

ІСТОРІЯ

УДК УДК 72.03 (477)

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.15151747>

**Концептуальне проектування поліграфічної продукції для репрезентації
архітектурної спадщини В.Городецького на Черкащині**

Храмова-Баранова Олена Леонідівна,

доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри Графічного дизайну,
моди та стилю, Черкаський державний технологічний університет, Україна,

<https://orcid.org/0000-0002-3811-7701>

Гладкова Ірина Павлівна,

старший викладач кафедри Графічного дизайну, моди та стилю, Черкаський
державний технологічний університет, Україна,

<https://orcid.org/0009-0000-6684-831X>

Деркач Сергій Петрович,

старший викладач кафедри Графічного дизайну, моди та стилю,
Черкаський державний технологічний університет, Україна,

<https://orcid.org/0009-0006-1389-6725>

Кудревич Вікторія Валеріївна,

викладач кафедри Графічного дизайну, моди та стилю, Черкаський державний
технологічний університет, Аспірантка, ДУ «Інститут досліджень науково-
технічного потенціалу та історії науки і техніки ім. Г.М. Доброва НАН
України», м. Київ, Україна, <https://orcid.org/0009-0003-7453-868X>

Прийнято: 14.03.2025 | Опубліковано: 30.03.2025

Анотація: статтю присвячено значенню засобів графічного дизайну для створення поліграфічної продукції, яка спонукає людину відвідати конкретний туристичний об'єкт. На прикладі створення листівки й іншої рекламної продукції, яка при розповсюдженні, зможе привернути увагу до архітектурної спадщини В. Городецького на Черкащині.

Творчість В. Городецького початку ХХ ст. на Черкащині – видатна сторінка розвитку архітектури в Україні. На сьогоднішній день для багатьох країн постає важливе завдання — привабити якомога більшу кількість туристів. Адже постійний потік туристів створює позитивний імідж країни, а в цілому туризм приносить значні надходження до місцевих і державного бюджетів. Тому всі країни, які мають певні цікаві з туристичної точки зору об'єкти (чи архітектурні пам'ятки, чи рекреаційні ресурси, чи інші туристичні принади) прагнуть використати їх з максимальною фінансовою вигодою. Ще один шлях привабити людину відвідати певний конкретний туристичний об'єкт — створити серію листівок, що зможе привернути увагу туристів. Для цього використовують такі засоби, як візуальна мова концептуального проектування. Візуальна мова є основним способом передачі інформації, що використовується для створення листівки.

В дослідженні систематизовано поліграфічну продукцію і окреслено види й класифікацію листівок, як одного з розповсюджених видів поліграфії. Обґрунтовано естетичний рівень об'єкту в контексті сучасних тенденцій розвитку дизайну. Завдяки використанню засобів графічного дизайну дизайнер має змогу обрати різні методи, техніки і шляхи. Досліджено художньо-естетичні особливості візуального художнього образу в листівках і психологічний вплив на глядача.

Ключові слова: поліграфічна продукція, листівки, рекламний плакат, архітектура Городецького, фотографіка, візуальна комунікація тощо.

**Conceptual design of printing products for the representation of
V. Gorodetsky's architectural heritage in Cherkasy region**

Khramova-Baranova Olena,

Doctor of History, Professor, Head Department of Graphic Design, Fashion and
Style, Cherkasy State Technology University, Ukraine,
<https://orcid.org/0000-0002-3811-7701>

Gladkova Irina,

Senior Lecturer in the Department of Graphic Design, Fashion and Style, Cherkasy
State Technology University, Ukraine, <https://orcid.org/0009-0000-6684-831X>

Derkach Sergey,

Senior Lecturer in the Department of Graphic Design, Fashion and Style, Cherkasy
State Technology University, Ukraine, <https://orcid.org/0009-0006-1389-6725>

Kudrevych Viktoriia,

Teacher of the Department of Graphic Design, Fashion and Style, Cherkasy State
Technology University, Postgraduate student, State Institution «Institute of
Research of Scientific and Technical Potential and history of science and
technology. AHEM. Dobrova NAS of Ukraine », Kyiv, Ukraine,
<https://orcid.org/0009-0003-7453-868x>

Abstract: *The article is devoted to the importance of graphic design to create
printing products that encourages a person to visit a specific tourist object. On the
example of creating a postcard and other advertising products, which is distributed,
will be able to draw attention to the architectural heritage of V. Gorodetsky in
Cherkasy region.*

Creativity of V. Gorodetsky in the beginning of the twentieth century. In Cherkasy region - a prominent page of development of architecture in Ukraine. To date, many countries are an important task - to attract as many tourists as possible. After all, the constant flow of tourists creates a positive image of the country, and in general tourism brings significant revenues to local and state budgets. Therefore, all countries that have some interesting objects (or architectural monuments, or recreational resources, or other tourist charms) seek to use them with maximum financial benefits. Another way to attract a person to visit a particular tourist object is to create a series of postcards that can attract tourists. To do this, use tools such as the visual language of conceptual design. Visual language is the main way to transmit information used to create a postcard.

