

**Наталія ЛОПУХОВА,**

*orcid.org/0000-0003-1299-8149*

*доцент кафедри графічного дизайну та реклами  
Київського національного університету культури і мистецтв  
(Київ, Україна) natalya\_lopuhova@ukr.net*

## РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

*Дослідження пов'язане із проблемою розвитку сучасних тенденцій та інновацій графічного дизайну у контексті глобалізаційних процесів. В останнє десятиліття загострилося питання національного й інтернаціонального у графічному дизайні. Сучасний український графічний дизайн, пройшовши черговий виток свого розвитку, демонструє повернення до автентичних засобів художньої виразності. Національно-орієнтований дизайн у поєднанні з відповідною комп'ютерною обробкою та якісною типографікою дозволяє створити не просто професійний, а емоційно виразний, самобутній і навіть унікальний дизайнерський продукт. Тенденція до творення національного дизайну, який враховує цінності української культури, викликає чимало неузгодженостей і потребує детального наукового аналізу. Пошуки засобів і прийомів, які могли би гідно представляти український дизайн на міжнародній арені, можуть провадитися на основі творчого переосмислення етнічного матеріалу, тобто досягнень народної культури та розуміння самобутнього менталітету українців. Методологія дослідження полягає у застосуванні компаративного, історико-логічного методів. Зазначений методологічний підхід дозволяє розкрити та піддати аналізу певні напрями розвитку графічного дизайну як частини візуальної культури тексту, розкрити історичні аспекти становлення графічного дизайну в Україні та світі. Наукова новизна роботи полягає у розширенні уявлень про розвиток дизайн-технологій, сучасних тенденцій у графічному дизайні в Україні та світі, уточненні поняття цінності у дизайні, що надає можливість глибше усвідомити вплив графічного мистецтва на різні компоненти свідомості людини та її поведінку. Осмислення технологій дизайну наводить на думку, що вплив графічного дизайну набуває особливого значення у сучасних умовах, коли у суспільстві йде процес корінного перегляду сформованих цінностей, і від діяльності графічних дизайнерів значною мірою залежить формування нового конструювання соціальної дійсності.*

**Ключові слова:** *графічний дизайн, сучасний графічний дизайн, тенденції розвитку, технології дизайну, дизайнерські засоби.*

**Natalia LOPUKHOVA,**

*orcid.org/0000-0003-1299-8149*

*Senior Lecturer at the Graphic Design Department  
Kyiv National University of Culture and Arts  
(Kyiv, Ukraine) natalya\_lopuhova@ukr.net*

## THE DEVELOPMENT OF MODERN TRENDS IN GRAPHIC DESIGN

*The goal of the work. The research is connected with the problem of development of modern tendencies and innovations of graphic design in the context of globalization processes. In the last decade, the issue of national and international graphic design has become more acute. Modern Ukrainian graphic design, having passed the next round of its development, demonstrates a return to authentic means of artistic expression. Nationally-oriented design, combined with appropriate computer processing and high-quality typography, allows you to create not just a professional, but an emotionally expressive, original and even unique design product. The tendency to create a national design that takes into account the values of Ukrainian culture, causes a lot of inconsistencies and requires detailed scientific analysis. The search for tools and techniques that could adequately represent Ukrainian design in the international arena can be based on a creative rethinking of ethnic material, ie the achievements of folk culture, and an understanding of the original mentality of Ukrainians. Research methodology is the use of comparative, historical and logical methods. The above methodological approach allows to reveal and to analyze certain areas of graphic design as part of the visual culture of the text, to discover the historical aspects of formation of graphic design in Ukraine and abroad. Scientific novelty consists in expanding notions of design development – technologies, current trends in graphic design in Ukraine and the world, a concept of the value of a design that provides more aware of the impact of graphic art on various components of human consciousness and behavior. Understanding technology design suggests that the impact of graphic design is of particular importance in the present conditions, when the society in the process of radical revision of the existing values and activities of graphic designers is largely dependent formation of the new construction of social reality.*

**Key words:** *graphic design, modern graphic design, trends, technology, design, design tools.*

**Постановка проблеми.** Графічний дизайн – один із універсальних видів мистецтва, з яким людина зіштовхується повсякчас. Графіка присутня буквально у всьому: книгах, дорожніх знаках, рекламних оголошеннях, на упаковках різноманітних товарів. Від часів зародження графічного дизайну минули тисячоліття, протягом яких відбувалася безперервна зміна дизайн-процесу, його збагачення новими інструментами та технологіями.

