

УДК 514.18

В.Є. Михайленко, С.В. Прищенко

РОЗВИТОК АСОЦІАТИВНО-КОЛОРИСТИЧНОГО МИСЛЕННЯ НА ОСНОВІ ПРИРОДНОЇ ГАРМОНІЙНОСТІ КОЛЬОРІВ

Постановка проблеми. Сучасний стан проблеми характеризується відсутністю комплексного підходу до визначення естетичних показників кольору в рекламній графіці. Наявні підходи (історико-культурологічний, мистецький, психологічний, семантичний, педагогічний), які існують на сьогоднішній день, є занадто вузькими та не розв'язують проблему в цілому. У процесі дизайн-проектування рекламної поліграфічної продукції розв'язуються дві задачі: художня та технічна. Розглянемо художні аспекти сучасної реклами, для якої здебільшого характерні колірні дисгармонія, перевантаженість зображувальними та шрифтовими елементами, пістрявість, а також часто відсутність єдиної корпоративної стилістики. Цьому є багато прикладів із сучасної поліграфічної продукції: різноманітних рекламних звернень, зовнішньої реклами, сувенірної продукції, поштових листівок, ділової графіки та презентаційних матеріалів. Естетика реклами значно погіршена завдяки низькому художньому рівню поліграфії, яка є активним елементом візуально-інформаційного середовища.

Аналіз основних досліджень і публікацій. В біоніці питання природної гармонії кольору виявляється ще мало вивченим і здебільшого стосується архітектури та промислових виробів. Барви природи опинилися поза полем зору творців штучного середовища, сучасний стан якого характеризується як "...гнітючий ахроматизм, обумовлений застосуванням типових уніфікованих матеріалів, або зухвала строкатість, породжена випадковістю колірних сполучень дисгармонійних палітр" [2, 1]. У науково-популярному виданні "Природа–Геометрія–Архитектура" [4] містяться відомості по вивченню природних форм з метою їх використання в сучасних архітектурних спорудах. Автори поширюють геометричний напрямок у дослідженнях біоформ, які особливого значення набули в будівництві просторових конструкцій. "Простое заимствование природных форм, увеличение их во много раз и осуществление в другом материале – самый простой, но и самый неверный путь" [4, 6]. Підкреслюється, що необхідно враховувати властивості природних матеріалів, котрі не завжди можна повторити та відтворити, а також роль масштабу і відмінність у призначенні і функціях форм живої природи та архітектури. Приділено увагу й питанню функціональності кольору у природі. Наприклад, доводиться той факт, що певна геометрія рисунка поверхонь біоформ у сполученні з кольором надає їм можливість маскуватися, застерігати чи

приваблювати. Контрастне або нюансне офарблення у співвідношенні з оточуючим середовищем може бути використано при пошуках колірної гармонії об'єктів штучного предметно-просторового середовища. Також велике значення в архітектурі та дизайні, на думку авторів, мають питання розкриття змісту форми за допомогою кольору.

Видання "Архитектура и бионика" Ю.Лебедева [3] присвячено пошуку нових форм, нових конструктивних рішень на основі живої природи, естетичним проблемам архітектурної біоніки. Автор на конкретних прикладах доводить, що форми природи, їх просторові співвідношення ставали прообразами художніх архітектурних і дизайнерських форм. "Исследование законов формообразования в живой природе ведет к расширению нашего понимания законов гармонии и дает в руки архитекторов сильные эстетические средства, поскольку восприятие красоты природных форм присуще человеку" [3, 182]. Розглядаються симетрія та асиметрія, геометрія простих форм, як чинників більш складних об'ємів, функціональне і орієнтовне значення кольору в природі. Але при цьому зовсім не досліджуються питання гармонійних сполучень кольорів – їх поєднання у природі та можливе відтворення у художньо-практичній діяльності людини. В.Я.Даниленко правильно підкреслює значення одного з аспектів дизайнерської біоніки – феномен кольору у живій природі та цитує Ю.Лебедева: "Так само продуктивними для дизайну є також біонічні дослідження орієнтуючих властивостей кольору. Колір в природі, наприклад, у світі рослин, – це свого роду реклама для приваблювання комах, котрі сприяють запиленню. Організми протягом багатьох мільйонів років "відпрацювали" свої кольори" [1, 196].