The study systematizes printing products and outlines the types and classification of leaflets as one of the common types of printing. The aesthetic level of the object in the context of current design trends is substantiated. With the use of graphic design tools, the designer can choose different methods, techniques and ways. The artistic and aesthetic features of the visual artistic image in postcards and psychological influence on the viewer are investigated.

Keywords: *printing products, postcards, advertising poster, Gorodetsky architecture, photographics, visual communication and more.*

Постановка проблеми. Актуальність роботи полягає в тому, щоб репрезентувати архітектурну спадщину В. Городецького на Черкащині в концептуальному проектуванні поліграфічної продукції засобами графічного дизайну. Дослідження засновано на аналізі літератури, її фундаментальному вивченні, узагальненні відомостей про архітектурну спадщину Владислава Городецького на Черкащині та вивченні значення поліграфічної продукції, розкриття її можливостей та перспектив як сучасного засобу графічного дизайну. Стала необхідність системного надання історіографії становлення і

розвитку листівки як поліграфічної продукції. А саме, необхідно створити листівки й іншу рекламну продукцію, яка при розповсюдженні, зможе привернути увагу до спадщини В. Городецького в Черкасах. Дослідження засновано на аналізі літератури, її фундаментальному вивченні, узагальненні відомостей про архітектурну спадщину Владислава Городецького на Черкащині та вивченні значення поліграфічної продукції, розкриття її можливостей та перспектив як сучасного засобу графічного дизайну. Сьогодні стала необхідність системного надання історіографії становлення і розвитку листівки як поліграфічної продукції, щоб показати як листівка втілює творчі ідеї у дизайні сьогодення й показує інноваційні підходи в стилізації на прикладі творчості архітектора В. Городецького. Методи дослідження в основі своїй базуються на застосуванні конкретного історичного методу, використання компаративного методу для означення перспектив й основних тенденцій поліграфічної продукції в дизайні [8].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідження концептуального проектування і вивчення засобів графічного дизайну формують фундамент для репрезентації національних досягнень в дизайні. Наприклад, дослідження В. Ковтун присвячено аналізу національних традицій в листівці (Ковтун) [3], а А. Ждаха багато уваги в розробці листівок приділяв українським святам (Ждаха) [1]. Листівки Амвросія Ждахи, де художник Ждаха об'єднав малюнок з нотами до українських пісень. В них також присутня шрифтова композиція – початкові слова пісні, а доповнюють композицію зразки орнаменту. Листівка підкреслює національну приналежність до України (одяг, орнаментика, пейзажна лінія, архітектура). Проблемою дослідження історичного розвитку та класифікацією окремих видів листівок займався В. Мартін. У своїх дослідженнях він розкрив проблему специфіки формування видавничого дизайну та сучасної листівки, як окремої галузі наукових технологій в цілому, здійснив класифікацію і

позначив засоби створення сучасної листівки, а також навів розгорнуте визначення типологічних властивостей листівки (W. Martin) [18]. Н. Базьо узагальнив особливості видів листівок, технік виконання і детально розглянув листівки в техніці колаж (Базьо) [2]. Дослідник Василь Косів ґрунтовно надав аналіз національним моделям графічного дизайну XX ст., які впливають на розвиток концептуального проектування поліграфічної продукції (Косів) [4]. Фотографію як засіб графічного дизайну з її художньо-образною виразністю вивчав І. Павлов (Павлов) [11]. Філософію й інструментарій графічного дизайну, основи комп'ютерного дизайну проаналізував Д. Лопес (Lopes) [15]. Але ці дослідження не дають повного уявлення про концептуальне значення впливу візуальної культури поліграфічної продукції (листівки) на розвиток мистецтва і дизайну.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Наукова новизна дослідження полягає у вивченні та аналізі функціональних, естетичних особливостей концептуального проектування в створенні дизайну сучасної поліграфії як репрезентації архітектурної спадщини В. Городецького на прикладі розробки серії листівок з основними художніми елементами (шрифтова композиція, графічні техніки, кольорова гама).

