевної рівноваги, допомагає долати невпевненість і адаптуватись до нових обставин, стимулює творче мислення. Він сприяє зниженню кров'яного тиску. Під його впливом у людини загострюється слух. Градація відтінків цього кольору дуже багата. У залежності від відтінку він виглядає і сприймається по-різному. Салатний, жовто-оливковий, липово-зелений оцінюються як теплі, привітні, легкі напівтони. Хвойний та оливковий вважаються теплими, неясковими, світло насиченими, інтимними. М'ятний, смарагдово-зелений і синьо-зелений кольори – це холодні, стримані, ніжні відтінки. Темно-зелений, блакитно-зелений, малахітовий та бірюзовий трактуються холодними, інтенсивними, яскравими, відстороненими. У поєднанні з іншими кольорами зелений тон викликає ще більш складні психологічні реакції. У композиції з холодними тонами він справляє враження елегантного, але холодного і безкомпромісного. Зелений тон у поєднанні з теплими кольорами та їх відтінками, навпаки, сприймається як теплий і заспокійливий, асоціюється з тривкістю, респектабельністю, викликає довіру через свою привітність, покращує настрій, звеселяє.

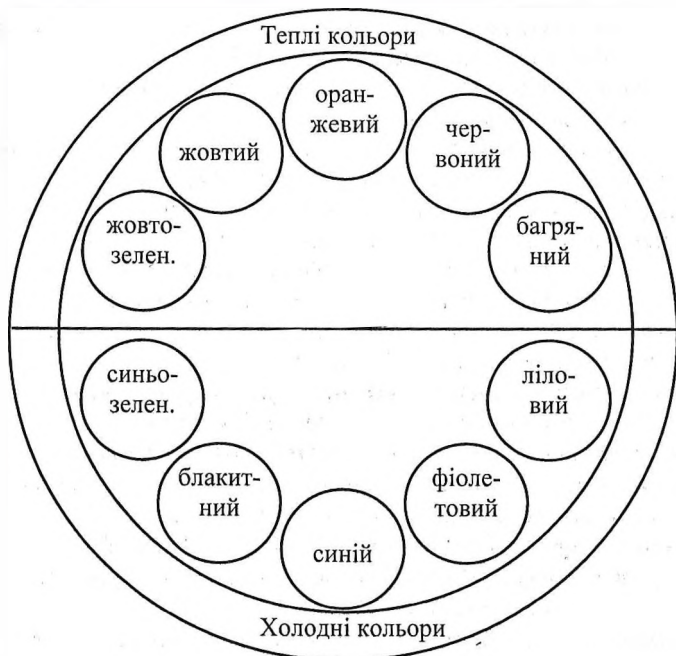


## Колір як елемент дизайну

Колір	Насиченість	Світлість	Вага	Об'єм	Температура	Відстань	Рух
1	2	3	4	5	6	7	8
<i>Білий</i>	Слабо насичений	Дуже світлий	Легкий	Збільшує	Прохолодний	Близький	Невизначений
<i>Сірий</i>	Середньо насичений	Затемнений	Невизначений	Нейтральний	Холодний	Віддаляється	Статичний
<i>Чорний</i>	Сильно насичений	Дуже темний	Важкий	Зменшує	Холодний	Далекий	Завмерлий
<i>Червоний</i>	Насичений	Яскравий	Важкий	Збільшує в ширину	Гарячий	Дуже близький	Активний
<i>Рожевий</i>	Слабо насичений	Світлий	Легкий	Мінливий	Теплий	Наближується	Рухливий
<i>Оранжевий</i>	Мало насичений	Дуже яскравий	Легкий	Мінливий	Теплий	Близький	Рухливий

Продовження таблиці

1	2	3	4	5	6	7	8
Коричневий	Насичений	Темний	Важкий	Нейтральний	Теплий	Дуже близький	Статичний застиглий
<i>Жовтий</i>	Слабо насичений	Яскравий	Легкий	Дещо збільшує	Теплий	Наближується	Рухливий
<i>Зелений</i>	Насичений	Середньо яскравий, заспокоїливий	Невизначений	Нейтральний	Нейтральний	Нейтральний	Інертний
<i>Блакитний</i>	Слабонасичений	Блідий	Легкий і повітряний	Невизначений	Прохолодний	Віддаляється	Пасивний, спокійний
<i>Синій</i>	Сильно насичений	Темний	Важкий	Зменшує у ширину	Дуже холодний	Далекий	Застиглий
<i>Фіолетовий</i>	Насичений	Затемнений	Важкий	Зменшує	Холодний	Далекий	Спокійний



*Рис. Теплі та холодні тони*

**Блакитний** колір теж заспокоює нервову систему людини, викликає відчуття спокою, комфорту, а темно-блакитний та зелено-блакитний – відчуття безпеки. Він, навіть, сприяє зниженню температури хворого, тому вважається цілющим і лікувальним. Ця барва більше за зелену посилює працездатність людини, знижує у неї кров'яний тиск та послабляє м'язовий тонус. Вона буде корисною для споглядання людям із збудливою нервовою системою. Цей колір прохолодний, пасивний, елегантний, свіжий, стриманий, заспокійливий. Вважається кольором інтелектуалів, потаємних, поважних, обережних, котрі цінують гармонію, надійність і красу.

