

Ключевые слова: орнамент, искусство, звериный стиль, растительный орнамент, геометрический орнамент, этнодизайн.

Bogaticova Elena, postgraduate student of specialty «History and theory of culture»

Contribution of Grigory Pavlutskiy in the study of the Ukrainian ethno design

In the present article the author characterizes the last work of G. Pavlutskiy about the history of the Ukrainian ornament. She indicates key issues which tried to study the researcher. The author finds the basic research methods which used the scientist. The attention is focused on the original conclusions of G. Pavlutskiy about the origin and development, purpose and features of Ukrainian ornament, its connection with ornaments of other peoples.

In the present article the author proves that this work «The history of Ukrainian ornament» was conceived as a large-scale monographic study. She describes the history of the posthumous publication G. Pavlutskiy's work. It was published by M. Makarenko. During the preparation to publishing the editor found different inaccuracies in the text, but he didn't correct them.

The research methodology of the history of Ukrainian ornament and G. Pavlutskiy's conclusions are a little dated for nowadays. But the scientific value of work consists in that that G. Pavlutskiy was the first researcher, who comprehensively reviewed the history of development of Ukrainian ornamentation. The author underlines that his work the research has not lost its relevance in the XXI century.

In his work G. Pavlutskiy used problem-chronological method. He characterized the individual samples of Ukrainian ornament: from Scythian products to miniatures Peresopnytsia gospel. The origin of animal ornamentation, he connected with the nomadic tribes of the Scythians. The origin of geometric ornament, the researcher associates with the Greek pottery. G. Pavlutskiy explained how was formed and changed the distinctive Ukrainian ornament.

In conclusion the author notes that in his last work G. Pavlutskiy aimed to apply complex analysis of the Ukrainian ornamental tradition. The researcher proved that it forms was influenced by Asian, Greek, Byzantine artistic traditions.

Key words: Ornament, art, animal style, floral ornament, geometrical ornament, ethno design.

Надійшла до редакції 5.10.2015 р.

УДК 659.13:504

Склярєнко Наталія Владиславівна, кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри дизайну Луцького національного
технічного університету

**БІОЛОГІЧНІ ДИЗАЙН-СИСТЕМИ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ:
ЕКО-ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ**

Окреслено поняття біологічних дизайн-систем зовнішньої реклами у межах екологічного підходу до проектування, наведено їх класифікацію за класами біологічних організмів. Виявлені еко-тенденції використання біологічних дизайн-систем у контексті процесів екологізації: екологізація простору життєдіяльності людини, споживання, екологія людини та екологія художньо-проектної культури. Проектування біологічних дизайн-систем базується на інтеграції науки і дизайну. Їх реалізація на сучасному етапі є перспективним напрямом формування екологічної свідомості та культури населення засобами екодизайну.

Ключові слова: біологічна дизайн-система, зовнішня реклама, екологічний підхід, еко-тенденції використання.

Стрімке зростання науково-технічного прогресу, інтенсифікація використання природних ресурсів, тотальне забруднення середовища результатами людської діяльності призвели до загострення проблем екології. Критичний стан сучасної екологічної ситуації ставить перед дизайном нові завдання, що потребують внесення змін у підходи до проектування. Екологічна орієнтація дизайну супроводжується переосмисленням системи цінностей, ставлення до Природи, формування екологічного мислення і культури.

Зовнішня реклама, як найбільш потужне джерело комунікації, виступає індикатором процесів екологізації. Підвищення ефективності сприйняття цієї реклами відбувається за рахунок використання еко-технологій, що ґрунтуються на введенні біологічних організмів в якості головного компонента до складу дизайн-системи. Природа (рослинний і тваринний світ) постійно вражає людей різноманітністю своїх проявів, вишуканою естетикою форм і унікальною поведінкою. Множинність зв'язків у системі «природа – людина» та їх динамічна взаємодія передбачають формування іншого типу сприйняття навколишньої дійсності. Природні організми стають джерелом творчої діяльності людини. Такий підхід є інноваційним не лише в практичній, а й у науково-дослідній діяльності

екодизайну. Розвиток та використання біологічних дизайн-систем виступає актуальним напрямом сьогодення, потребує глибокого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтерес дослідників до екологічного підходу спостерігається у різних галузях знань. Екологічний напрям розвитку культури та суспільства окреслено у працях учених ХХ ст. – В. Вернадського, М. Реймерса, Д. Лихачова та ін. Останнім часом художньо-проектна діяльність набуває рис екологізації. Роль та місце екологічного фактора у культурі піднято у працях теоретиків дизайну О. Генісаретського, В. Глазичева, В. Даниленка, А. Іконнікова, В. Сидоренка, О. Бойчука та ін. Соціокультурні аспекти формування екологічної проблематики у дизайні окреслені М. Панкіною [7], І. Шитіковою [9] й ін.