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає у виявленні та узагальненні особливостей художнього аспекту візуальної мови поліграфії на прикладі листівок, для того, щоб запропонувати авторське бачення серії листівок та рекламну продукцію за творчістю архітектора В. Городецького. Для досягнення мети необхідно вирішити наступні завдання: розглянути і дослідити розвиток листівки в XX ст. в Україні, світовий контекст та проаналізувати основні види і техніки створення листівки, засоби графічного дизайну; зробити опис особливостей обраного для проектування стилістичного напрямку; дослідити і обґрунтувати визначну архітектурну спадщину В. Городецького на Черкащині.

Виклад основного матеріалу дослідження. З винаходом друкарської машини з XIX ст. у поліграфії (сукупність технічних засобів для репродукції текстового і графічного матеріалу) відбувається революція, яка призводить до серійного виробництва продукції. Важливою в цьому процесі для розвитку мистецтва і дизайну є типографія, як мистецтво оздоблення друкарського тексту, що охоплює шрифтовий дизайн, декорування, модифікації ілюстрацій тощо [10]. За способом застосування вся поліграфічна продукція розділяється на: ділову, книжкову, журнальну, рекламну поліграфію і календарі. До ділової відносяться папки, конверти, все, що можливо використати для організації роботи і з рекламною метою.

Засоби графічної виразності в різних галузях мистецтва, зокрема поліграфії, відіграють важливу роль. Наприклад, рисунок – це зображення, в якому обов'язково використовуються графічні засоби – контурна лінія, штрих, пляма. Різні майстри в своїй практиці використовували багаточисельні виразні засоби. В Італії пластично ясний рисунок характерний для майстрів XV ст. (А. Мантенья, В. Карпаччо), набуває особливої виразності у художників Високого Відродження (да Вінчі, Рафаеля). На противагу суворій манері більшості венеціанців XVI ст. (В. Тіціан, Джорджоне, Я. Тінторетто) створюють вільний живописний стиль. У північному західному рисунку XVI ст. виділяються лінійно-штрихова чіткість робіт Дюрера і мальовничість Грюневальда, але в цілому переважає лінійний початок. Значний розвиток в XV–XVI ст. отримує рисунок, тонко фіксує фізіономічні особливості моделі із застосуванням лінії і тушування (Я. ван Ейк, Г. Гольбейн Молодший). Особливу виразність набуває рисунок у представників маньєризму (Бронзіно). При аналізі робіт старих майстрів яскраво простежується використання ними різних виразних засобів рисунку, за допомогою цього з'являється простір, об'єм, перспектива.

Шрифт використовують як засіб графічної виразності тексту. В художньо-дизайнерській практиці поліграфії застосовується і такий зображально-виразний засіб, як текстовий елемент – інформація, виражена в словесній формі. Засобом графічної виразності текстового елемента є шрифт – рисунок, накреслення літер [4]. Без шрифту неможливе створення поліграфії: плаката, афіші, реклами, листівки, вивіски тощо. Кожна область застосування шрифту пред'являє до нього свої особливі, специфічні вимоги, які обов'язково повинен враховувати художник-дизайнер у своїй роботі над ним. Єдність зображення шрифту, в якому кожна буква служить частиною загальної композиції виступає однією з головних вимог. Шрифт підпорядковується законам композиції. Для грамотного композиційного рішення необхідно знайти оптимальні пропорції і пляму текстового зображення. В силу підвищеного інформаційного навантаження шрифт повинен відповідати естетичному завданню, поставленій темі і застосовуваним зображально-виразним засобам.

Графічна виразність – це вимога не лише художньо-естетична, але і функціональна, оскільки чим графічно виразніше зміст, тим легше орієнтуватись в ньому читачу, тим краще він бачить, як підпорядковані один одному заголовки (а отже, і підрозділи, які вони позначають), тим швидше орієнтується в тексті. Засобів для цього у дизайнера більше ніж достатньо. Книжково-журнальна поліграфія включає в себе надруковану продукцію у вигляді книг, журналів. Рекламна поліграфія – це листівки, плакати, постери тощо. За технічним виконанням можна означити такі види поліграфічної продукції як бланки, листівки, буклети, календарі тощо. Види продукції мають власну задачу і ефективні функції, багато з яких перетинається в зазначених раніше способах застосування. Крім стандартних видів друку існують особливі види поліграфії, наприклад, стерео-поліграфія і ароматична поліграфія. За допомогою стерео-ефектів, надається можливість бачити багато