**Синій** сприймається як “колір мудрості”. Він асоціюється з небом чи поверхнею води. Це спокійний, холодний, надійний, консервативний, авторитарний (інтенсивний відтінок), ліричний (пастельний відтінок), врівноважений тон. Він заспокоює та розслабляє нервову систему, м'язи, послаблює обмінні процеси людського організму.

**Фіолетовий** колір сприймається більшістю людей як дивакуватий, творчий, дещо сумний, холодний і урочистий колір. У залежності від відтінку викликає різне враження: баклажановий і сливовий заспокоюють; бузковий хвилює, викликає, як чуттєвий відтінок, романтичний настрій; інтенсивний фіоле-



товий збуджує; темно-фіолетовий сприймається як інтелектуальний колір, який навіє філософські роздуми. Але слід пам'ятати, що людину в стані перевтоми і стресу фіолетова барва, особливо темна, сильно пригнічує.

**Сірий** колір сприймається як прохолодний, врівноважений, нейтральний, серйозний, діловий, пасивний і дещо "нудний".

**Чорний** колір оцінюється найчастіше як діловий, суворий, серйозний, урочистий, вишуканий, дещо загадковий, зверхній та похмурий.

**Білий** усіх відтінків (невідбіленого полотна, молочно-білий, білосніжний, слонової кістки тощо) сприймається як світлий, ясний, свіжий, чистий, урочистий колір. Він знижує кров'яний тиск, заспокоїливо діє на людський організм.

Людиною досить рідко вживається тільки одна барва при створенні якоїсь предметної форми. Використані в картині, архітектурній споруді, інтер'єрі, одязі, макіяжі і тому подібному кольори у своїй єдності складають їх колорит. **Колорит** – це загальне співвідношення усіх кольорів, котрі входять у певну композицію. Він визначається домінуючими барвами споріднених кольорів та відтінків. *За враженнями, які виникають у людини, він може бути:*

- **холодним** (домінують синій, зелений, фіолетовий, чорний кольори) або **теплим** (переважають червоний, жовтий, оранжевий кольори);

- **темним** (коричневий, чорний, шоколадний, темно-зелений, синьо-фіолетовий, рубіново-червоний) або **світлим** (білий, жовтий, рожевий, голубий, м'ятно-зелений, димчasto-коричневий, сірий);

- **середнім** (жовтий, жовто-зелений), **спокійним** (білий, голубий, зелений, бузковий, м'ятно-зелений, світло-брунатний, сірий, рожевий, жовтий) або **напруженим** (чорний, червоний, оранжевий, сонячно-жовтий, темно-коричневий).

Напружений колорит формують контрастні кольори та їх відтінки. Напруженими є комбінації *білого і червоного, червоного та чорного, жовтого і чорного, оранжевого та чорного кольорів*. Такі поєднання викликають у людини тривогу, занепокоєння, напруженість, іноді внутрішній дискомфорт. Їх не бажано застосовувати, наприклад, при декоруванні приміщень, у яких людина має відпочивати, лікуватись, відчувати себе розслаблено, романтично, ностальгічно. Спокійний колорит одягу жінки завжди вважався особливо елегантним як у діловому, так і в святковому костюмі. Але у вечірній сукупності надається перевага темному забарвленню. Холодний колорит рекламного плаката, наприклад, не завжди сприятиме його зацікавленому спогляданню.

*За яскравістю, ступенем насиченості розрізняють колорит:*

- **яскравий** (сонячно-жовтому кольору, наприклад, властива значна яскравість, тому помешкання, в якому домінуючою буде саме ця барва, матиме яскравий колорит);

- **стриманий** (так кремово-жовте забарвлення стін кімнати надасть їй стриманого колориту);

- **блідий** (хризантемно-жовта барва вважається пастельною, сформованій на її основі колорит приміщення буде блідим).

У дизайні колориту предмета, помешкання, експозиції абощо приділяється велика увага. Особливе значення він має при виробництві і рекламуванні товарів в умовах насиченості ними ринку. Колір виступає важливим чинником, який впливає на вибір товару споживачем. Компанія “Проктер енд гембл” нині є одним із лідерів виробництва пральних засобів. Успіх її продукції обумовлений передусім тим, що з 50-х років у пральні порошки домішуються хімікалії, які відбивають світло. Навіть після багаторазового полоскання “оптичний освітлювач” залишається на тканині, внаслідок чого вона здається яскравішою. Споживачем така білізна сприймається як дуже чиста, хоча очищається і кошатиться вона, як й при застосуванні будь-яких інших пральних засобів.