Асоціативний характер мислення художника підкреслює і Шумега С.С. Він згадує про біонічний метод проектування, і зокрема, про те, що в процесі проектування пошук виразності форми відбувається при глибокому вивченні і значній увазі до об'єктів живої природи: "...аналогії в характері сприйняття кольору в природі значною мірою передбачають його емоційне значення в образному рішенні предметного середовища або в галузі промислової графіки" [5, 55]. Але посібник не містить конкретних прикладів використання кольору в біонічних розробках, і незважаючи на підкреслення важливої ролі кольору у формотворенні, автором не приділено уваги не тільки дослідженню принципів колірної гармонії у природі, але й практичним шляхам досягнення штучно створеної гармонійності у різновидах дизайну з урахуванням художньо-образних якостей кольору.

Постановка завдання. Враховуючи відсутність методичних рекомендацій щодо вивчення і використання природної гармонійності кольорів у проектуванні об'єктів графічного дизайну, уявляється доцільним провести

більш глибоке дослідження функції кольору у природі та принципи кольороутворення з метою їхнього подальшого використання у рекламних композиціях різноманітного призначення.

Основний матеріал дослідження. І до теперішнього часу барвистість природи – невичерпне джерело емоційних відчуттів та естетичних переживань. Ця різноманітна і вражаюча палітра кольорів завжди збагачувала творчу уяву, приваблювала увагу науки та мистецтва, сприяла як емоційному розвитку мистців, так і їхньому аналітичному ставленню до вирішення художніх задач. Для оволодіння законами колірних гармоній багато дає рослинний світ. Сучасні філософія та біоенергетика розглядають квіти, як живі істоти зі своїм характером. Кожна квітка – це унікальне творіння, кожна не схожа на іншу, кожна "індивідуальна", кожна має свою пластику, свої колірні відтінки. Колірні сполучення у розфарбуванні квітів вражають гармонійністю, різноманітністю і погодженням навіть контрастних, найяскравіших кольорів.

Сьогодні велика кількість різноманітних галузей науки досліджують природні явища, як найцінніші підстави для створення об'єктів штучного предметно-просторового середовища, при цьому людина часто свідомо чи підсвідомо звертається до живої природи. Фактори оточуючого середовища і активність самого організму визначають його форму, геометрія якої відображає її художньо-композиційні якості. На відміну від природи, штучне середовище, створене людиною, відповідає її суспільним та утилітарним потребам: функціональним, конструктивним, економічним, інформаційним, естетичним. У живій природі доцільність невід'ємна від загальної гармонійності її форм. Структура природної форми, колір, фактура її поверхонь – все підкорено одній меті: оптимальному функціонуванню в певних умовах. Нерозривний зв'язок з оточуючим середовищем відображається як в структурі існуючих форм, так і в характері їх офарблення. Колір у живій природі пов'язаний із способами існування організмів та певним чином відповідає колірному фону оточуючого середовища. При цьому гармонія кольору в живій природі доповнює гармонію її форм. Взаємозв'язок кольору з формою, лінійна структура колірних плям можуть бути покладені в основу колірного вирішення різноманітних штучно створених форм. У народній архітектурі України офарблення стін, колір декоративних розписів і орнаментів, колір керамічних виробів визначено оточуючою природою та природними барвниками. Натуральні кольори в простих сполученнях площин набувають тут надзвичайної виразності. Флора України здебільшого може бути охарактеризована контрастними сполученнями різноманітного за тональністю зеленого з білим кольором та насиченими червоним, оранжевим, жовтим та синіми кольорами квітів або ягід,

притаманних українському регіону (мак, ромашка, соняшник, волошка, калина, вишня, чорнобривці, мальви, барвінок, кульбабка, гарбуз тощо).