Теоретичні питання використання екологічного фактора у проектуванні переважно промислових виробів та існування у середовищі представлено у ґрунтовних дослідженнях О. Уварова [8], О. Орлової [6], В. Курочкіна [5]. Малочисельні приклади реалізації екологічного підходу у практиці зовнішньої реклами (зокрема, використання природних живих організмів), подані у мережі Інтернет та носять рекламний характер [1-4].

Дослідження тенденцій використання дизайн-систем, формотворення яких базується на використанні біологічних організмів, до цього часу не були предметом аналізу фахівців. Теоретичні основи проектування таких дизайн-систем у контексті екологічного підходу повинні стати базовими у практиці вітчизняного дизайну.

Метою роботи є висвітлення інноваційних еко-тенденцій використання біологічних організмів у дизайн-системах зовнішньої реклами.

Виклад основного матеріалу. Поширення екологічного підходу на усі сфери життєдіяльності людини зумовлює активізацію процесів екологізації у художньо-проектній культурі. Важливою рисою сучасності стала поява в останні роки біологічних дизайн-систем. Вони мають природну організацію та виступають частиною цілісної екосистеми (Природи). Утворення біологічних дизайн-систем базується на візуальній і асоціативній подібності форми, зовнішнього вигляду або особливостей еволюції існуючого природного об'єкта, що під час проектування співставляється з інформаційним повідомленням.

На матеріалах сучасних дизайн-розробок [1-4], можна класифікувати біологічні дизайн-системи за класом біологічних організмів: 1) з використанням рослинних організмів; 2) використанням бактерій та грибів; 3) використанням організмів тваринного світу. Організація біологічних дизайн-систем забезпечує появу нової емерджентної властивості. Основною характеристикою таких систем є полі системний характер їх організації. Типологічна різноманітність біологічних організмів зумовила залучення значної кількості інноваційних об'єктів до проектування та забезпечила можливість розміщення їх в урбаністичному середовищі ХХІ ст.

Біологічні дизайн-системи інтегрують природну, соціокультурну та естетичну сутності, тому ефективно використовуються для вирішення завдань екологічного дизайну. На думку науковців, процес екологізації охоплює культуру споживання і облаштування середовища існування, проектну і побутову сфери культури і культуру екологічного мислення [7; 92]. З огляду на це, необхідним є виділення еко-тенденцій використання біологічних дизайн-систем зовнішньої реклами та окреслення їх ролі у контексті екологічного підходу. Глобальною тенденцією, що зумовила використання біологічних дизайн-систем у зовнішній рекламі, є процес екологізації простору життєдіяльності людини. У цьому контексті шляхом введення біологічних дизайн-систем вирішується проблема ліквідації наслідків споживання та існування людини у природному середовищі.

В останні роки з'явилася значна кількість біологічних дизайн-систем, що містять рослинні елементи. Новим напрямом у проектуванні стало використання у зовнішній рекламі «зелених» білбордів [1]. Застосування методів вертикального (інноваційні конструкції білбордів із насадженими рослинами; фіто стіни з суцільним або частковим озелененням) і горизонтального (рекламні арт-об'єкти) озеленення дозволило поряд із рекламною функцією, реалізувати екологічну – покращення стану навколишнього середовища.

Вертикальні рослинні білборди, що формуються з окремих квіткових горщиків, потребують постійного догляду та забезпечують компенсацію вуглецевих викидів у повітря і його очищення. Першими таку інновацію запровадили Coca-Cola і WWF (2011 р.), що розмістили у Філіппінах білборд для очищення повітря. Він складається з 3 600 квіткових горщиків [1]. А за ними у рамках креативної стратегії бренду «Imagination at Work» / «Уява у дії» агентство AMV BBDO створило «живу картину» з 8000 квіткових горщиків у Лондоні. Іншим напрямом формування біологічних дизайн-систем є застосування методів топіарного мистецтва. Природно-організовані системи,

створені способом трансформації рослинної форми, перетворюються на екологічні арт-об'єкти (топіарна рекламна конструкція «H+H International» (Росія, 2009 р.)).