#### **4. Національно-культурна інтерпретація кольору. Сучасний символізм кольору**

Сприйняття кольору ґрунтується не тільки на оптико-фізичних та фізіолого-психологічних засадах. Естетична цінність, значення того чи іншого кольору в людському житті тісно пов'язане з наявною культурною традицією, котра склалася у певного етносу, нації чи групи націй певного регіону. Геральдичні і теологічні символи, легенди, поетичні метафори, психолого-емоційні та естетичні оцінки, національно-культурні стереотипи і подібне формують у своїй єдності символіку кольору. Її підґрунтя складають асоціації, які виникають у людини, яка належить до певного національно-культурного середовища. Тракткування кольорів та асоціації, котрі вони викликають, досить відмінні у представників різних рас, націй і культур.

**Білий колір** для багатьох народів символізує добро, чистоту, мир, світло, цнотливість, святенність, правду. Білий одяг брахманів Індії є ознакою їх особливих знань, втаємничення в таїну буття. Білим був і колір вбрання жерців бога Озіріса в Давньому Єгипті. Це колір одягу священнослужителів культу бога Зевса в Давній Греції за часів античності. Жриці богині Вести – охоронниці домашнього вогнища, мали служити їй 30 років, не одружуючись. Вони теж носили білий одяг, що символізував їх цноту. У біле вдягалися священнослужителі кельтських племен – друїди. Християнство символом Матері Божої – Діви Марії, обрало лілію саме цього кольору. З XVI століття повсякденний одяг римського папи має теж біле забарвлення на знак його святості, моральної чистоти і правдивості. Християнські священники одягаються в біле при посвяті храму. Жриці африканських племен при жертвоприношенні чи при здійсненні релігійно-магічних обрядів також одягають білий одяг. Представники багатьох африканських, австралійських, індіанських “примітивних” народів як охоронний символ, оберіг від лихого і недоброго, використовують білу фарбу, розмащуючи нею обличчя та тіло. У слов'ян біле асоціюється зі світлом та чистотою. Народитися – це “побачити білий світ”. Чиста, охайна оселя для української господині – гарно вибілена. Білий колір часто є символом миру та добрих намірів. Дуже давнім звичаєм, котрий сягає глибин віків, є вивішування білого прапора на знак перемир'я або капітуляції.

Для багатьох індоєвропейських народів біла барва символізує святенність або недоторканість тварини. Для кельтів, германців, римлян нею був білий кінь. Римському полководцю, наприклад, на знак поваги до нього за його військові заслуги надавалась особлива честь – церемонія тріумфального в'їзду у “Вічне” місто. Коні його запряжки у цей час були білими. У давній Греції в жертву Олімпійським богам приносили виключно білих тварин: биків, овець і подібне. У країнах Південно-Східної Азії священним вважають білого слона.

Часто білий колір асоціюється з красою, щастям, радістю та добром. Для греків античності краса бога чи богині пов'язувалась з білим тілом, лицем тощо. Епітет Гери, наприклад, “білорука”, Афродіти – “молочна”. Для українця дівчинонька білолиця теж носій краси. Мешканці Африканського континенту дівчину з більш світлою шкірою вважають красивішою і привабливішою за інших. Таким молодим юнкам шлюбного віку завжди надається перевага, з ними охоче шлюбуються. Магічну практику, котра покликана допомагати людині, охороняти її, здавна називають білою магією, на протигагу від чорної, яка несе зло, недуги, лихо. В уявленні багатьох народів світу боги, які допомагають людям називаються “білими”. Згадаймо хоча б Білобога західних слов'ян. Або давньогрецьких богинь людської долі Парок. Коли вони плели білі нитки життя людини, тобто приносили їй щастя, їх називали “білими сестрами”. У багатьох африканських народів добру, привітну людину називають людиною з “білим животом”.

Поряд із цим фіксується символічне ототожнення білого кольору з сумом, скорботою, смертю, потойбічним життям. Така традиція відслідковується передусім у народів Сходу. Так, в Китаї, Японії, Індії його вважають кольором скорботи за небіжчиком. У цих країнах на знак жалоби одягають одяг з невідбіленого полотна. Китайці, вбираючись в таке вбрання вважають, що померлого в потойбічному житті чекає щастя та добробут. Для них біла барва є власне символом радості за людину, котра вмерла. Адже їй в іншому світі буде добре, краще, ніж у земному житті. Сарі індуски-вдови має біти білим.