Сучасні світові дизайнерські процеси мають дві основні та протилежні за своєю суттю тенденції розвитку: інтегративний рух до глобалізаційно-орієнтованого дизайну та, навпаки, диференційний рух до регіонально-національного орієнтованого дизайну. Глобалізаційні процеси сприяли створенню єдиних стандартів графічного дизайну, які передбачали однакові підходи до вирішення проблем комунікації, тотожні засоби та формальні прийоми проектування, але за останні десятиліття простежується активний розвиток графічного дизайну з урахуванням особливостей національної культури. Таким чином, в останнє десятиліття загострилася проблема національного й інтернаціонального у графічному дизайні, що виявляється у суперечності між «звичкою» графічного дизайну підроблятися під загальноприйнятту серед лідерів моду і дотримуватися її, та тяжінням до національно зорієнтованого дизайну, спрямованого на врахування національної специфіки споживання, мораль і надбання національної культури. За таких умов з'ясування сутності поняття «сучасний графічний дизайн» є дуже важливим для розуміння тенденцій і перспектив його подальшого розвитку.

**Аналіз досліджень.** Сьогодні існує велика кількість наукової літератури, у якій розкриваються основні поняття графічного дизайну, описується історія виникнення, специфіка й основні методи проектно-художньої діяльності. До найбільш значимих вітчизняних наукових розвідок у плані вивчення графічного дизайну можна віднести публікації О. В. Ганоцької, О. Д. Гладун, Н. Ф. Сбітневої, В. Я. Даниленко, А. М. Король, С. С. Геренко, В. А. Победіна, Л. С. Триноженко та ін.

Серед іншомовних і перекладених українською мовою досліджень найбільший науковий інтерес у контексті порушених питань становлять роботи С. І. Серова «Стиль в графическом дизайне. 1960–1980-е годы», К. Ньюарка «Что такое графический дизайн?», Ш. и П. Филь «Графический дизайн XXI века», Л. Бхаскарана «Дизайн и время», Э. Туэмлоу «Графический дизайн: фирменный стиль».

Питання щодо пошуку дизайнерських засобів для вираження національної ідентичності порушував у своїх працях В. Я. Даниленко. Вчений зауважує, що в Україні протягом ХХ ст. складалася дизайнерська діяльність, що була наслідувальною за своєю сутністю та змістом, натомість дизайнерська сфера західноєвропейських суспільств продовжувала розвиватися, продукуючи нові й оригінальні концепції дизайну (Даниленко, 2006: 60).

Н.Ф. Сбітнева вважає, що за останнє десятиріччя актуалізувалися питання візуальної екології та відповідальності дизайнера перед суспільством за якість інформації, яку він передає, і за використані засоби (Сбітнева, 2011: 53).

А. М. Король досліджувала основні етапи становлення графічного дизайну, наголошуючи на тому, що трансформація графічного дизайну в дизайн візуальних комунікацій – проектування складних об'єктів систем нового типу – привела до створення візуальних текстів як основи спілкування (Король, 2013: 5).

На думку Л. С. Триноженко, у графічному дизайні більшість авторів приділяють велику увагу виключно проблемам форми та формотворення, однак специфіка графічного дизайну як засобу комунікації вимагає також аналізу його «незображальної» сторони. Велике значення тут має характер тексту, прихованих та асоціативних значень твору. Недаремно до графічного дизайну дедалі частіше застосовують визначення «комунікативний», а твір розглядають як «повідомлення» (message) (Триноженко, 2010: 190).