ракурсів або 3D ефектів на друкованій продукції, а за допомогою технік ароматичної поліграфії отримуємо ароматизовану друковану продукцію. Існує також післядрукарська обробка продукції, наприклад, брошурування, закруглення кутів, ламінування тощо. Вважають, що з часом друкована продукція буде замінена на електронну, а вся інформація буде розміщуватися в інтернеті, оскільки це не дуже витратно. В певній мірі цей прогноз є вірним і в майбутньому велика частина поліграфічної продукції перейде в режим онлайн, але навряд чи ми повністю відмовимося від друкованої продукції, оскільки вона несе емоції, тактильні відчуття, приємні спогади.

Одним з таких цікавих і поширених видів поліграфічної продукції є листівка. Візуальна мова графіки у вигляді знакової символіки може входити в контакт з глядачем, долаючи мовний бар'єр. Мовою графічного дизайну можна доступно передати і презентувати інформацію та навіть впливати на глядача, викликаючи при цьому художньо-емоційні образи. На сьогодні важливу роль відіграють у створенні якісного видання – художнє оформлення продукту (в даному випадку – листівки). Першу вітальну листівку було замовлено британським художником Джоном Келкоттом Хослі для свого друга Генрі Кордла, куратора Британського музею. Генрі Кордл хотів привітати своїх численних друзів та колег з Різдом і у 1840 році були надруковані та розфарбовані вручну перші листівки. Використано було такі символи як колір золота як знак багатства, свічки як відбитки сердець, медові коржики зображувалися як символи достатку в родині. На початку XX ст. попит на листівки був такий великий, що навіть великі міські фірми не могли задовольнити замовлення і їх почали випускати за кордоном у Німеччині, Стокгольмі та Парижі за ескізами художників. Сюжети вітальних листівок були розраховані на різні уподобання та соціальні верстви людей, а також на різні свята. При вдалому використанні кольору, шрифтів, незаповненого простору одне повідомлення привертає увагу читачів, а інше може залишитись

непоміченим. Тому ефективний дизайн полегшить сприйняття людиною повідомлення та приверне увагу. Прості, читабельні, зрозумілі та естетичні повідомлення – основна функція комунікаційного дизайну [14-15]. Підсумувавши, можна стверджувати, що сприйняття людиною світу напряду залежить від візуального каналу. Комунікація здійснюється з допомогою сигналів та знаків і є інструментом соціального управління. Таким чином, візуальна мова графічного дизайну є інструментом соціального управління і чим вона якісніше побудована, тим вищий тупань куриної дії. Відповідно, візуальна мова – це така мовно система, що використовує повідомлення, які складаються зі специфічних дискретних знаків, знакових систем і є основним способом передачі інформації, що використовується для створення поліграфічної продукції. Листівка – вид поліграфічної продукції рекламно-інформаційної спрямованості, що виготовляється, за звичай, з паперу будь-якого формату, друк тексту на якому може здійснюватися по обидва боки [12]. Ілюстративне наповнення листівки може бути як художнім (репродукційні та оригінальні листівки), так і документальним (фото листівки) [11]. Поява листівки багато в чому була викликана суто практичними потребами і стала одним з видів поштового зв'язу, хоча і мало поширеним через наявність більш швидкісних способів передачі інформації. Сьогодні функція листівок дещо змінилася і розглядається переважно як атрибут привітань. У ХХІ ст. новорічні листівки стали та залишаються класикою жанру листівок. Безкоштовні листівки, листівки ручної роботи, електронні листівки як новий жанр мистецтва – поштове мистецтво є невід'ємною частиною сучасного культурного життя в інформаційному суспільстві. Наукове пояснення листівок як музейних предметів утруднено тим, що сучасні видавництва часто друкують на листівках вихідну інформацію. Але сучасні листівки – це образи нашого часу, яке має бути досліджено, вивчено та розкрито. Листівки мають величезний інформаційний потенціал і є «документами часу». Культурно та

історично листівки можуть розповісти, як у різних країнах змінювалися правила відправки листівок. Листівки є індикаторами особистого та громадського спілкування у різний час. У цьому сенсі вони показують комунікативну діяльність сучасного суспільства. [16].

