

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет архітектури, будівництва та дизайну

(повне найменування факультету)

Кафедра архітектури та дизайну

(повне найменування кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «МАГІСТР»

ІННОВАЦІЇ У ДИЗАЙНІ
АВТОРСЬКИХ КАЛЕНДАРІВ

спеціальність 022 Дизайн
(шифр і назва спеціальності)

освітня програма «Дизайн»
(назва освітньої програми)

Виконала: здобувачка вищої освіти
групи Дм - 21

ЮНОША Софія Петрівна

(підпис)

Керівник:

канд. мист., доцент

ДУДКА Роксолана Олександрівна

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«15» грудня 2023 р.
Гарант освітньої програми:
канд. мист., доцент
БОНДАРЧУК Юлія Сергіївна

(підпис)

Луцьк – 2023 рік

Луцький національний технічний університет
(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет архітектури, будівництва та дизайну
Кафедра архітектури та дизайну
Ступінь вищої освіти: магістр
Галузь знань: 02 «Культура та мистецтво»
Спеціальність: 022 Дизайн
Освітня програма: «Дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри архітектури та дизайну
Оксана ПАСІЧНИК
«11» вересня 2023 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти**

ЮНОША Софія Петрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи Інновації у дизайні авторських календарів

керівник кваліфікаційної роботи

канд. мис., доц., Дудка О.Р.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «17» жовтня 2023 року № 314/01-02

2. Строк подання кваліфікаційної роботи 15 грудня 2023 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи дослідження дизайн-особливостей авторських календарів, дизайн-розробка власного календаря

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Пояснювальна записка складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків та додатків

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Графічний матеріал представлений цілісною композицією з трьох планшетів розміром 1,2 м* 3 м. Графічне наповнення: дослідження у вигляді схем та таблиць, проєктна розробка містить

графічні зображення структурних частин календаря

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|----------|---|-------------------|---------------------|
| | | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 | Дудка Р.О., доц. | | |
| Розділ 2 | Дудка Р.О., доц. | | |
| Розділ 3 | Дудка Р.О., доц. | | |

7. Дата видачі завдання 15 серпня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| N з/п | Назва етапів науково-проектної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
|-------|---|-------------------------------|----------|
| 1. | Розділ 1. | 20.09. 2023 | вик. |
| 2. | Розділ 2. | 15.10. 2023 | вик. |
| 3. | Розділ 3. | 15.11. 2023 | вик. |
| 5 | Формування висновків та додатків | 20.11. 2023 | вик. |
| 6 | Розробка проектної частини | 24.11.2023 | вик. |
| 7 | Формування реферату | 01.12.2023 | вик. |
| 8 | Подання пояснювальної записки на інструментальну перевірку на | 07.12.2023 | вик. |
| 9 | Подання виконаного КР з відгуком | 12.12.2023 | вик. |
| 10 | Подання виконаної КР на підпис декану та відповідальному секретарю ЕК | 15.12.2023 | вик. |
| 11 | Захист кваліфікаційної роботи | 21.12.2022 | вик. |

Магістрант

**Керівник кваліфікаційної
роботи**

ЮНОША С. П.
(прізвище та ініціали)

ДУДКА Р.О.
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Юноша С. П. Інновації в дизайні авторських календарів

Кваліфікаційна робота магістра присвячена дослідженню еволюції дизайну календарів, розвитку авторської ілюстрації в розробці календаря та історії трансформації календарів в цілому. На сьогоднішній день ретельних досліджень щодо аналізу використання ілюстрації в дизайні календарів існує небагато. Актуальність застосування авторської ілюстрації в розробці календарів, їхня класифікація, вплив ілюстрації на споживача вимагають дослідження.

У першому розділі досліджено історію створення календарів та культурно-історичну складову календарів. Розглянуто особливості структури календарів різних століть, появу авторської ілюстрації в дизайні календарів та її розвиток впродовж віків.

У розділі 2 сформовано особливості розробки календарів. Розглянуто види календарів в графічному дизайні, способи їхнього друку, різновиди календарних форматів, тощо. У пункті 2.2. ознайомлено з історією ілюстрації, розглянуто різноманітні стилі та деякі мистецькі течії, що вплинули на мистецтво, головних митців, чия творчість стала дотичною до розвитку ілюстрації. Також сформовано приклади впливу ілюстрації на психологічний та емоційний стан людини.

У 3 розділі розглянуто ілюстрацію як інформативний об'єкт дизайну, ознайомлено з розвитком українського дизайну календарів, проведено аналіз дизайну всесвітньо відомого календаря бренду «Lavazza», розглянуто застосування ілюстрації в дизайні календарів як способу боротьби зі стереотипами суспільства, а також – сформовано приклад використання авторської ілюстрації як обличчя календаря.

На основі результатів досліджень у розділі 4 представлено авторську розробку – календар «Українська література», в основу ілюстрацій якого лягли фрагменти з творів відомих українських письменників. В більшості образів персонажів відтворено українську символіку: народний одяг, аксесуари, традиції, відображено характерні пейзажі, тощо.

Структура магістерської роботи складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків та додатків. Обсяг роботи – 62 сторінки (без додатків), 55 позицій джерел посилання.

ANNOTATION

Yunosha S. P. Innovation in the design of author's calendars

The master's thesis is devoted to the study of the evolution of calendar design, the development of author's illustration in the development of a calendar, and the history of the transformation of calendars in general. To date, there is little thorough research on the analysis of the use of illustration in calendar design. The relevance of the author's illustration in the development of calendars, their classification, the effect of the illustration on the consumer require research.

The first chapter examines the history of calendar creation and the cultural-historical component of calendars. The peculiarities of the structure of calendars of different centuries, the appearance of author's illustration in the design of calendars and its development over the centuries are considered.

Chapter 2 describes the features of calendar development. Types of calendars in graphic design, methods of their printing, varieties of calendar formats, etc. are considered. In clause 2.2. introduced to the history of illustration, considered various styles and some artistic currents that influenced art, the main artists whose work became tangential to the development of illustration. Examples of the influence of illustration on a person's psychological and emotional state have also been created.

Chapter 3 examines illustration as an informative object of design, introduces the development of Ukrainian calendar design, analyzes the design of the world-famous Lavazza brand calendar, examines the use of illustration in calendar design as a way of combating societal stereotypes, and also provides an example of the use of copyright illustrations as the face of the calendar.

Based on the research results, chapter 4 presents the author's development - the "Ukrainian Literature" calendar, whose illustrations were based on fragments from the works of famous Ukrainian writers. In most of the images of the characters, Ukrainian symbols are reproduced: folk clothes, accessories, traditions, characteristic landscapes are depicted, etc.

The structure of the master's thesis consists of an introduction, four chapters, conclusions to chapters, general conclusions and appendices. The amount of work is 62 pages (without appendices), 55 position of link sources.

Зміст

| | |
|---|-----------|
| Вступ..... | 6 |
| РОЗДІЛ 1. ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ КАЛЕНДАРІВ: ВІД ГРАВІЮР ДО ТРИВИМІРНИХ ЗОБРАЖЕНЬ..... | 8 |
| 1.1. Історія створення календарів..... | 8 |
| 1.2. Культурно-історична складова календарів | 10 |
| 1.3. Поява авторської ілюстрації в дизайні календарів..... | 12 |
| 1.4. Трансформація ілюстрації у контексті розвитку цифрових технологій.... | 16 |
| Висновки до розділу 1 | 18 |
| РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ КАЛЕНДАРІВ..... | 19 |
| 2.1. Види календарів в графічному дизайні..... | 19 |
| 2.2. Історія ілюстрації..... | 21 |
| 2.3. «Корисний» дизайн: авторська ілюстрація як спосіб впливу на емоційний та психологічний стан користувача (на прикладі календарів Північної та Південної Кореї)..... | 32 |
| Висновки до розділу 2..... | 35 |
| РОЗДІЛ 3. ІЛЮСТРАЦІЯ ЯК ІНФОРМАТИВНЕ ДЖЕРЕЛО В ДИЗАЙНІ КАЛЕНДАРІВ..... | 37 |
| 3.1. Розгляд українського дизайну календарів..... | 37 |
| 3.2. Аналіз всесвітньо відомого дизайну календарів (на прикладі календарів бренду «Lavazza»)..... | 41 |
| 3.3. Авторська ілюстрація як спосіб боротьби зі стереотипами суспільства (на прикладі ілюстрацій Дуейна Брайерса до календаря Brown & Bigelow)..... | 44 |
| 3.4. Авторська ілюстрація як обличчя календаря (на прикладі ілюстрацій Хеддона Сандблома для календаря «Coca-Cola»)..... | 47 |
| Висновки до розділу 3..... | 50 |
| РОЗДІЛ 4. ДИЗАЙН-ПРОЄКТНА РОЗРОБКА НАСТІННОГО КАЛЕНДАРЯ «УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА»..... | 51 |
| 4.1. Складові частини об'єкту проектування..... | 51 |
| 4.2. Основні принципи формування проекту розробки..... | 51 |
| 4.3. Образно-художнє вирішення роботи..... | 52 |
| 4.4. Матеріали та техніка виконання..... | 53 |
| Висновки до розділу 4..... | 54 |
| ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ..... | 56 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 58 |
| ДОДАТКИ | 63 |

| | |
|--|-----------|
| ДОДАТОК А. Альбом ілюстрацій..... | 64 |
| ДОДАТОК Б. Схеми і таблиці..... | 91 |
| ДОДАТОК В. Дизайн-проектна розробка настінного календаря «Українська література»..... | 92 |

ВСТУП

Актуальність проблеми. На сьогодні календар виступає одним з найвагомих об'єктів поліграфічної продукції. Виконуючи спочатку лише інформативну функцію, календар, по мірі свого розвитку, розширяв свою варіативність, додаючи все більше опцій. За період своєї еволюції він набував естетичного вигляду, змінював свою структуру, види, розширяв свою інформативність, тощо.

У різні періоди свого розвитку на сторінках календарів відображалися різні історичні події, культурні вірування різних народів, релігійні вподобання багатьох країн, політичні та соціальні проблеми людства. Ілюстрації календарів виступали рекламою різних брендів, знайомили користувачів з традиціями національних меншин та просто ділилися розважальним контентом.