О. Д. Гладун досліджувала особливості графічного дизайну на прикладі рекламного плакату та його похідних – бігбордів, банерів, рекламних листівок, що є носіями актуальної художньої інформації (Гладун, 2017: 45).

Варто зауважити, що наявні публікації досліджують лише певні аспекти графічного дизайну, багато із них мають навчально-методичний або, навпаки, популярний характер і не завжди можуть бути використані у наукових цілях. Сучасні наукові розвідки часто просто не встигають за таким стрімким розвитком графічного дизайну з аналізом і описом його досягнень. Тому сьогодні відчувається певний дефіцит наукових джерел із графічного дизайну, його термінології та теорії. Досі у науковій літературі наводяться різні погляди на формулювання графічного дизайну та різне бачення перспектив розвитку графічного дизайну. Отже, недостатність наукових розвідок щодо дослідження сучасних тенденцій графічного дизайну зумовлює особливу актуальність статті.

**Мета статті** – проаналізувати та визначити особливості сучасних тенденцій графічного дизайну в Україні та світі.

**Виклад основного матеріалу.** Розуміння реальних проблем розвитку графічного дизайну неможливе без усвідомлення його тісного взаємозв'язку із загальними суспільними процесами та тенденціями формування сучасної культури. Промислове мистецтво, технічна естетика, художнє конструювання, графічний дизайн – назви, які з'явилися порівняно недавно. За смисловим значенням вони дуже подібні, проте найбільш поширеним нині є графічний дизайн. У минулому графіка і дизайн становили одне ціле і за способом вираження, і за метафоричним мисленням. Із появою комп'ютерних технологій стилістика дизайнерських робіт стала більш динамічною, оригінальною, подекуди агресивною та штучною.

Поняття «графічний дизайн» сьогодні асоціюється з найпрогресивнішими явищами та найсучаснішими технічними досягненнями. Продукти графічного дизайну не тільки співзвучні своєму часу, але і зазвичай знаходяться попереду сучасних наукових досягнень.

Графічний дизайн вже давно перестав бути просто інструментом для створення красивої картини – він формує світогляд і виховує естетичний смак споживача. О. Гладун зазначає: «Графічний дизайн – унікальне мистецтво, яке знаходиться одночасно у двох вимірах: образотворчості та проєктності (художньому й раціональному). Сьогодні воно “організує простір і час у системі комунікації, стає надкомунікацією”, візуальною мовою інформаційного суспільства. Мистецтво графічного дизайну багато в чому – мистецтво одного дня, яке створює візуальний простір сучасної людини» (Гладун, 2007: 46).

Історичні корені цього виду художньо-проєктної діяльності сягають глибокої старовини, коли людина вперше відчула себе елементом соціуму й відчула потребу в передачі інформації ритуального, магічного або іншого характеру. Періодом становлення графічного дизайну як виду художньо-проєктної діяльності стали середина – кінець ХІХ ст., коли у більшості європейських країн унаслідок розвитку капіталістичного виробництва й насичення ринку товарною масою прогресувала торгівля, з'явилася конкуренція. Це сприяло швидкому розвитку найважливіших складових частин графічного дизайну: реклами, упаковки, товарного та фірмового знаку.

Характерною ознакою початку ХХІ ст. стала глобалізація суспільства, що сприяла формуванню тенденції у графічному дизайні до безна-

ціональності та безособовості або тяжіння «інтернаціонального стилю».

В. Косів зауважує з цього приводу: «Представники “інтернаціонального стилю” вважали себе не митцями, а “засобом для поширення інформації” у суспільстві; прагнули застосувати науковий, раціональний підхід до вирішення проблем комунікації, відкидаючи суб'єктивізм і самовираження. Цінувалося пряме і нейтральне представлення візуальної та вербальної інформації, чітке структурування елементів, відкидалося усяке прикрашання. Твори дизайну отримували універсальну та понаднаціональну досконалість, яка добре сприймалася цілим американським суспільством» (Косів, 2002: 292).