Для розробки листівок про творчість Владислава Городецького на Черкащині, необхідно описати його твори. Творчість В. Городецького назавжди записана у золоту книгу української архітектури, оскільки він накреслив чітку лінію містобудування і розробив свої засоби і підходи до будівництва [6]. Оскільки в останні роки в розвитку національної і світової економіки спостерігається тенденція суттєвого зростання впливу і ролі туризму, способом спонукати до відвідування туристичних об'єктів – рекламна продукція, яка зможе привернути увагу туристів до архітектурної спадщини В. Городецького на Черкащині [5; 17]. Для розробки серії листівок, присвячених творам В. Городецького необхідно проаналізувати аналоги листівок, виконані в різних техніках і з різною стилістикою. На Черкащині В. Городецький став автором архітектурних пам'яток: Чоловічої гімназії (1899 р.), Єврейської гімназії і Громадського банку (1910-1914 рр) [9]. Сьогодні ці місця є окрасою міста Черкас. Художніми прийомами заведено вважати сукупність специфічних засобів, застосованих для досягнення повноцінного художнього образу у листівці. Серед таких прийомів: типізація, гіпербола, метафора, тощо. Художні засоби і художні прийоми є взаємозв'язаними, за допомогою чого досягаються цілісність і виразність твору мистецтва. При аналізі сучасної поліграфії можна відзначити, що її візуальний аспект можна розділити на основні художні елементи, взаємодія яких уособлює художньо-образні засоби. До таких елементів можна віднести: ілюстрації, шрифти, колір, композицію макета, а також ряд специфічних засобів верстки, які найбільш характерні саме для листівок. Фотографіями в даній праці є зображення архітектурних споруд міста Черкас. Фото було редаговане за допомогою

програми Adobe Photoshop, а далі фотографію поєднували з ілюстраціями в дизайн листівки в програмі Adobe Illustration. На зображувальній частині розміщене фото з графічними елементами, які доповнюють фотографію. Також використано шрифт, як допоміжний засіб. Кольорова гама взята з фотографії, щоб максимально поєднати композицію в єдине ціле. Подано варіант листівки кожного об'єкту (рис.1-2), де зображено проєкт листівки із зображенням Блакитного палацу і будинку Щербини з використанням шрифту Bebas Neue і Baustar Script, жовто-блакитних засічок у вигляді рамочки як на старих листівках та імітації штампу, що надає більшої динаміки (автор О.Храмова-Баранова).

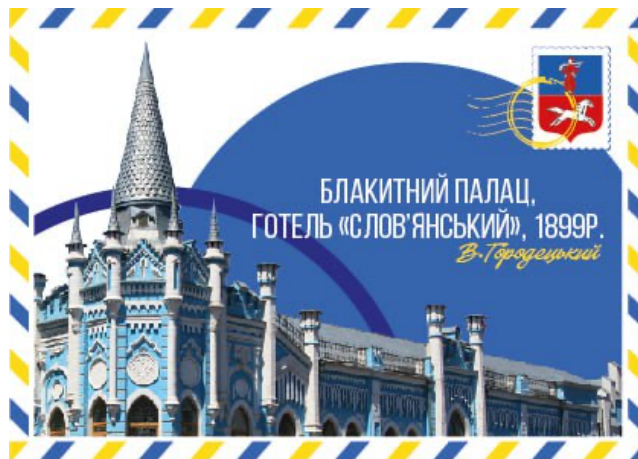


Рис.1. Проєкт листівки будівлі В. Городецького «Блакитний палац» (готель «Слов'янський») (автор О.Храмова-Баранова).

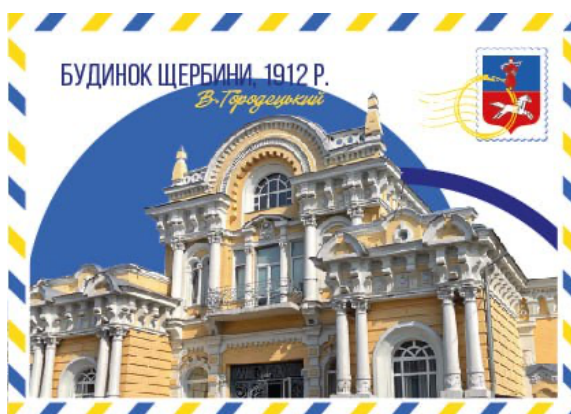


Рис.2. Проєкт листівки будівлі В. Городецького «будинок Щербини» (автор О.Храмова-Баранова)