З приходом цифрової ери дизайн календарів, як і всі інші види поліграфічної продукції, зазнав значних змін. Новий період спричинив появу нової ілюстрації та нових способів її відтворення. З'явилися нові графічні програми (такі як Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, CorelDRAW, тощо), завдяки яким тепер можна було створювати новий вид зображення, не прибігаючи до застосування традиційних графічних технік та без обов'язкового вміння малювати вручну. Це, з одного боку, сприяло збільшенню видового різноманіття в календарній графіці, проте з іншого, спричинило часткову втрату унікальності даних розробок через часте застосування одних і тих самих технік, текстур, плагіату чужого стилю, тощо.

Актуальність дослідження інновацій в дизайні календарів є беззаперечною, адже саме вони дозволяють прослідкувати обличчя соціальних переживань, традицій, проблем різних поколінь. Завдяки зображенням, що ставали окрасою календарів різних періодів, можна дослідити тодішню людську свідомість, цінності, релігійні та культурні переконання наших попередників. Дослідження ілюстрації в календарі дозволяє також розширити знання про розвиток мистецтва: як українського, так і світового.

Календарний дизайн виступає вагомим аналітичним джерелом. Розгляд застосованих в ньому ілюстрацій дозволяє з'ясувати, як політична ідеологія впливала на зміст зображуваного. Зокрема, як сильно відрізняються українські календарі, розроблені в Україні під впливом політики СРСР від тих, що були видані діаспорою за кордоном і не обмежувалися в контенті.

Усі перелічені вище проблеми вказують на актуальність обраної тематики та на необхідність дослідження факторів розвитку календарної ілюстрації, її видових, стильових та концептуальних змін.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є дослідження особливостей розвитку дизайну календарів.

Завдання роботи:

- 1) проаналізувати історію розвитку календарів;
- 2) визначити вплив технологій на еволюцію ілюстрації в цілому;
- 3) дослідити історію ілюстрації;
- 4) розглянути ілюстрацію як предмет політичної та ідеологічної пропаганди в календарі;
- 5) дослідити принципи створення успішного авторського календаря.

Об'єктом дослідження є календарі та їх ілюстрації.

Предметом дослідження - є особливість та важливість застосування ілюстрації в авторських календарях.

Наукова новизна полягає в тому, що:

- *розглянуто*: вплив культури та релігійних вірувань різних націй на зовнішній вигляд календарів;
- *визначено* вплив ідеологічних уявлень певних країн на дизайн календарів, проаналізовано історію графічної еволюції календарів та їхнє призначення;
- *з'ясовано*: умови розвитку українського календаря на Батьківщині та за кордоном, а також – основні напрямки ілюстрації, застосовані в дизайні українських календарів.

Практичне значення роботи. Результати роботи можуть бути використані: 1) в науково-теоретичних дослідженнях; 2) в навчально-методичній роботі; 3) при практичній роботі дизайнерів, що передбачає розробку нового дизайну календарів.

Апробація: було представлено науковий матеріал (тези), пов'язаний із темою дослідження [40].

РОЗДІЛ 1. ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ КАЛЕНДАРІВ: ВІД ГРАВІЮР ДО ТРИВИМІРНИХ ЗОБРАЖЕНЬ

1.1. Історія створення календарів

Сучасне слово «календар» походить від латинського «caleo» (проголошувати) і «calendarium» (боргова книжка). Спочатку цей термін використовували до боргових книжок, які використовувалися людьми для запису відсотків боргу своїх боржників. Процедура такого запису проходила щомісячно в один і той самий день, який називали «календ».

До того, як люди прийняли сьогоднішній григоріанський календар, люди використовували старий юліанський, названий в честь Юлія Цезаря. Як виявилось, він був доволі близьким до реальної тривалості року, проте треба визнати, що юліанський календар не був настільки точним, щоб не призвести до відхилення від часового періоду в майбутньому. Це стало причиною часової неточності, яка охопила доволі тривалий проміжок: до створення Григоріанського календаря монахи були єдиними, в кого був вільний час для наукових досліджень і їм не рекомендувалося думати про «мирський» час, без якоїсь вагової причини, а ваговою причиною тоді могло бути тільки визначення святкування релігійних свят (як от Паски). В Середньовіччі дослідження мір часу спочатку розглядалося як некоректне втручання в справи Господа, а пізніше вважалося безпідставним, механічним дослідженням, не вартим великих роздумів.

Як результат – тільки в 1582 році, коли календар Цезаря відхилився від норми аж на 10 днів, папа Григорій XIII остаточно реформував юліанський календар. За іронією долі, в той період, коли католицька церква «зігнулась» від важких наукових дум, що вказували на помилку, вона втратила довіру з боку багатьох вірян. Автори протестантських трактатів дуже різко відреагували на появу календаря Григорія, назвавши його «Римським антихристом» і заявивши, що він створений для того, щоб відвернути справжніх вірян від поклоніння Господу в правильні дні. «Новий» календар, яким ми зараз користуємось, викликав неоднозначну реакцію в Європі аж до XVIII ст.

Сучасний календар пройшов тернистий шлях, аби виглядати так, як він виглядає сьогодні. Історичні зміни, пов'язані з календарем примушували людей ставити багато питань щодо того, як календар виглядав колись і які стереотипи з ним пов'язані. Наприклад, чи завжди календар починав відлік з першого січня? Відомо, що коли Юлій Цезар представив свій календар в 45

р. до н.е., він зробив 1 січня початком року, це була дата, коли збільшувалося Сонячне число і так зване Золоте число. Проте церкві не подобалися шумні вечірки, які проводилися в честь Нового року, тому в 567 р. н. е. комітет Тура проголосив, що починати рік з 1 січня було помилкою, яку слід викоринити.

В Середньовіччі використовувалися різні дати Нового року. Якщо древній документ відноситься до року X , то це може означати будь-який з 7 різних періодів в нашій сьгоднішній системі:

з 1 березня X по 28/29 лютого $X+1$

з 1 січня X по 31 грудня X

з 1 січня $X-1$ по 31 грудня $X-1$

з 25 березня $X-1$ по 24 березня X

з 25 березня X по 24 березня $X+1$

з суботи перед Паскою X по П'ятницю перед Паскою $X+1$

з 25 грудня $X-1$ по 24 грудня X

Обрати правильний варіант числа року складно, адже різні країни використовують різні системи для релігійних і громадських потреб.

Візантійська імперія використовувала рік, починаючи з 1 вересня, проте вони не рахували роки з моменту народження Христа, а будували відлік часу від моменту створення світу, яке вони датували як 1 вересня 5509 року до н.е.

Людський «протест» щодо першого січня тривав приблизно до 1600 року після цього більшість країн почали використовувати 1 січня знову як перший день року. Проте Британія та Італія все ще не вважали 1 січня початковою датою в році, це змінилося лише в 1750 році.

В Англії (без Шотландії) використовувались три різні роки:

Історичний рік, що починався від 1 січня; літургичний рік, що починався з першого воскресіння Адвента; громадянський рік який мав різні періоди:

з 7 по 12 століття починався з 25 грудня, з 12 ст. до 1751 року починався з 25 березня, з 1752 г. починався з 1 січня.

Іноді стверджують, що Григоріанський календар вплинув на те, щоб зробити 1 січня знову початком року, проте це міф. Ця здогадка виникла, вірогідно, тому, що 1752 році Англія перенесла початок року на перше січня і перейшла на Григоріанський календар. Проте в більшості країн ці події взагалі не були між собою пов'язані: Шотландія, наприклад, як і Англія, перейшла на Григоріїв календар в 1752 році, проте вони перенесли початок року на 1 січня 1600 року.

Ще однією загадкою календарів є походження назви сучасних місяців: Багато мов, включно з англійською, використовують назви місяців на основі

латиниці (рис. Б.1). Однак деякі мови (наприклад, чеська та польська) використовують абсолютно інші назви. Так само можна сказати і про порядок місяців: наприклад, в перших римлян останні сьогоднішні 4 місяці (з вересня по грудень) займали позицію місяців теперішнього липня, серпня, вересня і жовтня. Давньогрецький історик Плутарх писав в 75 році н.е. про те, як вони перемістилися на дві позиції вище, ніж це можна було передбачити за їхніми іменами.

Суперечливим фактором є також кількість днів у лютому. Оскільки січень і лютий датуються приблизно періодом заснування Риму, вони були додані до календаря, який розділили на 10 місячних періодів, тривалість яких була різною і могла містити від 20 до 35 днів. Зимовий сезон не був включений, тому вважалось, що тривалість цих періодів була призначена для відображення стадій розвитку сільськогосподарських культур і великої рогатої худоби. При введенні календарю давали 29 днів і ставили на початок календарного року. Лютому було дано 23 дні і його ставили в кінець, пізніше впродовж невизначеного періоду після заснування Риму, місяці, як говорять, починали відлік тоді, коли вперше можна було спостерігати новий місяць. Трохи пізніше довжина місяців відділилася від фаз місяця і стала знов фіксованою. В той час початкова тривалість лютого була збільшена до 5 днів, що спричинило нову кількість днів в лютому – 28днів.

Незважаючи на те, що Григоріанським календарем користуються вже не одне століття, деякі сучасники наголошують на його недосконалісті. Наприклад, календар не є багаторічним: кожен рік починається з різних днів і термін придатності календарів втрачається кожного року, неоднакова кількість днів і в місяцях, що примушує декого вдаватися до «ритуальних» заходів, як от рахування днів на кісточках пальців. Ще одним недоліком є те, що чотири квартали року є нерівними: 90/91, 91, 92 і 92 дні відповідно [1]. Рівні ділові квартали дещо полегшили б людям життя, проте людство наскільки звикло до сьогоднішнього календаря, що вже навряд чи його змінить.

1.2. Культурно-історична складова календарів

Календар – надзвичайно давній винахід людства: його історія торкнулася не одного тисячоліття, він був часовказом для сотні поколінь і для різних культур. Проте, якщо для одних народів календар слугував просто часовим орієнтиром, інші країни та культури тісно пов'язували його зі своєю релігією та традиціями (рис. Б.2).

Так, найдревніше вимірювання календарних років було створено цивілізацією майя [2]. Цей народ був експертами в математиці та прикладній

астрономії. Вважається, що свій календар вони створили в 5 ст. до н. е. і він використовувався ацтеками та тольтеками.

Це була система трьох календарів або систем дат: Цолькін (божественний календар), в якому більша половина року (260 днів) пов'язана з успіхом або невдачею. Хааб (громадянський календар), він складався з 360 днів, 18 місяців по 20 днів і на додачу містив ще 5 днів і 52 цикли [2]. Гадають, що таблиця з каменю, яку знайшли в 60-тих роках минулого століття в Табаско, складалася з передбачень про кінець світу 21 грудня 2012 року. Сьогодні ми знаємо, що ця дата просто символізувала закінчення циклу в календарі майя і не сповіщала про безповоротне завершення світу, хоча в минулому десятилітті до цієї новини поставилися доволі серйозно.