Водночас із розвитком дизайн-технологій збільшилася кількість інформації (насамперед візуальної), у якій дедалі важче орієнтуватися. Безперервна зміна дизайн-процесу, його збагачення новими інструментами та технологіями сприяли підвищенню вимог комунікативного середовища до якості дизайну і виникнення нових проблем, зокрема «засмічення» візуального простору і пов'язану з цим проблему ефективності дії інформації на адресата, а також соціальної відповідальності дизайнера. Втім, у такому однарнітному світі графічний дизайн починає відігравати роль формування неповторних національних образів, допомагає самоідентифікації одиниць в агресивному середовищі. До речі, тенденції розвитку графічного дизайну в таких країнах, як Фінляндія, Італія, Японія, Іран, Корея упродовж ХХ ст. продемонстрували своє тяжіння саме до національно зорієнтованого дизайну як засобу візуальної ідентифікації.

Пошуки національного стилю у графічному дизайні характерні й для України. Це одна з головних тенденцій у розвитку сучасного графічного дизайну. Як підмітив В. Косів: «Сьогодні графічний дизайн в Україні не сформувався як національна модель, оскільки не відзначався ані унікальними стилістичними, ані комунікативними особливостями. Протягом 90-х рр. графічний дизайн в Україні користувався спадщиною “радянської стилістики”, а також був під впливом російського дизайну. Це проявилось у великих геометризованих формах, заповнених локальними кольорами, а також в особливостях синтаксису передачі повідомлення. Поширеним засобом “національного забарвлення” графічного дизайну було використання шрифтів із елементами рукописного уставу, друкованого напівуставу, барокового скоропису, котрі були переважно декоративними та мали акцидентне застосування. У творах



дизайну використовувалися зображальні елементи доби Київської Русі, “козацького бароко”, “українського модерну”, орнаментальні мотиви народного декоративно-прикладного мистецтва. У пошуках національного виразу більшість авторів звертали увагу на проблеми форми та формотворення, натомість недостатньо уваги приділялося комунікативним аспектам. Пошуки національного стилю проводилися переважно у площині використання зовнішніх ідентифікуючих ознак» (Косів, 2002: 293).

Як зазначає Л. С. Триноженко: «Національна модель графічного дизайну – ширше поняття. На цьому ґрунті виникає чимало неузгодженостей. Більшість спеціалістів вважають, що фундаментом для розвитку українського дизайну повинна стати національна культура, українське народне декоративно-прикладне мистецтво. Натомість державна ідеологія декларує українську націю як політичну, до якої належать представники усіх етносів, що проживають на території держави та є, відповідно, носіями різних культур» (Триноженко, 2010: 191).

На нашу думку, пошуки елементів візуальної ідентифікації країни, які могли би гідно представляти імідж держави на міжнародній арені, повинні вестися на основі творчого переосмислення етнічного матеріалу, тобто досягнень народної культури, і розуміння своєрідного менталітету українців.

Отже, найважливішим завданням українського графічного дизайну є творення національного дизайну з опорою на інноваційні технологічні досягнення та традиції українського народного мистецтва.

Твори дизайну як масові комунікативні продукти впливали на розвиток суспільства, витворюючи нові системи цінностей і виховуючи почуття належності до певної спільноти. Цінності виступають тією сукупністю прийнятних для групи (суспільства) ідеалів, які засвоюються особистістю і спонукають її активність, у процесі якої вже і відбувається їх матеріальне втілення. Тенденція до цінностей у графічному дизайні відображає модифікацію сфери естетичного, етичного та морального у культурі та соціумі.

Нині роль цінностей трохи деформувалася, хоча значимість соціальних образів у графічному середовищі не стає меншою. Проведені дослідження свідчать, що такі традиційно базові пріоритети, як сім'я, освіта, здоров'я, релігія та політика залишилися практично незмінними. Водночас набули нового ціннісного забарвлення усвідомлення матеріального (екологічного), людського та часового ресурсу, особистісних, націо-

нальних та етнічних ідентифікацій, споживчих аспектів культурного життя (Сергеева, 2012: 73).