У європейських народів теж фіксується подібна традиція. За переказами, на тризні за померлими слов'яни одягалися виключно в білий одяг, прикрашений тільки білою вишивкою. До XIII–XVI століття у багатьох країнах Європи королева, котра пережила свого чоловіка, змушена була завжди одягатися у біле вбрання. Англійський король Генріх VIII на знак суму за страченою ним дружиною Анною Болейн одягнувся у білий одяг. Покійників часто і на сьогодні замотують у білий саван. Цей звичай зафіксовано з часів Гомера. Давньогрецький історик Плутарх спробував його пояснити ось як: це робиться для того, щоб душа померлого могла полишити тіло світлою та чистою. Можливо, в ньому знаходимо відголос давніх магічних обрядів, зміст яких призабувся.

У африканців широко побутує думка, що люди перед тим, як “прийти” у цей світ, жили на небі. Там вони були білими. На небі всі істоти є білими чи забарвленням. Тому білий колір є символом потойбічного життя, його використовують у культі шанування предків. Їм у жертву приносять білих тварин, білу просяну муку, розчинену у воді, білі розтовчені горіхи коли. Можливо,



саме тому у багатьох народів світу привидів зображують білими створіннями, подібними на марево. Часто “примітивні” народи розмальовують тіло чи обличчя білою фарбою, щоб померлий чи злі істоти вважали їх теж “духами”.

Також білий колір асоціюється з боягузством. Мабуть, тому що перелякана людина набуває своєрідних зовнішніх ознак – блідне. Вона, як кажуть українці, “стає білою, наче сніг”. Згадаймо хоча б такий дитячий віршик:

Чого братку так збілів, що з тобою сталось?

Ой, за мною через став аж сто вовків гналось!

Сто вовків?! То б село почуло!

Ну, нехай не сто, а десяток було.

Та й десяток диво в нас, де б то стільки взялось?

Та, може, й один... Щось же воно гналось?!

За геральдичною європейською традицією білий колір – “арджент”, символізує срібло, дитинство, воду, осінь, чистоту та надію. Це ознака сангвінічного характеру. Він також асоціюється з числами 10 та 11, понеділком, місяцем жовтнем і листопадом.

**Чорний колір** у культурологічній символіці набув особливого значення з давніх часів. Це антипод білого. У релігійно-філософській системі даосизму пасивна негативна жіноча енергія “Інь” ототожнюється з чорною барвою, а активна позитивна чоловіча – “Ян”, з білою. Чорний колір асоціюється з темрявою, ніччю, смутком, мороком, пустотою, тишею, злом. Людей, які за допомогою магічних обрядів прагнуть зашкодити комусь, називають “чорними магами”, “чорними відьмами”, “чорними чаклунами”. Епідемію чуми, котра в XIV столітті знищила близько 25 мільйонів осіб, європейці назвали “чорною смертю”. Можливо, тому, що тіло померлого чорніло. У християнській традиції, запозичений із вавілоно-аккадської культури, чорний колір символізує скорботу та жалобу. Він використовується в месях за покійним. У якості символу смерті цей колір часто використовували “джентльмени удачі” – пірати. Як уособлення деструкції та знищення застосовували чорний колір у своєму прапорі шархісти.

Однак, іноді чорний колір асоціюється з радістю, життям, плодючістю, прілістю, мужністю. Для японця, наприклад, він є саме кольором радості, а не смутку. Складним є символізм чорного кольору у африканських народів. Для більшості з них – це колір життя, добробуту, плодючості. Він уособлюється з землею та водою. Щоб вчасно почався дощ, аборигени Тропічної Африки в жертву приносять тварину з чорним забарвленням шкіри. До того ж чорний колір асоціюється у них із північчю. Сезон дощів приносить бажану вологу, яку потрібну для життя. Але дощ завжди приходить із півночі, тому північні кріїни, за їх уявленнями, є темними та чорними. Чорний колір для африканця має ще одне символічне значення. Людина не владна над природними стихіями, ніхто не знає наперед реальні наслідки праці землероба. З цієї причини чорне символізує для них також важку роботу, сумнів і невизначеність. За традицією чорний одяг тут має носити кожен дорослий, хто закінчив важливу справу, хто пережив час невпевненості та тривоги.

У європейській геральдичній традиції чорний колір отримав назву “траур”. Він сприймається як символ вірності та обережності. Також асоціюється з алмазом, агатом, залізом, свинцем, землею. Цей колір також символізує старість. Чорна барва позначає, крім того, грудень, січень, зиму загалом та суботу, числа 5 та 8.

**Сірий колір** у європейця найчастіше асоціюється з гідністю, респектабельністю, освіченістю. Він трактується ними як емоційно нейтральний. Але особливою популярністю не користується. Привертає людську увагу, насамперед, як колір ділового одягу, автомобілів, технічних споруд та інших атрибутів “техногенної цивілізації”. Виступає символом урбанізації і технізації життя сучасної цивілізованої людини.

**Червоний колір** у багатьох народів світу уособлює тепло, вогонь, життя, зрілість, пристрасть, кохання і сором. Також це символ “тепла домашнього вогнища”, а також краси та здоров’я. У східних слов’ян вродливу дівчину порівнюють з “красним сонечком”, красиве місце для них є “красним”, якісний крам теж – “красний”.