На колірні уподобання і поняття про колірну гармонію великий вплив робить колористика природи даної країни. Художник мимоволі відтворює у своїх гамах фарби рідної природи чи свідомо доповнює природу тими фарбами, яких у ній не вистачає. Взагалі сприйняття навколишнього світу на півночі більш нюансне, зближене за напівтонами та відтінками, ніж на півдні, де переважають яскраві, контрастні кольори (синє небо, жовтий пісок, зелене листя, інтенсивне офарблення квітів, птахів, фруктів). І, навпаки, волога атмосфера, мряка, м'які переходи тонів і малонасиченість кольорів у природі північних територій сприяють розвитку колірної спостережливості художника, розвитку відчуттів загальної тональності та розпізнання колірних нюансів. Колір в руках проєктувальників є могутнім засобом по створенню середовища, яке емоційно впливає на людину і створює певний настрій. За допомогою кольору можна ілюзорно збільшити чи зменшити об'єм форми, викликати відчуття тепла чи холоду, організувати форму чи повністю зруйнувати її.

Розмаїтість колірних сполучень у природі грає в житті організмів величезну роль. Для одних це виявляється в умінні злитися з навколишньою природою, щоб уникнути зустрічі з хижаком чи, навпаки, напасти непомітно. А для інших яскраве контрастне забарвлення служить ніби сигналом і попередженням про їхню неістівність. Маскування багатьох видів тварин, комах і риб будується на використанні забарвлення, що розчленовує – тіла покриті контрастними малюнками, які привертають до себе увагу, але заважають впізнати саму істоту. Дієвість розчленовного забарвлення значно підвищується, якщо деякі частини малюнка збігаються за формою і кольором з тлом, на якому знаходиться істота. Окремі частини тіла в цьому випадку оптично зовсім зникають, у той час як контрастність інших виявляється підкресленою. У забарвленні різноманітних природних форм зустрічаються як насичені контрастні сполучення, так і нюансні складні відтінки. Тропічні метелики і папуги мають яскраве забарвлення, ховаючись від нападників у таких само яскравих тропічних квітах, але і приваблювальна шлюбна роль теж виконується цими кольорами.

Крім прийомів пристосування до умов середовища існування, тварини ще використовують колірні сигнали, які адресовані тим істотам, котрі, зі свого боку, здатні розрізнати колір, сприймати його та розуміти "повідомлення". Жовтий колір – колір попередження, наприклад, на тілі змій чи жаб, що вказує на їхню отруйність. Червоний – колір небезпеки, колір лякання у деяких тропічних отруйних жаб, гусениць, комах. У якості інформаційних людина використовує відповідно до природи жовтий колір – як попереджальний, червоний – як небезпечний, зелений – як природній, натуральний та безпечний.

Проведене авторами аналітичне дослідження підтверджує привабливальну роль кольору у рекламі, яка засновується на привабливальній функції кольору у природі, де можна побачити аналогічну палітру рекламних кольорів – у сутності це колірний діапазон, близький до спектральних кольорів. Але сучасна реклама за допомогою комп'ютерних технологій часто свідомо підвищує контрастність та насиченість колірних сполучень чи цілеспрямовано змінює колірний діапазон на незвичний. Експерименти з кольором почали проводитися художниками рекламної галузі ще в середині ХХ ст. з метою створення найбільш оригінальних плакатних форм. Найцікавішими прикладами є роботи американського художника і плакатиста Енді Уорхола (рис. 1).



Рис. 1 – Е.Уорхол, США: а) Мерилін Монро, 1964 р.; б) зображення, створене для реклами взуття, 1980 р.

Характерною особливістю кольорів у природі є відсутність однорідно-кольорових, однакових поверхонь, не зустрічається абсолютно двох однакових відтінків, а навпаки, має місце розмаїття ледве вловимих нюансів кольору та тону. Багатство найтонших відтінків певного кольору в природі до відомого ступеня точності можна копіювати в "штучних" фарбах для тканин, шпалер, оздоблювальних матеріалів, текстурних заливань у комп'ютерних програмах. Цікавим для художника-дизайнера є і "колористичний" матеріал пор року. Кожна пора року має свою характерну гармонійну гаму, за допомогою якої можна викликати певні асоціації, використовуючи навіть безпредметні зображення, наприклад, абстрактні плями або геометричні фігури – ромби, круги чи смуги (рис. 2-4). Спостереження за об'єднанням різноманітних кольорів у загальну колористичну гаму через теплий чи холодний колір освітлення теж сприятиме розвитку почуття колірної гармонії.