Пошук шляхів ліквідації екологічної катастрофи на Філіппінах на річці Пасиг забезпечив появу горизонтального білборду з рослин (2014 р.). Живі рослини, лежачи на водному плесі, формують напис «Скоро буде чиста вода» і абсорбують стічні води, очищаючи річку. Процеси екологізації простору життєдіяльності людини відбуваються і шляхом використання у дизайн-системах зовнішньої реклами механізмів самоорганізації організмів тваринного світу. Першим у світі білбордом із бджіл (Великобританія, 2010 р.) була піднята проблема скорочення їх популяції у світі. Ідея білборда відобразилася у слові SOS (з англ. Save Our Swarm – «Врятуйте наш рій»), утвореному бджолами. Обприскана феромонами маткового молочка поверхня білборда притягнула до щита величезний рій бджіл (імовірно, майже 100 000 комах) [3]. У медоносній бджолі найбільш складна поведінка, що базується на механізмах самоорганізації. Ця відкрита динамічна самоорганізована система забезпечила активізацію екологічного мислення та формування екологічного світобачення, необхідного для розвитку суспільства.

Біологічні дизайн-системи як якісно нові структури в просторі та часі стають екологічним об'єктами дизайну, що також спрямовані і на підвищення культури споживання. Ця еко-тенденція реалізується через введення у зовнішню рекламу елементів озеленення та представників тваринного світу. Більшість створених біологічних дизайн-систем є за своєю сутністю експозиційно-зображальними. Вони формуються на основі використання реальних об'єктів у їх природному вигляді та контекстного декорування штучними об'єктами (постерами, промисловими конструкціями та ін.). Ідея натуральності продуктів реалізується у таких дизайн-системах шляхом введення натуральних продуктів харчування (білборд із свіжого салату, сіті-лайти з натуральною морквою від «Макдональдс»; органічний чай Bigelow та ін.). Так, рослинний постер для пива Beck's викладали зі 100 кілограмів живого моху та використали слоган: «Зварено тільки з натуральних інгредієнтів і з відкритим розумом».

Інноваційним методом проектування біологічних дизайн-систем є трансформація об'ємно-просторової структури природного об'єкту (наприклад, підстрижені кущі у вигляді великих чашок у емблент-рекламі чаю Lipton). Культура споживання відображається і через появу біологічних дизайн-систем з використанням рослинних форм лише в якості декору. Найбільш поширеним матеріалом для цього слугують мхи, які застосовано, наприклад, у рекламі чаю Lipton на стіні (Австралія, 2011 р.).

Експозиційний характер має також інсталяційна конструкція у вигляді 600-літрового акваріуму з живими рибами у рекламі ресторану Fisch Franke у Франкфурті («Свіжіше бути не може»). Імітація природного середовища для проживання риб ілюструє натуральність продуктів.

На відміну від експозиційно-зображальних біологічних дизайн-систем, ефективними у сприйнятті є динамічні системи, що базуються на механізмах самоорганізації. Природність сировини продемонстрована дизайнерами з Індії. Прихильність мурах до солодкого забезпечила формування зображень різних предметів, «намальованих» сиропом із цукрозамінника Sugar Free (Індія, 2007 р.) [4].

Важливим завданням дизайну в контексті екологічного підходу виступає забезпечення екології людини. Людина як головний об'єкт екологічних змін [9; 46] потребує вирішення проблем охорони фізичного здоров'я, дотримання правил гігієни у процесі створення комфортного середовища.

Природна рослинна система (дерево, кущ тощо) перетворюється на засіб візуальної комунікації та доносить людині про необхідність підтримання гігієни та культури охорони здоров'я. Біологічні дизайн-системи організуються шляхом формування не предметної, а глобальної єдності (за законами Природи). Цю особливість, наприклад, використано у проектуванні зовнішньої реклами послуг перукарні (нестрижене волосся у вигляді куща), виробниками товарів для гоління Gillette (Великобританія, Лондон, 2011 р.) та BiC (Японія, 2009 р.), де проведено асоціативні паралелі гоління з процесом підстригання газону та ін.

Гострою проблемою сьогодення є співжиття людини з комахами-шкідниками, що є переносниками інфекцій. Експонування живих мурах (постер «Keep pests in their home» / «Нехай паразити живуть у себе вдома» (Канада, Ванкувер 2011 р.)) і тарганів (рекламний щит із літерами E.Coli, заповненими живими тарганами (США, Даллас, 2011 р.)) у контексті проведення кампаній боротьби зі шкідниками у житловому середовищі, стало прикладом формування екологічного мислення засобами дизайну.

Процеси екологізації торкаються і головних аспектів художньо-проектної культури. Ця тенденція супроводжується введенням рослинних елементів як засобу декорування з метою

підкреслення емоційного характеру дизайн-системи та екологічного облаштування середовища життєдіяльності (реклама страхування нерухомості «Плачучий будинок» (Бельгія, Антверпен 2012 р.); декорування автомобіля від Sony (Австралія, Сідней, 2008 р. та ін.).