Висновки. В статті ґрунтовно викладено перспективи розвитку листівки, а також проаналізовано основні поняття і класифікацію поліграфії. Для цього було проведено аналіз джерельної бази, окреслено і охарактеризовано види листівок, їх використання в мистецтві і графічному дизайні. Мовою графічного дизайну можна доступно передати і презентувати інформацію та навіть впливати на глядача, викликаючи при цьому художньо-емоційні образи. На сьогодні важливу роль відіграють у створенні якісного видання – художнє оформлення листівки. Ефективний дизайн полегшить сприйняття людиною повідомлення та приверне увагу. Прості, читабельні, зрозумілі та естетичні повідомлення – основна функція комунікаційного дизайну. Підсумувавши, можна стверджувати, що сприйняття людиною світу напряду залежить від візуального каналу. Комунікація здійснюється за допомогою сигналів та знаків і є інструментом соціального управління. Проаналізовано засоби художньої виразності в дизайні листівки, що використовуються для створення художнього образу та окреслення проблематики. Обґрунтовано естетичний рівень об'єкту в контексті сучасних тенденцій розвитку дизайну. Досліджено художньо-естетичні особливості візуального художнього образу в листівках і психологічний вплив на глядача. Запропоновано авторське бачення створення дизайн-проекту листівок з використанням оброблених світлин архітектури В. Городецького. В художньому оформленні листівок також застосовано обраний шрифт, який відповідає вирішенню піднятих питань, стиль тексту підкреслює сприйняття зображення, що підтримує загальну концепцію дизайну, створює єдність зображення і тексту. На основі історичного методу вдалося дослідити виникнення, формування та розвиток процесів і структур у хронологічній послідовності.

Список використаних джерел:

1. Амвросій Ждаха. Акварелі «Ураїнські народні пісні». *Національна бібліотека України ім.В.І.Вернадського*. URL: <http://nbuv.gov.ua/node/99> (дата звернення 25.01.2025).
2. Базьо Н. Футуристичні листівки Мукачева XX ст: колаж та фотомонтаж. *Львівська національна академія мистецтв*. Львів, 2018. 87 с.
3. Ковтун В. Українське мистецтво у старій листівці. Коломия : Вільний голос, 2000. 86 с.
4. Косів В. М. Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини XX ст. : автореф. дис... канд. мист.: 05.01.03 / ХДАДМ. Харків, 2003. 22 с.
5. Малаков Д. В. Архітектор Городецький. Архівні розвідки. К.: Кий, 2013. 464 с.
6. Мельничук Г. Зразковий архітектор Владислав Городецький (1863—1930). *1000 незабутніх імен України*. Київ: Школа 2005. С. 196-198.
7. Поліграфія та видавнича справа: тлумачний словник / уклад. : Б. В. Дурняк, О. В. Мельников, О. М. Василюшин, О. Г. Дячок. Львів: Афіша, 2002. 456 с.
8. Філіпенко А. С. Основи наукових досліджень. Конспект лекцій. К.: Академвидав, 2004. 208 с.
9. Юхно Б. Черкаські місторії. Мандрівка у часі від Соснівки до Кривалівки. Черкаси, 2011. 264 с.
10. Золотий вік української фотографії. URL: <http://primetour.ua/uk/company/articles/1.html> (дата звернення 25.01.2025).
11. Павлов І.Є. Фотографія в графічному дизайні: засоби художньо-образної виразності : автореф. дис... канд. мист.: 17.00.07 / ХДАДМ. Харків, 2011. 22 с.

12. Bernadette A. Lear. Wishing They Were There: Old Postcards and Library. *HistoryLibraries & the Cultural Record*. Vol. 43, No. 1 (2008). pp.77-101.
13. Blanc-Benon L. How Colour Photography Destabilizes the Philosophy of Photography. *Photoresearcher*. 2019. P. 31.
14. Franke H. Computer graphics – Computer art. New York: Springer-Verlag, 1985. 177 p.
15. Lopes D. A Philosophy of Computer Art. New York: Routledge, 2009. 160 p.
16. The History of Postcards. URL: <http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/photography/History-of-Postcards.html> (дата звернення 25.01.2025).
17. Trybowski Ignacy. Horodecki Władysław Leszek (1863–1930). *Polski Słownik Biograficzny*. Wrocław, 1962. t. X/1, zeszyt 44. 160 s.
18. Willoughby Martin. A History of Postcards: A Pictorial Record from the Turn of the Century to the Present Day. London, 1992. 159 p.