Поняття цінності у дизайні сьогодні починає охоплювати межі набагато ширші, ніж естетична значущість форми чи наближене до вартості розуміння утилітарно-технічного та фінансово-комерційного успіху. Майже все, що пов'язане з матеріалізацією вироблених людською культурою життєвих, моральних та естетичних імперативів, сьогодні підпорядковане проектно-практичній діяльності – дизайну, який ставить за мету об'єднати людей навколо базових цінностей. Як зауважує Віктор Даниленко: «Американці, хоча й дуже різні за походженням, виявили здатність об'єднатися навколо цінностей, породжених емігрантською психологією, й утвореною нею специфічною емігрантською культурою. Проявами цінностей такого суспільства стали фетишизація комерції та догоджання масовому смаку як необхідні чинники успішності; технократична орієнтованість понять про естетику довілля як уособлення ідеалу країни майбутнього» (Даниленко, 2006: 60).

Різні форми графічного дизайну впливають на різні компоненти свідомості людини та її поведінку, однак головним залишається їхній вплив на індивідуальну систему цінностей особистості, перетворення переконуючої інформації на складову частину цієї системи. Цей вплив здобуває особливе значення у сучасних умовах, коли у суспільстві йде процес корінного перегляду сформованих цінностей, і від діяльності графічних видів значною мірою залежить від формування нового бачення соціальної дійсності.

**Висновок.** ХХ століття було епохою інформаційно-комунікативного «вибуху». Розвиток інформаційних технологій викликав зміни у сфері мислення суспільства і вплинув на розвиток науки, мистецтва і проектно-культури. Внаслідок активного розвитку комунікативних процесів найважливішим засобом формування середовища проживання сучасної людини стає графічний дизайн. Історичні корені цього виду художньо-проектної діяльності сягають глибокої старовини, коли людина вперше відчула себе елементом соціуму й відчула потребу в передачі інформації ритуального, магічного або іншого характеру. Надалі розвиток цієї сфери діяльності визначався загальносвітовим суспільним прогресом і був тісно пов'язаний із технологічними інноваціями та науковими відкриттями.

В останнє десятиліття загострилася проблема національного й інтернаціонального у графічному дизайні. Характерною ознакою початку ХХІ ст.

стала глобалізація суспільства, що сприяла формуванню тенденції у графічному дизайні до безнаціональності та безособовості або тяжіння до «інтернаціонального стилю». Глобалізаційні процеси сприяли створенню єдиних стандартів графічного дизайну, які передбачали однакові підходи до вирішення проблем комунікації, тотожні засоби та формальні прийоми проектування, але за останні десятиліття простежується активний розвиток графічного дизайну з урахуванням особливостей національної культури. Пошуки національного стилю у графічному дизайні характерні і для України. Це одна з головних тенденцій у розвитку вітчизняного сучасного графічного дизайну. Сьогодні графічний дизайн в Україні не сформувався як національна модель, оскільки не

відзначався ані унікальними стилістичними, ані комунікативними особливостями.