Рис. 2 – В.Кандінський, "Літо", поч. XX ст.

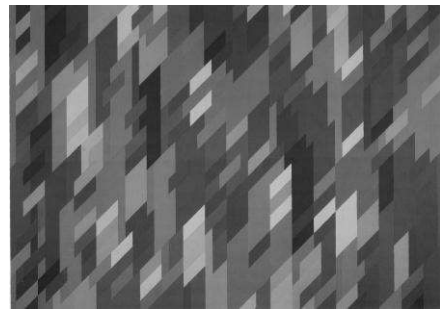


Рис. 3 – Б.Райлі, "Літо", сер. XX ст.

Досвід спостереження за природою в різні часи доби і в різні пори року розвиває почуття гармонії, кольору, простору, збагачує уяву і розвиває фантазію. Тільки внутрішнє "почуття природи" може сформуватися у певний психологічний механізм, що буде реагувати кожного разу при погляді на навколишній світ природи. Пробудження почуття кольору природи і закріплення його у свідомості студента – одна з головних задач художнього розвитку майбутнього спеціаліста.



а) весна



б) літо



в) осінь



г) зима

Рис. 4 – Приклади формальних композицій на тему "Пори року"
(роботи студентів Донецького художнього училища, гуаш, 2004 р.)

- Весна – це різноманітні легкі світло-жовті відтінки, жовто-зелені, теплі світло-зелені, ніжно-рожеві, світло-блакитні, світло-фіолетові;
- літо – насичені жовті, оранжеві, червоні, смарагдові, сині, яскраво-блакитні, різної теплохолодності зелені, білий колір у деталях;
- осінь – вохристі, жовтогарячі, коричневі різної тональності, червоні, червоно-коричневі, руді, зелено-коричневі, коричнево-фіолетові, бордові;
- зима – білий і лимоний світло-жовтий у сполученні зі світлими холодними відтінками: блакитними, сірими, фіолетовими, смарагдовими, бірюзовими та насиченими синім і фіолетовим.

В останнє десятиріччя все більш популярні натуральні природні матеріали, натуральні складові, натуральні продукти, "натуральні" колірні

сполучення. Сучасні дизайнери різноманітних напрямків роблять спроби шукати гармонійні аспекти своїх витворів саме в складових гармонії природи: формі, матеріалі, кольорі, фактурі, візерунках. Ними проголошений новий девіз "Вперед до природи!" (а не назад), де мається на увазі нове позитивне ставлення до природи, більш плідотворне використання її законів щодо природних гармоній у проектувальній діяльності. Використання естетичного потенціалу природної гармонійності може сприяти формуванню певного творчого мислення на підставі об'єктивних законів реального світу та удосконаленню методів дизайн-проектування штучно створеного предметно-просторового середовища.

Проте, один з найважливіших факторів, який визначає національні особливості предметного світу та графіки, – вплив специфіки природного середовища, сьогодні явно послаблений. Зараз у світі відбувається тенденція щодо визначеного зближення культур, схожості звичаїв різних національних груп, виявляються співзвучності в культурах різних народів. Але це ніяк не повинно означати позбавлення національної специфіки, а, навпаки, її збереження та збагачення. На жаль, поза увагою проектувальників і викладачів залишилось використання колористики українського декоративно-прикладного мистецтва.

Головною задачею сьогодення є обґрунтування доцільності синтезу традиційних та новітніх умов художнього проектування рекламної графіки, а саме – поєднання природної гармонії кольору, національних колористичних традицій і комп'ютерних технологій. А для цього необхідно посилити культурологічну складову дизайн-освіти, спонукати студентів до вивчення мистецтва власної країни.