Вражаючі візуальні ефекти, що ґрунтуються на інтеграції науки і дизайну, забезпечує використання механізмів самоорганізації у білборді із живих бактерій (Канада, Торонто, 2011 р.). Дві величезних чашки Петрі були наповнені поживним розчином, що забезпечив інтенсивний ріст штамів мікроорганізмів і грибків, у межах зовнішньої реклами фільму «Зараження» компанії Warner Bros. Pictures Canada [2].

Методи проектування біологічних динамічних само організованих систем були використані у рекламній акції найбільшого у світі книжкового ярмарку у Франкфурті (2009 р.). Набридливість комахи, точність і швидкість її польоту діє на нерви людини, формуючи стійку асоціацію з рекламним об'єктом у свідомості. Ссавці також стали само організованим рекламним носієм. Англійський фермер розмістив рекламу на стаді своїх обстрижених овець шляхом нанесення кольорового інформаційного повідомлення на боках тварин (Великобританія, Північний Йоркшир, 2011 р.), обійшовши закони про заборону розміщення реклами вздовж швидкісних автотрас. Таким чином, самоорганізація як важлива ознака життєдіяльності біологічних організмів, стає домінуючою характеристикою дизайн-системи. Формування нелінійних зв'язків у біологічних дизайн-системах забезпечує багатоаспектність інформаційного повідомлення, побудованого за законами Природи. Проведення рекламних кампаній з використанням природних організмів вирішує проблеми задоволення духовних запитів людини, сприяє естетизації та екологізації урбаністичного середовища.

Висновки. Використання біологічних дизайн-систем у зовнішній рекламі забезпечує реалізацію екологічного підходу в дизайні. Головною ознакою їх проектування є міждисциплінарний характер, що формується на стику дизайну і науки. Класифікація біологічних дизайн-систем ґрунтується на класовому поділі живих організмів на рослини, бактерії та гриби і представники тваринного світу. Інноваційні біологічні дизайн-системи зовнішньої реклами інтенсивно включаються в загальний процес екологізації. Основними напрямками використання цих систем у контексті екологічного підходу є екологізація простору життєдіяльності людини, екологізація споживання, екологія людини та екологія художньо-проектної культури. Проектування біологічних дизайн-систем обґрунтовує необхідність пошуків професійних засобів розв'язання екологічних проблем у сучасному урбаністичному середовищі.

Перспективи подальших досліджень. У подальших дослідженнях планується провести ґрунтовний аналіз дизайн-систем, структурно-функціональна та композиційна організація яких базується на використанні природних явищ та енергетичних ресурсів природи (енергії вітру, сонця, води).

Список використаної літератури

1. *AdMe.ru* Творчество и реклама [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/>
2. *Билборды-мутанты оживают на улицах Торонто!* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ecoexpedition.livejournal.com/12967.html>
3. *Британские виноделы установили билборд из ста тысяч живых пчел* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://korrespondent.net/business/mmedia_and_adv/1112291-britanskie-vinodely-ustanovili-bilbord-iz-sta-tysyach-zhivyh-pchel (20.10.2014).
4. *Живопись муравьями в наружной рекламе* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/zhivopis-muravyami-v-naruzhnoj-reklame-17099/> (20.10.2014).
5. *Курочкин В. А.* Экологические приемы формообразования в дизайне / В. А. Курочки // Архитектон: известия вузов. – 2013. – № 41. – С. 206–214.
6. *Орлова О. О.* Экологичний фактор формоутворення в дизайні : автореф. дис. ... канд. мистец. : 05.01.03 – «Технічна естетика» / О. О. Орлова ; ХДАДМ. – Х., 2003.
7. *Панкина М. В.* Экологическая парадигма дизайна / М. В. Панкина // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. – 2012. – № 2. – С. 90–92.
8. *Уваров А. В.* Экологический дизайн: опыт исследования процессов художественного проектирования : автореф. дис. ... канд. искусств. : 17.00.06 / А. В. Уваров ; [Моск. гос. худож.-пром. ун-т им. С. Г. Строганова]. – М., 2010. – 17 с.
9. *Шитикова И. Б.* Экологическая ориентация дизайна в перспективах развития современной науки и техники / И. Б. Шитикова // Современные технологии. – 2007. – №1. – С. 45-46.