У давнину весільне вбрання нареченої мало бути червоним. Воно символізувало її зрілість. В античні часи червона фата нареченої покликана була маскувати її сором’язливість та невпевненість. І на сьогодні молода дружина в Китаї чи Індії надає перевагу саме цій барві весільного одягу. В Європі традиція вживання червоного кольору, як весільного, була порушена вперше Марією Стюарт, котра вдягнула білий одяг на своє весілля з французьким королем.

З XVIII століття в Європі цей колір асоціюється також із проституцією. “Вулицями червоних ліхтарів” називають місця розташування “будинків розпусти” в багатьох країнах. У даному випадку ця барва символізує сором і безчестя, адже засоромлена людина найчастіше червоніє.

Червона барва асоціюється, крім того, з кров’ю та плодючістю. Її широко застосовують із магічним призначенням. Римський історик Пліній Старший писав, що для лікування пропасниці використовувався пил, у котрому обваляли яструба, загорнувши його в червону ганчірку, перев’язану червоною ниткою. Можна було застосовувати ніс, кінчики вух мишей, вкладених у червону тканину. В деяких обрядах вживалось не червоне полотно, а саме кров, що дає підставу вважати червоне забарвлення тканини її символічним замінником. Щоб вилікуватись від епілепсії, римляни пили кров гладіаторів або кров черепахи, змішану з гранатовим соком. Українські знахарки і нині радять породіллі пов’язати руку червоною ниткою чи обгорнути червоною тканиною хворе місце при рожі.

Стійкою є традиція асоціації червоного кольору з владою, могутністю, силою та війною. Символічний колір варни (касти) кшатріїв – воїнів, в Індії є червоним. Римські воєнноначальники своє обличчя теж фарбували в цей колір на честь Марса – бога війни. У давнину тільки дуже багата і заможна людина могла придбати для себе червоне вбрання. Тому червона барва символізує владу та багатство. Червоним був, наприклад, одяг римського імператора. В африканській культурі червона одежа теж є одягом вождя, правителя, адже тільки

він має право оголосити війну та виголосити смертний вирок. До того ж червона барва символізує вогонь та мудрість. Саме з цієї причини африканці вважають, що ковалям та людям похилого віку доречно носити біле вбрання з червоними смугами.

Червона барва сприймається до того ж як виклик. З цієї причини червоний прапор використовувався під час Французької революції, Паризької комуни, під час повстань 1905 та 1917 років у Російській імперії. Червоним було вбрання італійського національного лідера Джузеппе Гарібальді.

У християнстві даний колір символізує милосердя та божественну любов. Янголи, котрі найбільше наближені до Бога – серафими, зображаються саме такою фарбою.

За геральдичною європейською традицією червоний колір (гульз) асоціюється з рубіном, латунню, вогнем, зрілістю, літом, березнем, червнем, липнем, червоною трояндою, числами 3 та 10. Він символізує холеричний характер.

**Рожевий колір** асоціюється з почуттєвістю, принадністю, хорошим апетитом та здоров'ям. Він символізує бажання та тілесність. Цей колір, наприклад, використовується рухами гомосексуалістів. У слов'ян про здорову людину говорять, що вона має “рум'янець на всю щоку”. Українські дівчата ще донедавна натирали буряковим соком щоби, щоб вважатися здоровими та бути принайними. У харчовій промисловості широко застосовується таке мінеральне добриво як чилійська селітра. Без неї м'ясні вироби втратили б для споживача принадний рожевий колір, адже справжній колір вареного м'яса – сіруватий.

**Оранжевий колір** найчастіше асоціюється з південним, яскравим та пекучим, сонцем, спекою, теплом, радістю, дитинством, домашнім затишком. Він виникає через поєднання червоної і жовтої барви, тому, немов би, утримує в собі їх якості – асоціюється з вогнем і світлом, почуттєвістю та знаннями, владою та духовною чистотою. Тому його використовують як символ святості, духовної “просвітленості”, моральної і духовної чистоти людини в багатьох релігіях світу.

**Жовтий колір** трактується неоднозначно. Передусім, це символ Сонця, тепла, світла, святості, певного соціального статусу. Для слов'янина він, наприклад, завжди асоціюється з сонячним теплом. Це один із найулюбленіших для українця кольорів. Давні греки вважали цю барву кольором Аполлона та Зевса. Китайські імператори обрали його атрибутом своєї влади, могутності та божественного походження. З XVII століття тільки вони одягалися в жовте вбрання. Їх підданим суворо заборонялось використовувати бодай жовту нитку у своєму одязі. За це порушення людину страчували. Про статус людини свідчить жовтий колір і у африканських народів. Його вони сприймають різноманітним червоної барви. У жовте вбрання одягаються мисливці та підлітки, котрі недавно пройшли обряд посвяти у дорослі. У християнстві жовтий колір є ознакою святості. Саме тому Бога, янголів, святих та мучеників зображають з золотисто-жовтим німбом навколо голови.