Яскраві насичені кольори притаманні народному декоративно-прикладному мистецтву багатьох народів. Але колористика української народної творчості значно відрізняється від інших культур збільшенням і особливою насиченістю основних хроматичних кольорів (жовтого, червоного, синього і зеленого) та ахроматичних (білого і чорного). Великої емоційної сили творам надає поєднання чорного і червоного – традиційне для України сполучення, яке, за Кандінським, означає найвищу напругу людських сил, трагізм життя. Впевнено можна стверджувати, що пара доповняльних кольорів "червоний–зелений" є реальним гармонійним сполученням, яке найчастіше зустрічається у природі. Є багато прикладів використання цієї пари у якості основи колориту творів майже у всіх видах мистецтва України, як образотворчого, так і декоративно-прикладного. В останні роки це сполучення все частіше зустрічається і в рекламній графіці. Зелений та червоний кольори, особливо у сполученні з

чорним та білим, надають рекламному зображенню максимальної насиченості та контрастності.

Останнім часом чотири кольори – червоний, синій, жовтий та зелений, що умовно позначають чотири пори року, використовують при створенні рекламних зображень. Проте, у більшості випадків вони виявляються занадто примітивними через використання фотографій пейзажів в одному з чотирьох колірних діапазонів, наприклад, фото літнього (весняного) пейзажу переводиться у монохромний зелений діапазон, а осені – в оранжевий або червоний.

Почуття гармонії кольору в природі можна розвинути, головним чином, за допомогою блоку навчальних вправ з кольорознавства та композиції, які спрямовані саме на попереднє спостереження природної гармонійності та її умовне кольоровідтворення. Наприклад, можна сформулювати практичні формально-композиційні завдання для студентів за такими напрямками:

- створити колористичний образ природи за порами року, визначити співвідношення "небо–земля" за кольором та тоном;
- створити колористичні образи станів доби (ранок, сонячний день, похмурий день, захід, сутінки), визначити співвідношення "небо–земля" за кольором та тоном;
- створити колористичний образ води за допомогою холодних відтінків;
- створити колористичний образ зеленого масиву за допомогою теплих відтінків;
- створити колористичний образ неба за допомогою пари доповняльних відтінків "синій–жовтий";
- створити колористичний образ клумби за допомогою пари доповняльних відтінків "червоний–зелений", визначити співвідношення за світлістю, теплохолодністю та насиченістю;
- враховуючи сезонність у сполученнях кольорів, підібрати контрастне колористичне вирішення корпоративного рекламного стенду в кількох варіантах;
- передати колірні співвідношення корпоративного рекламного стенду та міського архітектурного середовища в кількох варіантах щодо втрати чіткості сприйняття та, навпаки, створення підвищеної контрастності.

У якості зображальних елементів можуть бути обрані ламані геометричні форми (рис. 5), криволінійні плями та навіть квадратики, як одиничні елементи у загальній структурі площини.

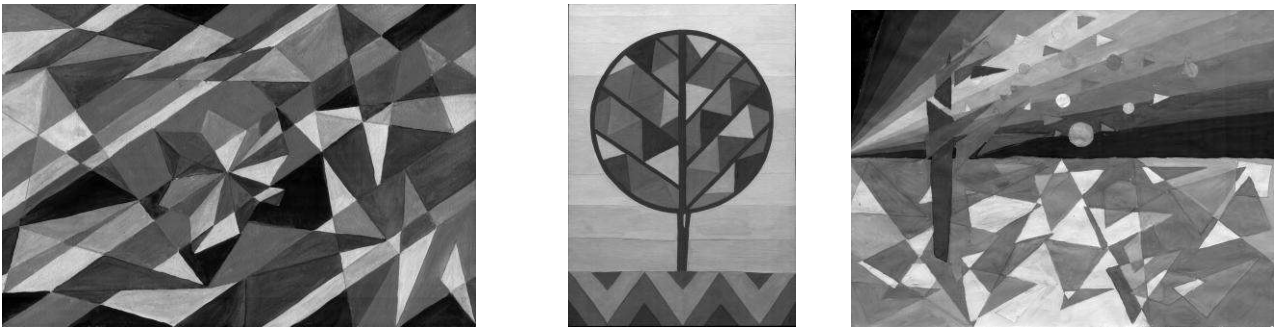


Рис. 5 – Композиції “Осінній настрій” (роботи студентів Інституту реклами, гуаш, 2006 р.)