Китайський календар теж повен символізму і культурного впливу. Він є прикладом одномісячного календаря з 12-річними циклами: кожен з яких пов'язаний з певними тваринами, з 12 місяцями в кожному році і проміжним місяцем кожні 2-3 роки. Це надзвичайно старий календар. Для прикладу новий рік у 2013 році за цим календарем відзначався в лютому і це був 4711 рік за китайським календарем.

Як відомо, китайський календар кожного року відзначає рік певної тварини: миші, бика, тигра, кролика, дракона, змії, коня, вівці, мавпи, півня, собаки або свині [3]. Проте їхні «правила» дещо різняться зі світовими: китайський Новий рік випадає на період з 21 січня по 21 лютого, залежить це від того, коли випаде новолуння першого місяцевого місяця. Святкування китайського нового року – це 15-тиденна розвага, відома як «Весінній фестиваль», вона вважається одним з найважливіших китайських свят.

Китайському календарю також притаманний символізм природи: кожні два роки відзначаються символізацією одного з 5 елементів: води, вогню, дерева, металу або землі з додаванням інь і янь.

Ісламський календар був заснований на історико-релігійних засадах: він відраховується від хіджри, події, коли пророк Мухамед (з божим благословінням) емігрував з Мекки в Медіну. Це відбулося 16 липня 622 року нашої ери. Місяць в такому календарі починається з першої появи місяцевого серпа після новолуння, а кожен новий день починається з заходом сонця. Оскільки кожен рік ісламського календаря коротший, ніж традиційний григоріанський, місяці змінюються сезонами, і для того, щоб календар здійснив цілий оберт сезонів, необхідно приблизно 33 роки. Зараз 1444 рік хіджри [2].

Останні 1000 років всі основні календарі світу складаються з років, місяців і днів. Ми звикли до цього і навіть не задумуємося над тим, що колись могло бути по-іншому. Проте більшість записаних історичних

календарів містять в собі лише місяць і день. Все це пов'язано з тим, що рік відраховувався від початку правління короля або династії: коли з'являвся новий король або династія, рахунок починався спочатку.

Тільки основні релігії, які існували багато століть могли скласти епохальний календар, який зміг би пережити політичні держави та імперії. Таким чином, всі основні календарі світу сьогодні засновані на релігійній епосі.

Так, християни знають, що їх календар починає свою епоху з народження Ісуса Христа, мусульмани – з «переселення» Мухамеда в Медину, будисти починають відлік від просвітлення Садхартхи під деревом Бодхі, тощо [4].

Проте більшості євреям було би складно пояснити, що стало причиною появи календаря 5 784 роки тому. За аналогією з найвідомішими світовими календарями можна було би очікувати, що єврейський календар почався через народження пророка Авраама або Сари (перших євреїв), виходу з Єгипту (знакова подія в історії єврейського народу), або від дарування божественних скрижалів на горі Сінай (просвітлення єврейського народу).

Проте євреї другого століття вирішили почати календар з Адама і Єви, тобто з початку людської письмової історії та цивілізації.

Почавши єврейський календар з історичного переходу, який в кінцевому результаті матиме великий вплив на все людське суспільство, євреї 2-го століття, які склали сьогоденний єврейський календар, слідували за зразком Тори: яка починається не з іудаїзму, а з міської цивілізації і записаної історії.

Всі історичні дати, що стосуються письмових джерел, відповідають єврейському календареві. Найбільш ранні записи починаються від Месопотамського міста Урук і датуються приблизно 5 500 років тому, тобто третім століттям єврейського календаря. За цим календарем перша династія Єгипту виникла в VII ст. , а перша піраміда – в X ст. Знаменитий цар Саргон жив аж в XIVст. відповідно до єврейського календаря, а пророк Авраам – в XXI столітті [4].

Релігійний аспект мав величезний вплив на формування календарів у багатьох країн світу. Через відмінні вірування кожен з перелічених календарів наділявся своїм власним символізмом, відображаючи інтереси та переконання того чи іншого народу або цивілізації.

1.3. Поява авторської ілюстрації в дизайні календарів

Календар від початку свого заснування виконував лише інформативну функцію: люди не надто переймалися його зовнішнім виглядом, адже для

початку треба було врахувати всілякі рівнодення та молоді місяці, щоб він не відставав від реального часу. Проте, незважаючи на те, що зовнішня складова календаря виступала на другий план, людство все одно прагнуло надати даному типу графічної продукції естетичності.

Перші відомі календарі мають вигляд древньої інфографіки: наприклад, один з перших Єгипетських календарів (близько 2 500 тис. р. до н.е.) був зроблений на кам'яній табличці і містив єгипетські ієрогліфи (рис. А.1). Календар був виготовлений виключно для поінформування, тому про якість оздоблення говорити не варто. Однак, через особливість єгипетського письма тодішній вимірювач часу все одно має дещо асиметричний вигляд.

Перший римський календар був введений в 738 р. до н.е. царем Ромулом [5]. Ми не знаємо напевно, який був його зовнішній вигляд, проте можемо припустити, що він виглядав схоже до репродукції розписного настінного календаря пізньоримської республіки *Fasti Antiatres Maiores*. Репродукція складається зі звичайних надписів і їй також притаманна лише інформативна функція (рис. А.2).

Одним з перших календарів, яку мають ілюстративну цінність для світу є календар Майя. Незважаючи на те, що він був створений приблизно в 1 тис. до н. е., його можна вважати витвором мистецтва. Система письма Майя містить ієрогліфи, комбінації символів і гліфи (рис. А.3), проте їхній зовнішній вигляд значно відрізняється від китайських знаків письма чи то від єгипетських: вони наділені формою і разом складають неймовірну симетричну композицію.

Проте продуманість календаря стосується не тільки зовнішньої частини: сама система літочислення, яку вигадали Майя вважається однією з найважливіших. Згідно з нею, дні могли бути щасливими та нещасливими, або могли наділятися іншими особливостями. Такий устрій допомагав цивілізації визначити «щасливі дні» для початку війни та інших державних дій. Хоча Майя володіли астрономічними знаннями в достатній мірі, їхній календар не сильно на них базувався. Тим не менш, особливості взаємодії планет вважалися важливими. Наприклад, у цивілізації була традиція брати в полон одного з ворогів, зберігати йому життя на 12 років, а потім – приносити в жертву під час нижнього з'єднання Венери [6].

У 45 р. до н. е. з'являється знаковий календар в історії людства: юліанський. Достеменно невідомо, як він виглядав, однак можна припустити, що він також носив лише інформативний характер і був представлений у вигляді кругової діаграми: до 1600-років було популярно робити календарі у такому вигляді, адже це був кращий спосіб відтворення

циклів [7]. Тодішні календарі були задумані як вічне приладдя, а не планери, що показують період одного року (рис. А.4).

Формування календаря у вигляді кругової діаграми аж до кінця 15 ст. може пояснити, чому ранні вказівники часу не містили ілюстрацій: кругова діаграма містила структуровану інформацію, яка рівномірно розподілялась по частинах календаря, тому основним завданням було розміщення інформації на таких календарях (рис. А.5).

Головний рух в дизайні календарів відбувся в кінці 15 століття, саме тоді на зміну круговій формі календарів прийшли таблиці. Це відбулося не тільки через заміну календаря на Григоріанський в 1582-му, а й через винайдення друкарської машини Йоганнесом Гутенбергом.

У 1476 році, була винайдена техніка, при якій зображення «врізалось» в поверхню, що дозволяло тепер друкувати книжкову ілюстрацію. Це спричинило масові появи календарів з ілюстраціями (календар «Пастуший альманах», що видавався з 1492 до 1660 року і був вкрай популярним через тематику, містив календар, дерево пороків і дерево чеснот, медичні матеріали, тощо. Вже тоді людство створювало ілюстрації до календарів, які уособлювали тодішні вірування, знання, досягнення медицини, тощо. Так, на виданнях «Пастуший альманах» XV ст. можна побачити зображення богів та їх символіку, а в XVI ст. – продемонстровані правила правильного кровопускання. Зображення були доволі схематичними (у XV ст. – чорно-білі гравюри, у XVI ст. – гравюри з простим кольоровим вирішенням).

У XVII ст. в ілюстрації календарів все ще переважала гравюра, проте тепер вона набула майстерності і розширила свою тематику (почали зображувати пейзажі, тодішні розваги, тощо). XVIII ст. – епоха змін для оформлення календаря: останні починають виготовляти з різних матеріалів (дерево, мідь) та надавати їм різного виду (календарі у вигляді годинників, тощо). Обираються найрізноманітніші теми: так, у «Newgate Calendar» є сторінка, на якій зображений Джон Драматті, що вбиває свою жінку (рис. А.6).

Проте справжньою революційною сторінкою для календаря є кінець 19 століття: це був період, коли календарі стали популярним засобом розповсюдження особливостей певного бренду в будинках людей. Готелі, банки, великі та малі бренди почали пропонувати безкоштовні календарі, аби підвищити популярність свого продукту. Серед них Youth's Companion – популярний розважальний журнал 19 століття, відомий своїми вінтажними календарями. Оскільки перші випуски Companion будувалися на релігійних ідеях, аби «заохочувати молодь до чесноти і благочестя та застерігати від способів переступання через нього...» [8], на календарях, які

його рекламували, можна побачити ілюстрації «зразкових» вчинків: хлопчика, що збирає яблука, дівчинки з мамою, що годує птахів та молодь, що працює. Кожна ілюстрація супроводжується римованою фразою відповідно до цілей журналу: благородства, милосердя та гідності (рис. А.7).

В 19-20 столітті тематика та застосування календарної ілюстрації різко розширилися: на календарях почали з'являтися відомі письменники (рис. А.8), ними почали привертати увагу до знаменних подій (випуск календаря в 1939 році в честь святкування сторіччя бейсболу) (рис. А.9) та до своїх товарів: після промислової революції паперові календарі почали використовувати для реклами нових підприємств. Соса-Сола була одним із піонерів товарів на замовлення, і сьогодні їхні оригінальні календарі оцінюються в 18 500 доларів США.

На початку 20 ст. календарі розширили свою тематику: тепер вони не просто зображували якийсь бізнес-продукт: вони стали набувати масового використання. Так, в 1910-х календарні зображення дібралися до побутових речей. Наприклад, існує безліч варіантів оздоблення тарілок календарними ілюстраціями на різноманітну тематику (рис. А.10).