Але в той же час жовтий колір асоціюється також із божевільням, зрадою, брехнею, ревностями. Єретиків перед спалюванням вдягали в особливий одяг брудно-жовтого відтінку. Це символізувало їх вільнодумство та “зраду” Бога. У Франції цей колір означає подружню зраду. Поняття “жовта преса” теж фіксує видання, інформації якого не завжди потрібно довіряти. А в Бірмі жовтий колір є ознакою скорботи.

У європейській геральдичній традиції жовтий колір (ор) символізує юність, вірність, віру. Він позначає, як замітник, золото і топаз. Це символ весни, липня, дня, неділі та Сонця. Його числа 1, 2, 3. А також ця барва асоціюється зі сангвінічним характером.

**Зелений колір** вважається символом весни, молодості, безпеки, природи, надії. Наприклад, давньоегипетський бог Озіріс, наділений здатністю вмирати та воскресати, зображався на фресках саме цим кольором. Для мусульман він теж священний.

Зелений колір асоціюється з рослинним світом, внаслідок цього його сприймають найчастіше як символ пасивності, неагресивності, миролюбності, ненасильництва, життєстійкості, безпеки. Саме в такому контексті він вживається прихильниками екологічного руху, їх так і називають – “зелені”. Зелене світло світлофора та семафора фіксує безпечність руху.

Цей колір сприймається як ознака добробуту та процвітання, тому ним фарбують банкноти в багатьох країнах. Найбільш відомі нині “зелені” – долари США.

У деяких регіонах, передусім в англосаксонській культурі, зелений колір асоціюється з ревностями, заздрістю, спокусою, непокірністю. Про заздрісну людину часто можна почути, що в неї “зелене око”. За уявленнями багатьох європейських народів жінка з зеленими очима є непокірною, але спокусливою. В англосаксонській міфології феї найчастіше зазначалися жінками з зеленими очима. За переконаннями українців людина з “очима кішки”, тобто з жовто-зеленим забарвленням райдужної оболонки ока, може принести лихо. Такі очі мають, на думку багатьох, “відьми” або просто владні та жорстокі люди.

Зелений колір – це барва юності та молодості. Про молоду людину, котра лише вступає у самостійне життя, говорять, що вона ще “зелена”. Цей колір символізує також незрілість, наприклад, нестиглі фрукти характеризують як зелені.

Загалом його оцінювання пов’язане зі складністю появи самої барви. При механічному поєднанні синьої та жовтої барви виникає саме цей колір. Тому в залежності від переважання в ньому якогось із двох компонентів, він може по-різному сприйматись та розумітись. У жовто-зелених відтінках барви асоціюється з просвітленістю та одухотвореністю. Синьо-зелені відтінки кольору найчастіше сприймаються як містичні. Дана барва, у такому різновиді, асоціюється з інтуїтивним осягненням глибинних основ буття предмета чи явища, розуміння причин його існування і зміни.

У геральдичній традиції зелена барва (верт) є атрибутом ввічливості, щирості в любові та юності. Це символ весни, води, землі, флори, смарагду, ртуті.

ті. Цим кольором характеризують флегматичний характер людини. Зелений – колір п'ятниці, чисел 6 та 12.

**Синій колір** зазначає космос, небо, нескінченність, вірність, меланхолійні роздуми, благородність походження. Синій сприймається пасивною барвою, але його пасивність особлива, пов'язана з космічною потенційністю. Тому вона (особливо глибока, інтенсивна) асоціюється з глибиною та чистотою простору, безмежжям Всесвіту. Наприклад, у буддизмі цей колір є символом шуньяти – першооснови всього існуючого. Це колір Вішну та Крішні, як божественних уособлень універсальної реальності, в індуїзмі. У християнстві його розуміють кольором вірності та мудрості. За традицією він асоціюється з Матір'ю Божою – Дівою Марією. Її мантия так забарвлена на знак її універсальної і божественної сутності. Вона сприймається як Всезагальна Мати. Тепло її материнської любові символізує червоне вбрання під мантиєю.

**А блакитний колір** асоціюється з водою, льодом, весняним небом. Ця барва трактується як символ миролюбності, стриманості, терпеливості. Українцями блакитний колір сприймається як національний, поряд з золотисто-жовтим. На користь цього свідчить хоча б той факт, що на поле брані при Грюнвальді “руські” полки вийшли під блакитно-золотистими стягами.

Про людину знатного походження говорять, що вона має “блакитну” кров. Блакитний колір вважають також символом доблесті. З цієї причини він широко, як і синій, використовується в державних та королівських відзнаках багатьох країн.

У деяких народів синя барва – знак скорботи. Наприклад, у вірменів він символізує небо, на яке після смерті переселяється людська душа. Тому скорботний одяг у цій країні – не традиційно чорний або білий, а синій.