References

1. *AdMe.ru* Tvorchestvo i reklama [Elektronny resurs]. – Rezhim dostupa : [http:// www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/](http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/)
2. *Billbordy-mutanty ozhivaiut na ulitsakh Toronto!* [Elektronny resurs]. – Rezhim dostupa : <http://ecoexpedition.livejournal.com/12967.html>
3. *Britanskiye vinodely ustanovili billboard iz sta tysiach zhivykh pchyl* [Elektronny resurs]. – Rezhim dostupa : http://korrespondent.net/business/mmedia_and_adv/1112291-britanskiye-vinodely-ustanovili-bilbord-iz-sta-tysyach-zhivyh-pchel (20.10.2014).
4. *Zhivopis muraviami v naruzhnoy reklame* [Elektronny resurs]. – Rezhim dostupa : <http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/zhivopis-muravyami-v-naruzhnoj-reklame-17099/> 20.10.2014).
5. *Kurochkin V. A.* Ekologicheskie priyomy formoobrazovaniia v dizayne // Arhitekton: izvestiia vuzov. – 2013. – # 41. – S. 206–214.
6. *Orlova O. O.* Ekologichny factor formoutvorenna v dizayni : avtoref. dis. ... kand. mistec. : 05.01.03 – «Tekhnichna estetika» / O. O. Orlova ; KhDADM. – Kh., 2003.
7. *Pankina M. V.* Ekologicheskaia paradigma dizayna // Akademicheskii vestnik UralNIiproekt RAASN. – 2012. – # 2. – S. 90–92.
8. *Uvarov A. V.* Ekologichkiy dizayn: opit issledovaniia protsessov hudozhestvennogo proektirovaniia : avtoref. dis. ... kand. iskusstvovedeniia : 17.00.06 / A. V. Uvarov.; [Mosk. gos. hudozh.-prom. un-t im. S. G. Stroganova]. – M., 2010. – 17 s.
9. *Shitikova I. B.* Ekologicheskaia orientasiia dizayna v perspektivakh razvitiia sovremennoy nauki i tehniki / I. B. Shitikova // Sovremennye tehnologii. – 2007. – # 1. – S. 45–46.

Скляренко Наталия Владиславовна, кандидат искусствоведения, доцент Луцкого национального технического университета

Биологические дизайн-системы наружной рекламы: эко-тенденции использования

Представлено понятие биологических дизайн-систем внешней рекламы в контексте экологического подхода к проектированию, приведена их классификация по классам биологических организмов. Очерчены эко-тенденции использования биологических систем дизайна в рамках процессов экологизации: экологизация пространства жизнедеятельности человека, экологизация потребления, экология человека и экология художественно-проектной культуры. Проектирование биологических дизайн-систем базируется на интеграции науки и дизайна. Их реализация на современном этапе является перспективным направлением формирования экологического сознания и культуры населения средствами экодизайна.

Ключевые слова: биологическая дизайн-система, внешняя реклама, экологический подход, эко-тенденции использования.

Skljarenko Natalia, associate professor, Candidate in Art Sciences, History and Theory of Arts, Lutsk national technical university

Biological design-system of the outdoor advertising: the eco-trends in use

The critical condition of modern ecological situation puts before a design new tasks which require making alteration in going near planning. The external advertising as most powerful source of communication comes forward as an indicator of ecologization processes. The use of the biological design-systems in the external advertising provides realization of ecological approach in a design. The main sign of their planning is multidisciplinary character which is formed on the joint of design and science.

On materials of modern developments by design classification of the biological design-systems is carried out on the class of biological organisms: 1) with the use of vegetable organisms; 2) with the use of bacteria and mushrooms; 3) with the use of animal organisms. Organization of the biological design-systems provides appearance of new emerge property which provides the intensive plugging of the external advertising in the general process of colorization. The typology variety of biological organisms stipulated bringing of innovative objects to planning and provided possibility placing of them in the urbanism environment of XXI century. There are natural, cultural and aesthetic essences integrate the biological design-systems, that is why effectively used for the decision of ecological design's tasks. The use basic directions of these systems in the context of ecological approach are: colorization of space of human activity, colorization of consumption, human ecology and ecology of artistically-project culture. Designing biological design-systems is based on the integration of science and design. Planning of the biological design-systems of grounds the necessity of professional facilities searches of ecological problems decision for a modern urbanism environment. Theoretical planning bases of such design-systems in the context of ecological approach, must become base in practice of domestic design. Their implementation is a promising direction of formation ecological consciousness and culture of the population means in eco-design.

Key words: biological design-system, external advertising, ecological approach, эко are tendencies of the use.

Надійшла до редакції 7.10.2015 р.