Висновки та перспективи. Тема сезонів не є новою в програмних планах підготовки студентів-дизайнерів та художників. Спроби відтворювати пори року зустрічаються і в інших ВНЗ мистецького спрямування, художніх і загально-освітніх школах, про що свідчать публікації у журналах “Мистецтво і освіта”, виступи викладачів на семінарах і науково-практичних конференціях 2001-2008 років (Луганськ, Донецьк, Полтава, Київ), однак, в роботах студентів та учнів фактично не має відходу від реалістичних зображувальних мотивів природи – пейзажу, натюрморту, у кращих випадках декоративно вирішених квітів або фруктів в теплій чи холодній гамі різноманітними матеріалами. Здебільшого, це свого роду умовно розфарбовані пейзажні “фентезі”.

Запропонований авторами статті формалістичний підхід зосереджує увагу суто на колористичних моментах, розвиває спостережливість колірно-тональних сполучень у природі за сезонами, її внутрішньої краси, розвиває почуття колориту, що значно збагачує творчу уяву, естетичний рівень студентів при виконанні завдань з кольорознавства та композиції, а в подальшому – і в дизайн-проектуванні різновидів реклами. Формалістичні завдання сприятимуть також розвитку образності, удосконаленню навичок композиційної організації площини за допомогою кольору, прийомів стилізації реальної природи, підвищенню рівня графічної культури фахівця.

Література

1. Даниленко В.Я. Дизайн: підручник. – Харків: ХДАДМ, 2003. – 320 с.
2. Ігнат'єва Н.В. Структура та функції колористики предметно-просторового середовища: автореф. дис. ... канд. арх. – К., 2002.
3. Лебедев Ю.С. Архитектура и бионика. – М.: Стройиздат, 1977. – 211 с.
4. Михайленко В.Е., Кащенко А.В. Природа.–Геометрия.–Архитектура. – К.: Будівельник, 1988. – 175 с.
5. Шумєга С.С. Дизайн. Історія зародження та розвитку дизайну: навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 300 с.

Анотація

У статті зроблено наголос на колірній дисгармонії сучасної реклами і поліграфічної продукції. Аналітичне дослідження підтверджує роль кольору у рекламі, яка засновується на приваблювальній функції кольору у природі. Розкривається необхідність розвитку у студентів ВНЗ мистецького спрямування асоціативно-колористичного мислення на основі природної гармонійності кольорів на рівні навчальних завдань з кольорознавства та композиції. Цьому сприятиме виконання формальних колористичних композицій, що розвиває спостережливість колірно-тональних сполучень у природі, розвиває почуття колориту і значно збагачує творчу уяву та естетичний рівень студентів.

Ключові слова: гармонійність кольорів, колористична гама, біоніка.

Аннотация

В статье сделан акцент на цветовой дисгармонии современной рекламы и полиграфической продукции. Аналитическое исследование подтверждает роль цвета в рекламе, которая основывается на привлекающей функции цвета в природе. Раскрывается необходимость развития у студентов вузов художественного направления ассоциативно-колористического мышления на основе естественной гармоничности цвета на уровне учебных заданий по цветоведению и композиции. Этому будет способствовать выполнение формальных колористических композиций, развивающий наблюдательность цветово-тональных сочетаний в природе, развивает чувство колорита и значительно обогащает творческое воображение и эстетический уровень студентов.

Ключевые слова: гармоничность цвета, цветовые гамма, бионика.

Summary

The tendency of colour disharmony in modern advertising and polygraphic products is emphasized in the article. Analytical research confirms the role of colour in advertising that is based on attracting function of colours in nature. The author uncovers the necessity of the development of art students' associative-colourist thinking on the basis of natural harmony of colours with educational tasks on colour-co-ordination and composition. The performance of formal colourist compositions develops the observation skills of colour-hue combinations in nature and the feeling of the colouring, also enriches the creative imagination and aesthetic level of students.

Key words: harmony of colors, colorful spectrum, bionics.