Розширилася і стилізація календарів: на початку 20-х можна побачити численні ілюстрації в стилі арт-деко, який був тоді надзвичайно популярним, а в 40-ві – перші ілюстрації напівоголених красунь в стилі пін-ап. (рис. А.11).

У 60-х ілюстрації календарів були переповненими від дівчат в стилі ню. Календар слідував тодішнім тенденціям, тому прихід сексуальної революції [9] не міг не відобразитися на змісті ілюстрацій. У 60-тих роках прослідковується тенденція поміщати на календарі фото, а не намальовані ілюстрації, хоча роботи художників також не втрачають своєї актуальності.

1970-ті – десятиліття, коли наносити календарну ілюстрацію на різноманітні речі стає дуже популярним явищем. Наприклад, у 70-ті були масово популярні календарі на кухонних рушниках. Ілюстрації були найрізноманітнішими, проте, в основному склалися з пейзажів, зображень кухонного приладдя, різної їжі, тощо. Серед оригінальних календарів того часу можна виокремити об'ємні настінні календарі, присвячені певній тематиці, як-от знакам зодіаку (рис. А.12).

Починаючи з кінця 80-х варіативність ілюстрації масово збільшилась, адже наступила цифрова ера. З появою графічних додатків різноманітність ілюстрації надзвичайно зросла. Через сучасні можливості цифрових додатків художник може відтворити фактично будь-який художній ефект, який колись

доводилося малювати лише вручну. Незважаючи на масову популярність цифрового мистецтва, традиційні художні техніки оминули забуття: безліч ілюстраторів продовжують малювати виключно вручну, а деякі поєднують і те, і інше.

1.4. Трансформація ілюстрації у контексті розвитку цифрових технологій

Мистецька історія демонструє, що художники були в постійному пошуку відтворення своїх відчуттів та способів вираження своїх художніх поглядів. Це доводить поява на початку 20 століття різних авангардних течій, які стали викликом для традиційних мистецьких проявів. Художники, що вийшли з цих революційних напрямків, зуміли застосувати новітні для світу мистецтва матеріали: книги, одяг, речі з домашнього побуту як художні предмети, продемонструвавши, що справжній митець не обмежується нічим при створенні своєї творчості. Саме звідси бере початок мистецтво змішаної техніки, яка почала новий важливий період в творчій історії.

Технології продовжували розвиватися разом з новітніми художніми концепціями і змінили методи розробки та поширення мистецтва, дозволивши художникам розповсюджувати свою творчість новій аудиторії, яка сприймала мистецтво поза рамками традиційних технік [10].

Сьогодні багато ілюстраторів та дизайнерів застосовують технологічні інновації не лише як допоміжний засіб при творчому процесі: багато художників користуються ними як предметом мистецтва, що дозволяє їм створювати захопливі проекти, які представляють нове поєднання медіа-мистецтва та інсталяції.

Ідея змішування візуального мистецтва та технологій зародилася в 60-тих роках. Перша спроба такого поєднання була в 1967 році [10]. Тоді група нью-йоркських художників, серед яких були Джон Кейдж, Роберт Раушенберг, Івон Райнер та ін. об'єднала свої зусилля з інженерами та вченими для створення Bell Laboratories. Такі перші інсталяції та перформанси, що поділяли думку застосування технологій в розробці мистецтва стали відправною точкою в розвитку цифрової творчості.

Одним з найвпливовіших художників, які застосовували сучасні технології (такі як відео, кіно, трафаретний друк) в створенні своїх робіт був Енді Уорхол. Це дозволило йому привернути увагу сучасників до свого мистецтва та зробити його більш доступним. Проте мало кому відомо, що митець був одним із перших, хто почав користуватися перевагами цифрового мистецтва: він створив малюнки на комп'ютері Amiga для реклами

комп'ютерної системи та її програмного забезпечення в якості посла бренду комп'ютерної компанії Commodore International. Ця подія відбулася в 1985 році, проте цифрова революція Енді Уорхола була втрачена і забута аж до 2014 року, саме тоді його роботу знайшов Корі Аркангел – мультимедійний художник з Нью-Йорка, що був великим прихильником творчості митця. З 2017 року по листопад 2019 в музеї Уорхола виставляли ці історично важливі приклади новітнього цифрового мистецтва з використанням оригінального носія - вінтажного Amiga [10].

У 90-роках у людства з'явився інтернет, що стало причиною початку технологічної революції. Незабаром світ усвідомив масштабність та впливовість віртуального світу і на сцені цифрового мистецтва почався бум.

Інтернет став допоміжним засобом для художників в поширенні свого мистецтва та дозволив йому бути більш помітним для світової аудиторії.

Нове тисячоліття представило велику кількість цифрових художників, які використовують новітні технології задля створення надзвичайних інсталяцій та перформансів. Наприклад, знаковою подією для цифрового мистецтва була виставка під назвою «Цифрова революція». Вона об'єднала різноманітні форми цифрових творінь і зібрала всі ці художні витвори в мистецькій галереї, розкриваючи складний зв'язок між ними. Ціль виставки була в тому, аби відсвяткувати «перевтілення мистецтва за допомогою технологій», зібравши найбільш знакових авторів цифрового мистецтва різних жанрів в одній художній залі. Відвідувачі могли побачити роботи та інсталяції Бьорк, Кріса Мілка, Аарона Кобліна, Рафаеля Лозано-Хемера та багатьох інших.

Стрімкий розвиток цифрового мистецтва почався зі створення цифрових програмних рішень, таких, як Adobe, що почала своє існування ще в 1982 році [10]. Спочатку компанія створила дуже прості програмні інструменти, такі як Adobe Illustrator – програму, яка сьогодні є надзвичайно популярною серед прихильників цифрового мистецтва. Сьогодні Adobe вважається передовим в цій галузі, адже саме ця компанія встановлює стандарти не тільки в редагуванні графіки, а й у всьому цифровому мистецтві як сфері.

У 90-х швидкість змін у цій галузі значно зросла, тому користувачам було необхідно прискорювати своє оволодіння знаннями. З іншого боку, вибір всіх інструментів та можливостей цифрового мистецтва значно збільшився.

На даний час у художників є величезні можливості в цифровій сфері: вони можуть створювати свій стиль, відтворювати будь-які мистецькі цілі, «симулювати» будь-яку техніку традиційного мистецтва. Окрім стандартних Adobe Illustrator, Photoshop та інших інструментів цифрового мистецтва,

сьогодні можна користуватися плагінами та фільтрами, які можуть підкреслити та поліпшити цифрову творчість ілюстратора.

Від AI (штучного інтелекту), VR (віртуальної реальності) та AR (доповнюючої реальності) до цифрового дизайну і 3D-принтерів, технології змінили сучасне мистецтво та арт-ринок в багатьох аспектах, змінивши те, як мистецтво створюється та використовується. Окрім того, що технології дозволяють художнику універсально виражати свої мистецькі прояви, вони допомагають художникам отримати необхідну видимість та експозицію для своїх витворів мистецтва. Велика кількість художніх платформ допомагають поширювати своє мистецтво та дізнаватися про технічні нововведення в мистецькому суспільстві.

Висновки до розділу 1

У розділі 1 досліджено історію створення календарів, розглянуто основні історичні та культурні аспекти, що мали вплив на зовнішню складову календарів. Доведено, що більшість календарів різних культур та народів виникли з традиційних або релігійних міркувань:

1) ісламський календар – відлік ведеться від хіджри: події, коли пророк Мухамед емігрував з Мекки в Медіну;

2) християнський – літочислення починається від народження Ісуса Христа;

3) єврейський календар – бере початок від періоду існування Адама і Єви – початку історії людства за біблійними переказами;

4) будистський – початок відліку від просвітлення Садхартхи під деревом Бодхі.

Досліджено розвиток ілюстрацій в дизайні календарів, зовнішній вигляд даного виду поліграфічної продукції в різні періоди людства, досліджено вплив еволюції технологій та друку на зовнішній вигляд календарів (розширення художніх технік, зріст варіативності матеріалів). Розкрито також вплив вірувань та наукових досягнень людства у різні періоди на дизайн календарів – зображення богів та їхньої символіки на сторінках, правил кровопускання, тощо.

Проаналізовано основні переваги застосування сучасних технологій при розробці календарів (легка передача інформації, доступність мистецтва для звичайних глядачів).

Розглянуто застосування технологічних інновацій не лише як допоміжного засобу при творчому процесі, а й як предмету мистецтва, що дозволяє створювати захопливі проекти, які представляють нове поєднання медіа-мистецтва та інсталяції.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ КАЛЕНДАРІВ

2.1. Види календарів в графічному дизайні

Сьогодні календарі мають безліч різновидів і форматів, де тільки не розміщували календар: на сміттєвих пакетах, сірниках і навіть - на качалці для тіста (рис. А.13)!

Однак, не качалкою єдиною: є і більш стандартні види календарів (рис. Б.3), з якими користувачі знайомі значно краще.

Почнемо з різних форматів календарів. Настінні, наприклад, бувають чотирьох видів: листкові, відривні, перекидні і квартальні. Як правило такі календарі друкуються від А4 до А1 форматів, адже застосування меншого формату може бути непрактичним: через велику відстань втрачається читабельність календаря. В якості основи таких календарів може використовуватися як папір, так і інші матеріали, а щільність паперу зазвичай становить 200-300 гр/м² [39].

Сама назва настільного календаря говорить про його місце призначення. Такі календарі розміщують зазвичай на робочих столах для максимальної інформативності. Усі настільні календарі мають невеликий формат задля практичності. Настільні календарі бувають двох видів: у формі будинку або піраміди і звичайні перекидні. «Будинок» може містити блок з шести або дванадцяти листів. В якості кріплення зазвичай використовується пружина.

Настільні «піраміди» мають три бокові сторони і одну основу. В перекидних моделях зазвичай знаходиться логотип і назва компанії (бренду), координати, а також – послуги, які надає компанія. Найпрактичніший формат для даного виду календаря – А5, а щільність паперу 200-300 гр/м² [39].

Раніше кишенькові календарі виготовляли, в основному, розміром 70x100 мм, проте сьогодні зустрічаються і інші формати. Іноді така продукція виготовляється з пластику (86x54 мм), проте стандартний варіант – крейдований або некрейдований картон щільністю 280–300 г/м².

При друці кишенькових календарів часто проводяться постдрукові роботи. Наприклад, для того, щоб зробити календар більш зручним і довговічним, використовують круглу вирубку кутів і ламінування. На кишенькових календарях ілюстрацію і місяці розміщують окремо: хронологія року зазвичай розміщується з задньої сторони, а малюнок – спереду. Це пов'язано з маленьким форматом такого календаря. Проте в цьому є і переваги: це один з найпрактичніших форматів.