У геральдиці лазур, тобто синій колір, символізує весну, неповноліття, вірність, справедливість. Це символ повітря і міді. Його числа – 4 та 9. Синій колір також асоціюється зі сангвінічним характером.

**Пурпуровий колір** (багрянний) викликає у представників індоєвропейських культур завжди думку про багатство, владу, могутність, гідність, урочистість, славу. За свідомством Плінія Старшого, пурпуровий фарбник у давнину був дуже коштовним. Дозволити одяг цього кольору могли не просто багаті, а дуже багаті люди. Пурпурову тогу носив тільки римський імператор. Сенатори ж мали на одязі широку багрянту нашивку, а судді – вузьку смужку. Тому колір і в часів античності, і в наш час сприймається ознакою слави, багатства та могутності.

У християнстві його використовують під час Великого посту як символ скорботи, поминання, відпущення гріхів.

За геральдичною традицією пурпур зазначає стриманість, мудрість людини. Він символ води, землі, зими. Цією барвою символізується також цинк, опій, аметист та числа 6, 12.

На відміну від багрянцю, **фіолетова та лілова барви** асоціюються не з багатством, а з сумом, покорю, смиренністю, таємничістю, набутою тривалою

доброчинністю та аскезою святістю. У багатьох європейських монастирських братствах одяг такого кольору носять настоятелі монастирів на знак їх особливого статусу та благочинності.

Іноді фіолетовий колір трактується кольором мудрості та старості. В індуїзмі це колір Шиви. Він асоціюється зі зрілістю, зміною, внутрішньою боротьбою. А в християнській традиції сприймається символом духовного страждання, “страстей господніх”.

Врахування національно-культурного відношення, національної символіки кольору є обов’язковим у сучасному дизайні. Колористичне вирішення предмета ґрунтується не тільки на його індивідуально-психологічних заасадах сприйняття, а й на національно-культурній традиції оцінювання та інтерпретації. Наприклад, відношення до забарвлення кузова чи салону автомобіля, причепа чи будь-якого іншого транспортного засобу визначатиметься не лише емоційно-психологічним реагуванням на нього людини. Для цих предметів жовтий колір не завжди є бажаним. За статистикою, жовті машини досить рідко потрапляють в аварійні ситуації, оскільки дана барва здалеку привертає увагу до автомобіля. Однак людину в транспортному засобі, салон котрого пофарбовано жовтою барвою, найчастіше просто нудитиме, у неї порушуватиметься робота вестибулярного апарату.

Але в європейських країнах цей колір не користується особливою популярністю передусім з історичних причин. На позасвідомому рівні в даному випадку своєрідно зберігається пам’ять про страту еретиків за часів середньовіччя, Відродження і навіть подекуди Нового часу. Приречених до страти людей одягали в спеціальний одяг, що мав брудно-жовте забарвлення.

Різним буде ставлення до зеленого забарвлення машини у бразильця та українця. Для першого цей колір не є особливо принадним. Це колір тропічного лісу, а значить символ небезпеки, тривоги та важкої праці. Для українця, як кожного слов’янина, зелена барва є однією з найулюбленіших. Вона у нього асоціюється з весною, літом, теплом, зеленню, травною, лісом. Його ставлення до лісу суттєво інше. Ліс – це місце, котре захищає, годує у випадку потреби, приносить тепло в оселю під час холоду. Зелена барва рослин засвідчує безпечну пору року, за якої людина перестає боятися холоду та голоду. Тому зелений колір українцем завжди оцінюється схвально, адже це барви життя.

### Теми рефератів:

- Колір як чинник аранжування квіткових композицій.
- Колір як засіб гармонізації архітектурного середовища.
- Загальний колорит представницького (виробничого, житлового) приміщення.



### Контрольні питання і завдання для самостійної роботи:

1. Охарактеризуйте явище ахроматизації кольорів.
2. Зазначте, які з названих кольорів відносяться до ахроматичних:  
а) білий; б) сірий; в) чорний; г) коричневий.
3. Вкажіть, які з названих барв є основними у спектральному колірному рядові: а) жовтий; б) зелений; г) синій; в) червоний.
4. Назвіть колір, котрий виступає як доповнюючий (антагоністичний) до оранжевої барви (за колірним рядом І. Гете): а) зелений; б) фіолетовий; в) синій; г) червоний.
5. Які з барв вважаються тривожними для людини?
6. Що називається доповнюючим (антагоністичним) кольором?
7. Які барви вважаються нейтральними?
8. Які кольори утворюють колірне сімейство?
9. Що таке гама кольорів?