Графічний дизайн здатен не тільки створювати нові потреби, але і може впливати на формування куди більш складних психічних утворень, таких як світогляд, естетичні смаки, соціальні цінності, стиль життя, моральні цінності і т. д. Принципова відмінність графічного дизайну від різновидів графіки як виду художньої діяльності полягає у проектному характері графічного дизайну, його функціонально-естетичній спрямованості на масове відтворення візуальних структур у сучасній комунікативній сфері. Таким чином, графічний дизайн є синтетичною творчою діяльністю, яка використовує сучасні засоби передачі інформації та базується на традиціях графічного мистецтва.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гладун О. Д. Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України. *Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії*. 2007. Вип. 7. С. 45–49.
2. Даниленко В. Я. Новий європейський дизайн: Центральньо-східна версія. *МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія*. 2006. Вип. 3. С. 59–66.
3. Король А. М. Теоретичні аспекти поняття «графічний дизайн». *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Педагогічні науки*. 2013. Вип. 108 (1). С. 3–10.
4. Косів В. М. Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини ХХ ст. До питання історіографії проблеми. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2002. № 6. (27). С. 290–294.
5. Сбитнева Н. Ф. Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2015. № 4. (30). С. 60–66.
6. Сбитнева Н. Ф. Графічний дизайн України початку початку III тисячоліття: проблеми та перспективи розвитку. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура*. 2011. № 6. (27). С. 52–55.
7. Сергеева Н. В. Постіндустріальні тенденції трансформації поняття цінності в дизайні. *Графічний дизайн: історія, сучасність та перспективи розвитку* : Всеукраїнська науково-практична конференція, Харків, 17 жовтня 2012 р. Харків : ХДАДМ. 2012. С. 73–75.
8. Триноженко Л. С. Національні мотиви сучасного графічного дизайну в Україні як засіб візуальної ідентифікації. *Архітектура. Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 674. С. 188–191.

### REFERENCES

1. Hladun O. D. Hlobalizatsiynny i natsional'nyy vektory rozvytku hrafichnoho dyzaynu Ukrayiny [Globalization and national vectors of graphic design development of Ukraine]. *Ukrainian art history*, 2007, № 7, pp. 45–49 [in Ukrainian].
2. Danylenko V. YA. Novyy yevropeys'kyy dyzayn: Tsentral'no-skhidna versiya [New European Design: Central and eastern version]. *Bridge: Art, History, modernity theory*, 2006, № 3, pp. 59–66. [in Ukrainian].
3. Korol A. M. Teoretychni aspekty ponyattya "hrafichnyy dyzayn" [Theoretical aspects of the term "graphic design"]. *Chernihiv National Pedagogical University. Teaching science*, 2013, № 108 (1), pp. 3–10 [in Ukrainian].
4. Kosiv V. M. Natsional'ni modeli i hlobalizatsiya hrafichnoho dyzaynu druhoiy polovyny XX st. Do pytannya istoriografiiy problemy [National model of globalization and graphic design of the second half of the XX century. To a question historiography problems]. *Bulletin of the Kharkiv State Academy of Design and Arts*, 2002, № 6 (27), pp. 290–294 [in Ukrainian].
5. Sbitnyeva N. F. Tendentsiyi rozvytku suchasnoho hrafichnoho dyzaynu: povnennya do rukotvornosti [Trends in the development of modern graphic design: a return to handicrafts]. *Bulletin of the Kharkiv State Academy of Design and Arts*. 2015. № 4. (30), pp. 60–66 [in Ukrainian].
6. Sbitnyeva N. F. Hrafichnyy dyzayn Ukrayiny pochatku pochatku III tysyacholittya: problemy ta perspektyvy rozvytku [Graphic Design Ukraine early beginning of the third millennium: problems and prospects]. *Bulletin of the Kharkiv State Academy of Design and Arts*, 2011, № 6, pp. 52–55 [in Ukrainian].
7. Serheyeva N. V. Postindustrial'ni tendentsiyi transformatsiyi ponyattya tsinnosti v dyzayni. Hrafichnyy dyzayn: istoriya, suchasnist' ta perspektyvy rozvytku [Post-industrial trends transforming the concept of value in the design. Graphic Design: Past, Present and prospects]. *All-Ukrainian scientific-practical conference*. 2012, pp. 73–75 [in Ukrainian].
8. Trynozhenko L. S. Natsional'ni motyvy suchasnoho hrafichnoho dyzaynu v Ukrayini yak zasib vizual'noyi identyfikatsiyi [National motives of modern graphic design in Ukraine as a means of visual identification]. *Architecture. Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*, 2010, № 674. pp. 188–191 [in Ukrainian].