Оригінальні календарі – це вид продукції, яка зазвичай розробляється в єдиному екземплярі, або ж в кількох екземплярах, проте це ніяк не стосується

масового тиражування. Часто такі предмети дизайну розробляються у вигляді фігур. Оригінальні календарі – це індивідуальний проект певного дизайнера: розробник створює незвичний макет відповідно до побажань замовника. Така продукція має найбільшу претензію на унікальність, адже у неї немає відповідників.

Календарі-плакати – вид поліграфічної продукції, який відповідає опису «дешево та сердито»: вони містять одну ілюстрацію, на якій розміщуються дванадцять місяців та ще й виступають окрасою для інтер'єру: майже всю сторінку такого календаря займає зображення і лише $\frac{1}{4}$ частина – сітка [11]. Календар-плакат вважається одним з найпопулярніших форматів, адже вирішує багато проблем користувача одразу: при великому форматі він не є вимагає великих затрат, а ще він ідеально підійде тим, хто не любить перегортати сторінки: такий собі «рай для лінивих» в домашніх умовах. Для друку таких календарів зазвичай використовують крейдований папір щільністю 150–170 г/м².

Відривні календарі були шалено популярними в 90-х та 2000-х роках. Вони відрізняються тематичністю та інформативністю: залежно від тематики вони можуть ділитися відомостями про прикмети природи, знаннями про світові події, дослідженнями про тварин, тощо. Види відривних календарів відрізняються один від одного розмірами. Такий тип зазвичай складається з 365 або більше листів.

Книги-календарі – не новий, проте все ще актуальний різновид «вимірювачів» часу. Частіше всього такі календарі мають товсту палітурку і тонкі листки всередині книги щільністю 60–80 г/м². Зазвичай книги-календарі спрямовані на якусь одну тематику, наприклад, релігійні розповідають про церковні свята, час звершення богослужінь та особливості посту (рис. А.14). Тематика таких календарів не має обмежень: він може бути інформативним джерелом для тих, хто любить гороскоп, цікавиться риболовлею, тощо.

Окрім видового різноманіття календарі можуть по-різному відтворюватися. Загалом, є два основні способи друку календарів. Перший з них – офсетний друк, що дозволяє випускати масове тиражування продукції. Такий спосіб дозволяє контролювати якість усіх календарних одиниць, а також – суттєво знижує собівартість календаря. Офсетний друк варто застосовувати при друці від 500 копій.

Цифровий календар дозволяє отримати надзвичайну деталізацію зображення. Він дає змогу відтворювати зображення як на крейдованому, так і на звичайному папері. Цифровий метод є актуальним для малотиражованої продукції: спосіб такого друку дозволяє отримати готову продукцію набагато

швидше, ніж при застосуванні офсетного. Часто календарі проходять додаткову обробку, наприклад, ламінування, перфорування, тиснення, бігування, тощо.

2.2. Історія ілюстрації

Ілюстрація давно стала невід'ємною частиною поліграфічної продукції: вона прикрашає книги, чатує на нас з модних журналів, розповідає історії і дозволяє стежити за героями коміксів. Сьогодні дуже важко уявити друкований продукт без ілюстрацій, особливо коли мова йде про дитячі книги. Однак ілюстрації пройшли величезний шлях, перш ніж набути сучасної варіативності (рис. Б.4).

Ілюстрацією вважають рисунок, живопис, друкований витвір мистецтва, який пояснює, освітлює, візуально представляє або просто слугує прикрасою письмовому тексту. Історично книжкова ілюстрація та ілюстрації журналів/газет переважали серед візуального мистецтва, однак ілюстратори застосовували візуальний супровід і в плакатах, коміксах, анімації, вітальних листівках, карикатурі, тощо. Більшість ілюстративних зображень виконувалися пером і чорнилом, вугіллям та металеву точкою, після чого їх відтворювали різними способами, включно з різьбою по дереву, гравіюванням, літографією, технікою відбивання та фотографією. Сьогодні можна виділити п'ять основних видів ілюстрації: інформаційна (освітня) графіка, література, ігрова, засоби масової інформації (журнали, газети, будь-які періодичні видання) і комерційна діяльність (рекламні плакати, упаковка продуктів, тощо) [12]. Багато ілюстрацій сьогодні створюються з використанням програмного забезпечення комп'ютерної графіки, таких програм, як Adobe Illustrator, Photoshop, CorelDRAW, однак традиційні техніки також не втрачають популярності. Серед найпопулярніших технік – акварель, пастель, темпера, різьба по дереву, застосування різних чорнил, туш, тощо.

Батьківство ілюстрації приписують палеолітичним художникам: ще в 30 000 р. до н. е. були зроблені наскальні малюнки в печерах Альтаміри та Ласко. Тоді митці доісторичної епохи використовували вугілля та охру, аби зобразити те що вони бачили навкруги (30000-10000 до н.е). Ці примітивні, але чіткі і змістовні лінійні картинки дійшли до нашого часу через віддалене існування тодішніх людей. Більшості іншим, які були створені в період античності та Середньовіччя (з 30 000 до н.е. - до 800 н.е.) пощастило менше і вони були зруйновані. Виключенням слугують єгипетські зображення,

знайдені в гробницях фараонів, які ілюструють легенди про потойбічне життя [12].

Наступним важливим кроком в розвитку ілюстрації стало раннє християнське мистецтво. Древні віряни ілюстрували релігійний текст: ці манускрипти, створені в ірландських, британських і континентальних монастирях наносилися на шкіру тварин, а потім ними прикрашали релігійні книги. Серед найвідоміших ілюстрацій того часу були Cathach St. Columba (початок 7-го століття), Book of Durrow (670 р. н.е.), Lindisfarne Gospels (700 р.), Echternach Gospels (700р.) та Lichfield Gospels (730 р.) [12]. Під впливом текстів східного християнського світу, включно з візантійською та коптською церквами, ранні ірландські та англосаксонські ілюстратори створювали «килимові» сторінки та інші декоративні орнаменти, які уособлювали основу раннього християнського мистецтва.

Продовженням розвитку книжкової релігійної ілюстрації є Каролінгські книжкові зображення [13]. Карл I, король франків, а пізніше – імператор Риму, був заядлим прихильником релігійних рукописів, книги, які він спонсорував, оздоблювалися художниками-монахами при дворі в Ахені, писалися золотими та срібними чорнилами на прикрашеному листі, аби підкреслити зв'язок короля з древньою імперією. Серед інших шедеврів Каролінгського мистецтва Годескальський перикоп (781-783р), Абревільське євангеліє, Коронаційне євангеліє, тощо (рис. А.15).

Після смерті Карла Великого минуло більше, ніж 100 років, перш ніж Отто Великий продовжив традицію книжкової графіки. Проте значно більшого впливу ілюстрація зазнала під час правління його онука – Отто III, який проявляв величезну цікавість до Середньовічного мистецтва. Він не мав художників при дворі, а замовляв рукописи в великих монастирях, таких як Трір [12]. До шедеврів оттонського мистецтва відносяться такі книги як екземпляр Боеція з арифметики, великий Бамбергський Апокаліпсис, ілюстровані примітки до Ісаї, тощо.

Книжкова ілюстрація за часів Отто наближує нас до середньовічних рукописів, які складаються з трьох основних напрямків: романського, готичного та придворного міжнародного готичного стилю.

Романська книжкова ілюстрація досягла нових вершин у X столітті, коли Вінчестер та Кентербері стали центром створення рукописів. Однією з найвизначніших робіт того часу вважається рукопис Бенедиктійон, що був створений для святого Етельвольда, єпископа Вінчестера (приблизно у 963 році). Авторство рукопису приписують монаху Годеману. Робота містить детально промальовані мініатюри, що зображують фігури та рослинні елементи, прикрашені золотом [14]. До нового тисячоліття всі англійські

монастирі мали доволі великі бібліотеки, в яких зберігалися цінні ілюстровані Біблії та інші євангельські тексти. Окрім цього були видані спеціальні Псалтирі та різні доповнення до Біблії, які містили деталізовані ілюстрації та часто дарувалися єпископам, архієпископам та папам.

Ще одним центром романського мистецтва виступали Рим, Ключі та Зальцбург. Нові релігійні ордени та групи, такі як бенедиктинці з Італії, цистерціанці та картезіанці з Франції мали зобов'язання читати, створювати книги та проявляти цікавість до науки. Хоча до 1200 року більшість населення залишалось малоосвіченим, в Англії та на континенті існувало більше, ніж 2 000 монастирів і всі вони користувалися книгами. Така зацікавленість дозволяла розвиватися великій кількості книжкових ілюстраторів. Ключовими тодішніми мистецькими роботами вважаються: *Vita Mathildis of Donizo* (до 1115 р, бібліотека Ватикану, Рим); псалтир святого Альбана (1120-30pp, Хільдесхайм); Псалтир Генріха де Блуа (1140–1160, Британська бібліотека, Лондон) та ін.

З 1200 р. починається розвиток готичної ілюстрації. Ранні приклади рукописів такого стилю наділені великим натуралізмом. У Франції, наприклад, це можна спостерігати в рукописах, зроблених для французького королівського двору (1230 – 1240pp). Ілюстрації містять сюжети з Біблії, які супроводжуються моральними тлумаченнями. В Англії цей стиль можна побачити в *Amesbury Psalter* (1240 р).

На книжковий готичний живопис великий вплив мала тодішня скульптура. В рукописі з чотирьох Євангелій в каплиці Сент-Капели Людовіка IX (1241-48pp.) можна побачити стиль драпіювання, що містить кутові складки. Готичні ілюстрації також демонстрували більш натуральне відображення світла і тіні. Це було пов'язано з знаменитим паризьким мініатюристом, відомим як Майстер Оноре, який творив впродовж 1288-1300pp. Іншими кращими прикладами готичного живопису є Кодекс Менеса (1310р, Бібліотека Гейдельберзького університету), Псалтир Бонни Люксембурзької (1345-49pp, музей Метрополітен, Нью-Йорк).

Міжнародне готичне мистецтво розвивалося під впливом Королівських дворів тодішньої Європи. Наприклад, у імператора Карла IV, що був одним з найбільших прихильників рукописного живопису. У цей період було створено два важливих релігійних манускрипти: *Міссал* (книга, що містить службу меси) для канцлера Яна Стредського (1360р, Прага, національна музейна бібліотека) та велику біблію для сина Карла Вацлава (1390-ті pp, Вена) (рис. А.16).