### Список використаної та рекомендованої літератури:

1. Аронов В.Р. Художник и предметное творчество: Проблемы взаимодействия материальной и художественной культуры XX века. – М.: Сов. художник, 1987. – 230 с.
2. Бейн С., Грей Д. Как сделать красиво в Интернете. – СПб.: Символ, 1993. – 318 с.
3. Блохин В.В. Интерьер промышленных зданий. – М.: Строиздат, 1989. – 271 с.
4. Боговая И.О., Теодоронский В.С. Озеленение населенных мест: Учеб. пособие по спец. "Лесное и садово-парковое хозяйство". – М.: Агропромиздат, 1990. – 239 с.
5. Боговая И.О., Фурсова Л.М. Ландшафтное искусство: Учеб. для вузов. – М.: Агропромиздат, 1988. – 223 с.
6. Буковецкая О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет. – М.: ДМК, 1999. – 301 с.
7. Ватерман Г. Дизайн вашей квартиры /Пер. с немец. – Злин: Кристина и К, 1996. – 125 с.
8. Волкотруб И.Т. Основы художественного конструирования: Учебник. – 2-е изд. – К.: Выща школа, 1988. – 191 с.
9. Гассанова Н.С. Текстиль в дизайне интерьера. – К.: Будівельник, 1987. – 166 с.
10. Дизайн /Пер. с англ. Ред В.А. Питалев, А.Ю. Давыдов, А.В. Молчанов. – М.: ДеКа, 1994. – 48 с. (Энциклопедия малого бизнеса. Т. 5. Вспомогательные процессы в малом бизнесе)
11. Дизайн: очерки теории системного проектирования /Н.П. Васильев, Ю.А. Грабовенко, Е.Н. Лазарев, В.И. Михайленко; Науч. Ред. М.С. Кагана. М.: Изд-во ЛГУ, 1983. – 185 с.

12. *Ефимов А.В.* Цвет в архитектуре и градостроительстве. – М.: Знание, 1981. – 64 с. (Новое в жизни, науке, технике. Сер. "Строительство и архитектура", № 8).
13. *Жоголь Л.Е.* Декоративное искусство в интерьерах общественных зданий. – К.: Будівельник, 1978. – 104 с.
14. *Зайцев В.М.* Такая изменчивая мода /Лит. Запись А. Васильева. М. Кранса – М.: Молодая гвардия, 1983. – 206 с.
15. *Козлова Т.В.* Художественное проектирование костюма. – М.: Лег. и пищ. пром-ть, 1982. – 143 с.
16. *Конран Т.* Современный дом: Искусство дизайна. – М.: group Limited, 1997. – 264 с.
17. *Кравец В.И.* Колористическое формообразование в архитектуре. – Харьков: Вища школа; Изд-во Харьк. Ун-та, 1987. – 132 с.
18. *Нестеренко О.И.* Краткая энциклопедия дизайна. – М.: Молодая гвардия, 1994. – 315 с.
19. *Новикова Е.Б.* Интерьер общественных зданий: Художественные проблемы. – М.: Стройиздат, 1984. – 227 с.
20. Основы моделирования и художественного оформления одежды /Т.В. Козлова, Л.Б. Рыввинская, З.Н. Тимашева. – М.: Лег. индустрия, 1979. – 167 с.
21. Психология цвета: Сб. / Пер. с англ. – М.: Рефлбук; К.: Ваклер, 1995. – 352 с. – (Сер. "Актуальная психология").
22. *Ранев В.Р.* Интерьер: Учеб. пособие для архит. спец. вузов. – М.: Высшая школа, 1987. – 232 с.
23. *Степанов Н.Н.* Цвет в интерьере. – К.: Вища школа, 1985. – 95 с.
24. *Таранов Н.Н.* Производственная графика: Учеб. пособие для сред. проф.-техн. училищ. – Львов: Вища школа. Изд-во при Львов. ун-те, 1983. – 190 с.
25. *Тьялве Э.* Краткий курс промышленного дизайна /Пер. с англ. П.А. Кунина. – М.: Машиностроение, 1984. – 190 с.
26. *Фольта О.В., Смолинський Р.І.* Основы художнього конструювання. Навчальний посібник для інжен.-техн. спец. вузів. – К.: Вища школа, 1973. – 143 с.
27. *Хан-Магомедов С.С.* Пионеры советского дизайна. – М.: Галарт, 1995. – 424 с.
28. Художественное конструирование, проектирование и моделирование промышленных изделий: Учеб. для вузов /Быков З.Н., Крюков Г., Минервин Г.Б. и др. /Под ред. З.Н. Быкова, Г.Б. Минервина. – М.: Высшая школа, 1986. – 239 с.
29. *Шпара П.Е., Шпара И.П.* Техническая эстетика и основы художественного конструирования: Учебное пособие для вузов. – 3-е изд. – К.: Высшая школа, 1989. – 247 с.
30. Эстетические ценности предметно-пространственной среды /Иконников А.В., Каган М.С., Пилипенко В.Р. и др.; Под общ. ред. А.В. Иконникова. – М.: Стройиздат, 1990. – 334 с.