Відродження французького живопису відбулося за часів правління короля Людовіка XI (1461-83рр). Про це свідчать ілюстрації в релігійному рукописі *Le Livre du coeur d'Amours Espris* (1465р, Австрійська національна бібліотека, Вена) (рис. А.17).

1450-ті рр. стають революційними для розвитку ілюстрації, адже саме тоді Йоганес Гутенберг зробив інновацію у світі друку – винайшов перший друкований станок. Звівши воедино два процеси, а саме: використання металічних штампів та використання пресування, здатного до копіювання, Гутенберг сприяв масовому розвитку друкованої продукції в епоху Відродження Німеччини, зокрема поширенню творчості Альбрехта Дюрера, велику частину творчості якого становили художні креслення та графіка. Серед його визначних робіт гравюри по дереву для Чотирьох книг про людські пропорції (1528р, Нюрнберг), серія Апокаліпсису (1498р), серія Життя Діви, тощо. Сучасник Дюрера Альбрехт Альтдорфер (1480-1538рр.) є прикладом створення незвичної для того часу творчості в галузі ілюстрованих рукописів, так само, як і Ганс Бальдунг Грін (1484-1545рр.) і Ганс Гольбейн Молодший (1498-1543рр), який так само створив ряд ілюстрацій, включно з *The Sell of Indulgences* (1522-1523рр.) – невеликою гравюрою для лютеранської брошури проти католицької церкви.

До кінця XV ст. Венеція домінувала на видавничому ринку і більшість книг, надрукованих в Європі виходили саме з її видавничих центрів. Одним з найвидатніших венеціанських видавців того часу був Алдус Мануцій, який прославився виданням грецьких творів, відкриттям нових шрифтів, таких як курсив і *Hypnerotomachia Poliphili* [15]. Ще однією новітньою ідеєю Альдуса стало видання інтимної рукописної книги в форматі octavo. Інші видавці скоро підхопили його ідею, що можна побачити з італійського видання *The Golden Ass* пізнього класичного автора Apuleius. Мала ілюстрована розповідь Луція Апулея про молодого юнака, який випадково перетворився в осла є прикладом різновиду ілюстрації, яка з'явилася в Венеції на межі XV та XVI ст. Новизна цих гравюр полягала в заміні чітких контурів на затемнену форму, в якій об'єкти моделювалися з паралельною штриховкою (рис. А.18).

З початком XVIII століття ілюстрація розширює своє поле застосування, адже у друкарській світ приходять газети. Сторінки новин стали чудовою платформою для гравірування та розробки ілюстрацій. Перші газети з'явилися на початку XVIII століття, близько 1710 року з'явилася перша британська газета (*The Times* була заснована в 1785 році Джоном Волтером), в той час як перша французька газета *Journal de Paris* з'явилась приблизно в 1771 році. В XVIII ст. також вийшли в друк журнали з «серйозною» тематикою - *The Tatler* (1709) та *The Spectator* (1711р). Серед тодішніх

відомих ілюстраторів – французькі художники рококо Франсуа Буше (1703-1700), Жан-Оноре Фрагонар, які ілюстрували *Contes La Fontaine*, Орlando Фуріозо Аріосто і Дон Кіхота Сервантеса. В Англії таку позицію займав Вільям Хогарт (1697-1764), який найбільше прославився своїми сатиричними ілюстраціями, зокрема роботою «Модний шлюб» (1743р, Національна галерея Лондона). Серед інших британських ілюстраторів XVIII ст. – Генрі Фузелі (1741-1825), який створив 9 ілюстрацій для Шекспірівської галереї Бойдела та Вільям Блейк (1757-1827pp), популярність якого базується на його 21 мідній ілюстрації, що демонструють сцени із старозавітної книги Іова. Окрім цього він проілюстрував книгу Оригінальні історії з реального життя феміністки Мері Волстонкрафт.

Промисловий розквіт XIX ст. сприяв ще більшому розквіту газетної індустрії. Для прикладу, щоденний тираж *The Times* зріс із 5000 (1815р.) до 50 000 тис. (1850р). Такий розвиток добре вплинув на поширення ілюстрації у маси: почали з'являтися періодичні видання, жіночі щотижневі журнали, релігійні брошури, а також – дитячі щотижневі видання. Наприклад, у 1842 році з'явилася газета *Illustrated London News* – за рік після британського гумористичного журналу *Punch*. В цих періодичних виданнях працювала велика кількість професійних ілюстраторів.

Стрімкого розвитку через розвиток друкарства зазнали не тільки журнали та газети, а й книжкова ілюстрація. На початку століття стали та мідне гравіювання були основними техніками. Головним вікторіанським ілюстратором, який застосовував цей метод був політичний карикатурист та ілюстратор Джордж Крукшенк (1792-1878), який присвятив пластини, зроблені таким способом, Оліверу Твісту (1837), Мікелані Бентлі (1837-1843) та *The Ingoldsby Legends* (1840-1847 pp). Гравіювання зі сталі поступово замінилося дерев'яним, багато гравюр з дерев'яних блоків, починаючи з 1850 року, були надруковані з використанням гальванопокриття [16]. Одними з кращих ілюстрацій того часу є інноваційні ілюстрації Джона Таніеля для легендарної «Аліси в країні чудес» Льюїса Керола (1865). Приблизно з 1890 року дерев'яне гравіювання витіснилося фотомеханічними процесами, завдяки яким витвори мистецтва стали переноситися на друковані пластини за допомогою фотографічних засобів.

Зародження кольорових ілюстрацій відбулося в кінці XVIII століття, вони виконувалися за допомогою техніки акватинту та мецотинту, а впродовж XIX ст. покращили свою якість завдяки «природному» процесу друку Алоїза Ауера (метод *Naturselbstdruck* – «самодрук природи») [17]. Проте вони набули своєї досконалості після застосування літографії, сучасна техніка друку була винайдена Алоїзом Сенефельдером (1771-1834).

Особливості виготовлення не розголошувалися до 1818 року, саме тоді винахідник опублікував повний курс літографії. До кінця 1830-х років літографічний друк (включно з розмальованими та кольоровими об'єктами літографії) зазнав широкого розповсюдження. В Англії цей процес був посилений літографією Чарльза Джозефа Хальманделя. Популярність літографії в книгах зберігалася до кінця XIX століття, аж поки її не було витіснено появою нових фотографічних технік.

Важливими ілюстраторами XIX ст. в Англії були: художник Джон Мартін (1789-1854); його більшість малюнків на тему апокаліпсису були зроблені в вигляді гравюр, оскільки митець зміг на них розбагатіти, легко допустити, що вони користувалися популярністю.

Ще однією визначною фігурою тодішньої мистецької Англії був пейзажист і гравер Семюель Палмер (1805-1881 рр.), який створив серію гравюр, що ілюстрували «пастушу поезію» Вергілія («Еклоги») (рис. А.19). Саме ця збірка віршів зробила 30-річного поета найвидатнішим творцем пера своєї епохи, чого не можна, на жаль, сказати про самого художника: Палмер залишався непоміченим аж до своєї пізньої творчості, коли його пейзажі принесли йому деяку популярність [18].

Серед інших кращих митців - Хаблот Найт Браун (1815-82), що прославився ілюстраціями до багатьох творів Діккенса («Піквіка», «Девіда Копперфільда», «Домбі і сина» та ін). Видатні гравери по дереву – Дж. Далзіл (1815-1902) та Едвард Далзіл (1817-1905), знаменитий карикатурист та ілюстратор Джон Ліч, який створив безліч малюнків, включно з 3 тисячами зображень для журналу «Punch».

В кінці століття зазнали популярності роботи ілюстратора Обрі Берделі. В основному, його малюнки були виконані в ахроматичних кольорах, будучи художнім редактором «Жовтої книги», він, під сильним впливом дерев'яної гравюри та силуету, зумів наблизитися до нового стилю: його гіперболізація форм та звивисті лінії пізніше були визнані уособленням стилю модерн [19]. Після того, як митець пішов з «The Yellow Book», він приєднався до нового журналу «Savoy», який опублікував деякі з його кращих проектів.

У Франції найкращими ілюстраторами XIX ст. були: один з лідерів романтизму Євгеній Делакура (1798-63), який розробив ряд літографічних ілюстрацій для «Фауста» Гете (1828р.) та «Гамлета» Шекспіра (1843р); своїм карикатурним мистецтвом на політичні теми прославився сатирик Онор Мідоур Гоне Дауер, його ілюстрації публікувалися в таких журналах, як «La Caricature» та «La Charivari», окрім політичних малюнків, Онор створив багато літографічних робіт соціального та міфологічного характеру.

Ілюстратор та скульптор Густав Доре відомий світу своїми ілюстраціями до творів літературної класики, такими як «Інферно» (перша частина до відомої «Божественної комедії» Данте) (1861) та «Дон Кіхот» (1862), зокрема його прославили ілюстрації, що зображували лондонську бідність в 1860-х роках.

Мистецька різноманітність Тулуза Лотрека не дозволяє називати його лише ілюстратором, проте саме малювання плакатів розкрило його схильність до такого виду творчості: відчуття монументальності, стилізації, необхідної експресії та чіткість ліній робили з Лотрека людину, створену для малювання плакатів. Його стилістика нагадувала японську графіку «Укійо-е» - виду гравюри і малюнку в Японії. Плакат відповідав його внутрішнім переконанням: писати якомога лаконічніше та нетрадиційно, використовуючи нові композиційні прийоми [20]. На плакатах художника часто зображувалися різні люди. Так, на літографії, яка склала альбом «Elles» («Вони») було зображено повсякденне життя паризької богеми, звичайних куртизанок та утриманок. Альбом був виданий Гюставом Пелле тиражем в 100 екземплярів.

Револьюційними ілюстраціями вважають роботи групи паризьких митців П'єра Боннарда, Поля Серусіара, Поля Рансона, Анрі Ібелса та Моріса Деніса. Саме вони мали величезний вплив на перехід від академічного мистецтва до абстрактного, вплинули на розвиток символізму та інших течій модернізму. Більшість художників навчалися в академії Юліана в Парижі в кінці 1880-х років. Художники спільно захоплювалися Полем Сезаном та Полем Гогеном і прагнули оновити живопис. Вони вірили, що витвір мистецтва – це не відображення природи, а синтез метафор та символів, що їх створює художник [21].

В Америці ХІХ ст. ілюстрація розвивалася під впливом Громадянської війни: велика кількість журналів та газет, що освітлювали військові події потребували фотографій та ілюстрацій. У відповідь американські видання, такі як Leslie's Illustrated News, Harper's Weekly та New York Illustrated News почали інвестувати численні суми в репортерів-художників, наприклад, в Теодора Р. Девіса, Едварда Форбса, Вінслоу Гомера та Альфреда Вауда. Деякі з них продовжили роботу над ілюстраціями для журналу The Century в 1880-х роках.

Незважаючи на швидкий розвиток промисловості в ХІХ столітті, в мистецькому плані Америка все ще була під впливом Британії: саме англійські ілюстратори мали основний вплив на комерційну американську ілюстрацію. Серед наслідуваних художників були: Артур Бойд Хаутон,

Чарльз Кін, Джон Еверетт Мілле, Джордж Джон Пінвелл, Фредерік Сендіс, і Фред Уокер.

В 1880-х роках відбувся виробничий «переворот» у друці, який дозволяв в точності відтворювати малюнок, зроблений чорнилами або тушшю. За цим нововведенням слідувало винайдення гравіювання напівтонів: новий метод переведення тональних картин, що сприяв набагато точнішому відтворенню ілюстрацій. Також популярності набув хромолітографічний друк, що також дозволяв відтворювати більше відтінків та проіснував аж до початку ХХ ст.

До 1900 року в список важливих Американських ілюстраторів потрапили: Вільям Х. Бредлі, що став відомим завдяки своєму дизайну плакатів, Едвард Пенфілд – піонер постерного мистецтва в Америці, Роберт Блюм, А. Б. Фрост, Вільям Глазєнс, Жюль Герін, Артур Келлер, Джордж Лукс, Ерік Пейп та ін.

Поява нового оснащення в Америці сприяла масовому поширенню ілюстрацій, що набували різних стилів та видів. Проте в Європі на початку ХХ ст. художники розвивалися, в основному, в декількох напрямках, наприклад, в плакатах, дитячих книгах, тощо.

Серед найвідоміших тодішніх ілюстраторів дитячих книг були: британці – Волтер Кейн, що пізніше став директором Королівського коледжу мистецтв (1898-1899); Беатріс Поттер, якій належать персонажі Кролик Пітер, Джеремі Фішер, місіс Тіггі-Вінкл та ін; Артур Рекхем (1867-1939), що ілюстрував Казки братів Грімм (1900), «Зігфрід та Сутінки богів» (1911р), тощо [22]; Раймонд Бріггс (1934-2022рр.) – графічний художник та талановитий карикатурист, чиїм найбільшим творінням є ілюстрації до книги «Сніговик» (1978р.) – це історія, що не містить жодного слова та виконана лише кольоровими олівцями (рис. А.20).

Іншими відомими книжковими ілюстраторами ХХ ст. були: чеський художник Франс Купка (1871-1957), що виконав малюнки до *L'Homme et La Terre* (1904-1906) та «Прометея закутого» Есхіла (1905-1909); французький графік Рауль Дюфі (1877-1953рр), який створив ілюстрації до віршів Г.Аполлінера, організовані Даніелем-Генрі Канвайлером; Марк Шагал, що є автором ілюстрацій «Мертвих душ» Гоголя та «Біблії» (1956); художники Асгер Йорн та Карел Аппель, відомі своїми яскравими експериментальними роботами, повними кольору та сміливих ліній.

Європейський розвиток плакатів (1900-20рр.) почався після спадання популярності класичного модерну. Наприклад, в Італії художник Леонетто Капп'елло (1875-1942рр.) першим оцінив важливість миттєвого візуального впливу на глядача. Це дозволило йому отримати звання батька сучасної реклами. Що ж до Німеччини, тут дизайн постерів знаходився під впливом

Людвіга Хольвейна, який виключив усю другорядну графіку. Його сучасник-абстракціоніст Люсьєн Бернхард винайшов німецький «Plakatstil» - стиль плакату, при виконанні якого застосовують чисті лінії, мінімальний натуралізм, плоскі кольори та точну структуру. Прикладом такого стилю є його плакати «Sachplakat» (Предметний постер), які складаються лише з назви та зображення продуктів, що рекламуються [23]. Він також є автором плакатів для реклами взуття «Stiller», сигарет «Manoli», та сірників «Priester».

Після епохи модерну та архітектурного функціоналізму на початку ХХ століття, наступним міжнародним стилем мистецтва стає арт-деко (1920-1940 рр). Цей стиль чудово підкреслював нову технологічну епоху, яка почала розвиватися. Основними ознаками стилю були: точна закономірність, сміливі геометричні лінії, оформлення в напівтонах, уникнення яскравих кольорів, хоча для розробки дизайну в даному стилі застосовувалися детальні орнаменти, дорогі матеріали (такі як срібло, слонова кістка, алюміній, рідкісні породи дерева, тощо.)

Художниками плакатів епохи арт-деко були: Фернан Легер, Амеді Озенфант, Герберт Матерія та француз-українець Адольф Мурон Кассандре (1901-68). Всі вони прославилися виконанням туристичних плакатів.

У 1930-х на початку 1940-х років через політичні зміни у світі мистецтво плакату почало виконувати пропагандистку функцію: про естетику та мистецьку еволюцію довелося забути, адже нацистська влада, ставши головною в Європі, почала використовувати плакатне мистецтво як головну інформативну зброю для своїх антисемітських кампаній: наприклад, художник плакатів Ханс Швейцер тільки з 1924 по 1932рр. створив приблизно 2000 карикатур для німецької пропаганди, а в 1927р. – став співзасновником нацистського журналу «Der Angriff». Незважаючи на тісну співпрацю з антисемітською владою та статус «художника Геббельса», Швейцер, під час періоду денацифікації, не визнавав своєї вини, стверджуючи, що він був «митцем, далеким від політики» і ніколи не ставав очевидцем репресій СС проти поляків чи євреїв. Попри наявність у своєму портфоліо карикатур, які прямо вказують на «невідповідність» єврейського народу «вищій расі» (плакат «Der ist schuld am Kriege!», що зазначає головних «винуватців» війни (рис. А.21), нацистському художнику вдалося уникнути серйозних покарань, заплативши 500 німецьких марок за свою свободу.

Після другої світової війни мистецтво постерів зазнало певних змін. Так, в кінці 40-х на початку 50-х рр. туристичні плакати почали замінюватись фотографіями. Змінився і спосіб друку: літографічний друк поступився місцем більш дешевому офсетному. Також, у післявоєнні роки

спостерігається спадання популярності постерів у рекламі. Це пояснюється не тільки відсутністю потреби в пропаганді та висвітленні «правильних» ідей до народних мас, а й припливом популярності нових засобів інформації: радіо та телебачення. Окрім того, детальна літографія стає дуже дорогою, що примушує рекламодавців переходити на дешевші варіанти, такі як трафаретний друк. В результаті, до 1960-х років, за винятком кампанії паризьких митців Бернарда Вільмота та Реймонда Савіньяка (хоча і вони у 1980-х були відсторонені рекламним світом через «окупацію» армії маркетингу, яка прагнула швидше ефективності, аніж творчості), плакат стає другорядним жанром. Дизайнери, яких колись приваблювали постери тепер переходять до ілюстрації та до іншої графіки. Попри це плакати все ще використовувалися в музиці: вони прикрашали обкладинки до альбомів (обкладинка до альбому «Greatest Hits» Боба Ділана в 1968-му, виконана Мілтоном Глейзером (рис. А.22) та застосовувалися як безкоштовна реклама для концертних афіш різних музичних груп. Численні такі плакати у другій половині 60-х створила художниця Бонні Маклін. Її постери були виконані в стилі психоделічного року [24] для легендарних виконавців 60-х та мали свій почерк. Незвичні узорні, хвилясті пір'я, чудернацькі літери та купа облич – ось що впадало в око при огляді афіш художниці. За 4 роки роботи художника-оформлювача в легендарному музичному залі The Fillmore [25]. Маклін створила постери для таких культових виконавців як Jefferson Airplane, Grateful Dead, Jimi Hendrix, The Animals, Led Zeppelin, Pink Floyd, Santana, The Allman Brothers Band, The Doors, The Who і The Yardbirds [26]. Сьогодні багато її афіш зберігаються в музеях (Бруклінський музей, музей де Янга, музей сучасного мистецтва в Сан-Франциско, тощо).

Що ж до розвитку ілюстрації, тут після Другої світової війни спостерігається зріст попиту на рекламну графіку та ілюстрації в журналах. Післявоєнний період також сприяв появі масових ілюстрованих книг для дітей. Основними тодішніми ілюстраторами були: Джон Ганнам, Джон Фалтер, Роберт Фосетт, Хаддон Сандблом, тощо.

1950-ті стали поворотним десятиліттям для ілюстрації. Особливо це стосується американського ринку. Початок середини ХХ ст. давав ілюстраторам багато свободи: попит на ілюстрації ріс у всіх сферах, особливо, в царині реклами та маркетингу, однак, як і з плакатною продукцією, поява телебачення призвела до значного спаду популярності таких дизайнерських робіт. Їхнє місце в друкарських виданнях зайняла звичайна фотографія, це пояснювалося тим, що саме вона могла сприяти більшому реалізму в публікаціях.

У 60-тих спостерігалось певне відродження ілюстрації. Як і в ситуації з плакатами, вона стала дотичною до музики: почала з'являтися на обкладинках музичних альбомів (як от роботи Клауса Формана для The Beatles та Bee Gees, або обкладинка альбому "The Velvet Underground & Nico" створена Енді Уорхолом [27] та коміксах. Крім того, попит на цей вид образотворчого мистецтва перекликався з минулою актуальністю на вінтажні плакати кінця XIX ст. Також зростала популярність книг в м'якій обкладинці (таких як «Penguin Books», «Pocket Books» та «Bantam Books»). Послідовниками такої форми ілюстрації були Джеймс Аваті, Джеймс Бама та Стенлі Мельцофф.

В кінці 1950-х років з'явилися також такі відомі художники, як Енді Уорхол (1928-87) та Рой Ліхтенштейн (1923-1997), які починали з комерційного графічного дизайну – включно з мультиками та технологіями трафаретного друку, аж поки не стали основними фігурами ринку поп-арту в 1960-х роках. Наприклад, Уорхол спочатку вивчав живопис та дизайн в Технологічному університеті Карнегі (1945-49), перш ніж створювати графічні зображення для реклами взуття, дизайн для обкладинок альбомів та літературні ілюстрації для робіт Трумана Капота [28].

Впродовж 1970-х та 80-х років ринок комерційного мистецтва набув різноманіття. Тепер туди входили анімація, фільми, ігри, музика, книжкова ілюстрація газетні комікси, політичні карикатури та ін. 1980-ті стали останнім десятиліттям, де ілюстрація все ще мала традиційний вигляд і ще не набула цифрового вигляду.

Початок 90-х став невідворотною точкою для ілюстрації, адже завдяки комп'ютерним системам створення зображень набуло іншого вигляду і вимагало менше підготовки: тепер створити ілюстрацію могла будь-яка людина, що не володіла навиками традиційного образотворчого мистецтва. Вміння малювати стало додатковою опцією, а не невід'ємною частиною професії. Початок цифрової ери в ілюстрації дещо змістив популярність «традиційних» ілюстраторів-професіоналів та дав можливість художникам-початківцям, що вміли малювати в графічних програмах (таких як Adobe Illustrator, Photoshop, CorelDRAW та ін.) популяризувати своє мистецтво. Сьогодні деякі ілюстратори надають перевагу синтезу ілюстрацій – поєднують традиційні техніки з цифровим мистецтвом, фотографією, тощо. Розвиток та варіативність ілюстрації набирає шаленого темпу, тому нове десятиліття, очевидно, принесе ще більше змін та креативності в художньому світі.

2.3. «Корисний» дизайн: авторська ілюстрація як спосіб впливу на емоційний та психологічний стан користувача (на прикладі календарів і постерів Північної та Південної Кореї)

XX ст. стало відправною точкою для появи брендovих календарів: усе більше кампаній запускало в продаж друковану продукцію такого типу з метою популяризації. Так, у 1891 році свій перший календар випустила «Coca Cola», у 1913-му – компанія з виробництва хутра «Hudson's bay», а в 1964-му з'явився легендарний «Pirelli». Проте як календарі не втрачають своєї популярності впродовж десятиліть та як візуальне оформлення календаря сприяє приверненню уваги до продукту, виступає засобом пропаганди та примушує людей думати «правильно»? Розглянемо на прикладі календарів Північної та Південної Кореї.

У радянські часи масово тиражувалася агітаційна література, що ідеалізувала тодішніх диктаторів Й. Сталіна та В. Леніна. Численні брошури, плакати, марки прославляли гуманізм тодішніх тоталітарних вождів, незалежно від того, для якої аудиторії створювався матеріал. Наприклад, на сторінках дитячого календаря «Круглый год», що видавався з 1946-го року майоріли численні портрети Леніна та Сталіна, писалися віршовані оди про їх сміливість, звеличувалася праця в колгоспі, розміщувалися неоднозначні оповідання про темношкірих хлопчиків та їхні неможливі мрії про навчання в радянській школі [41] та гучно прославлялася комуністична символіка. Натомість в однойменному «Календарі для жінок» самих осіб прекрасної статі зображували не так часто навіть на обкладинках, а внутрішнє наповнення календаря було переповнене червоними прапорами, портретами збірників комбайнів та героями п'ятирічки [42]. Промінням сонця в марксистській пітьмі були зображення світових художніх шедеврів та пейзажів, таких як «Сікстинська мадонна» Рафаеля, «Відпочинок у полі» Корнеліу Баби, «Хлопчик з кроликом» Генрі Реберна, «Весілля» Яблонської, тощо [43].

Після проголошення незалежності, масове прославляння різносторонніх «досягнень» радянської влади залишилися для України в минулому, однак сьогодні деякі країни ще досі залишаються прибічниками комунізму. Їхні політичні ідеї висвітлюються в багатьох друкованих екземплярах, зокрема – в календарях. Наприклад, Північна Корея продовжує вірно боротися зі світовим імперіалізмом, розміщуючи на розворотах корейських солдатів, повних патріотичного духу та нетерпимості до насильницького захоплення чужих територій (рис. А.23). Хоча, на практиці, Народна демократична республіка сама виступає агресором та посягає на сусідні території (вторгнення у Південну Корею у 1950-му та початок Корейської війни).

Військові сутички між двома Кореями в 1950-тих не призвели до територіальних змін, однак вони сприяли ще більшому розвитку «холодної війни» між державами, а пізніше – масовому поширенню агітаційної літератури. Застосовуючи календарі та плакати, Південна Корея довела, що інформаційна зброя може бути значно дієвішою, ніж звичайна, якщо знати про слабкі місця свого сусіда. Так, у 1980-тих боротьба капіталізму та комунізму дійшла до друкованої пропаганди: Південна Корея почала масово розповсюджувати постери та календарі з зображеннями красивих напівоголених дівчат, що закликали північних сусідів до дезертирства [29]. «Приїжджайте в країну нескінченного багатства та свободи», «Сезон густих лісів – кращий період для добровільного переходу на південь», «Знайди своє щастя, перебігши на південь» - саме такі надписи можна побачити на ілюстраціях. Цікаво, що за допомогою листівок та календарів Південна Корея не тільки агітувала перейти «в землю Ханаанську», а й намагалася вивідати корисну інформацію. Так, на одному з зображень республіка обіцяє «почесті та особливі нагороди тим, хто перебіжить з інформацією про підземні тунелі або представить конфіденційні документи» (рис. А.24). Невідомо, скільки дезертирів побігло на південь за почестями, однак агітація, повна сексизму, справді привертала увагу.

Однією з причин такої «популярності» було те, що на зображеннях красувалися не просто привабливі дівчата, а тодішні корейські зірки – актриси та моделі, яких південнокорейська влада використовувала як «приманку» для північно-корейських чоловіків. Цікаво, чому держава не подумала про жіночу частину населення і про те, як їх переманити у «корейське Ельдорадо»? Напевно, в тодішньому патріархальному суспільстві вони відходили на другий план і влада вирішила зосередитися на «головному».

Другою причиною популярності таких календарних листівок у 80-тих було те, що і на півночі, і на півдні Кореї дістати зображення еротичного характеру було дуже складно, тому чоловіки потайки зберігали ці фотографії. Те, що тодішня влада використовувала жіноче тіло як політичну зброю та відносилася до не чоловічої частини населення як до товару нікого не цікавило, адже треба було послабити увагу північно-корейських солдат та відволікти їх від їхніх головних обов'язків будь-якими методами.

Окрім ілюстрацій, що зображують дівчат у купальниках, Південна Корея також використовувала друковані матеріали, на яких показано сім'ї, що насолоджуються пікніками на природі та незабутніми нічними краєвидами Сеулу. Деякі з таких матеріалів навіть обіцяли пропуск на Олімпійські ігри в Сеулі 1988 року (рис. А.25). Такі зображення створювалися для того, аби

упередити слухи про бідність та жахливі умови в Південній Кореї, що їх розповсюджували комуністичні сусіди на своїй території.

Психологічна війна, в якій друковані матеріали стали основною зброєю, здавалося б, мала вже зійти нанівець, однак Північна Корея і досі ставиться до пропагандистських ілюстрацій з півдня з помітною вразливістю. Адже два роки тому влада заборонила присилати листівки, які якось критикують поведінку їхнього лідера Кім Чен Ина. Те, що протест проти паперових ілюстрацій набув такого розмаху, доводить, що вони діють.

За словами Ім Лі Ха, автора книги «Похороніть ворога листівками» та дослідника корейських ілюстрацій воєнного часу, ці листівки носили назву «паперової бомби», адже розсилалися літаками, які заходили на територію Північної Кореї [30]. Очевидно, такі масштабні дії приносили свої плоди.

Поки Південна Корея продовжує висвітлювати в друкованих матеріалах недоліки північних сусідів, північно-корейські лідери уже впродовж десятиліть продовжують пропагувати комунізм в своїх календарях.

Оскільки велика кількість календарів народно-демократичної республіки розробляються за дорученням Департаменту партійної пропаганди та агітації (молодіжне видавництво «Кимсунг», «Сільськогосподарське видавництво»), зміст такої друкованої продукції перебуває під постійним тиском, тому виданням доводиться підтримувати комуністичну політику, роблячи усе, що накажуть «зверху». Так, у 2012 році Північна Корея зняла з продажу усі календарі 2012 року лише тому, що в них не було відмічено дату смерті славнозвісного лідера Кім Чен Іра (17 грудня) та змусила видання випустити нові, «правильні» екземпляри.

Проте відсутність дати смерті – не головна проблема північно-корейських календарів. Даний вид друкованої продукції поєднує пропагандистських заголовків та «знаменних» дат для корейської історії. Так, у вже згаданому календарі на 2012 рік слоган на обкладинці змінили з «Великий лідер Кім Ір Сен буде з нами» на «Великий президент Кім Ір Сен та Великий лідер Кім Чен Ір завжди будуть з нами». Це пов'язано зі смертю вождя Кім Чен Іра в 2011 році. Корейська влада в черговий раз наголосила на величезній втраті, яка спіткала комуністичний народ. Проте це не єдине корегування в календарі. В оновленому виданні офіційний день народження політичного лідера (16 лютого) було відзначено як «День сяючої зірки»: черговий спосіб нагадати жителям республіки, якою «дорогоюказною зіркою» був для них колишній комуністичний лідер.

Те ж саме можна сказати і про «День Сонця» (15 квітня) - «знаменна» подія, що відзначає день народження першого вождя і засновника КНДР Кім Ір Сена [31]. Таких «свят» налічується близько десяти на рік.

У 2015-му «королівство відлюдників» вирішило дещо змінити політичну пропаганду та випустило в друк календарі з ілюстраціями молодих людей, одягнених у стилі 1980-х. Домінуючою фігурою в плакаті виступав колишній лідер держави Кім Чен Ір. У підписі сказано, що це молоді південно-корейські студенти, що згадують колишнього вождя-сусіда. Такий хід може здатися дивним, оскільки раніше жителі Південної Кореї якщо і з'являлися на календарях КНДР, то тільки в обмеженій кількості – це були зазвичай політики або президенти, такі як Кім Де Чжун та Но Му Хен. Проте причиною появи «простих смертних» в друкованих матеріалах було бажання Північної Кореї показати, що південно-корейські жителі також підтримують режим. Такий собі «акт об'єднання», зліплений з легенд Кім Чен Ина.

Проте така очевидна пропаганда з боку влади з роками втрачає свою популярність. Наприклад, чергова серія календарів 2018 року, націлена на прославлення режиму сім'ї Кім, провалилася в продажі. Це пояснюється тим, що суспільство потрохи змінює відношення до даних агітаційних екземплярів, їхню увагу привертають календарі з зображеннями акторів та інших зірок, навіть ілюстрації з їжею та пейзажами користуються більшим попитом [32].

Така ситуація змусила державні видавничі компанії, такі як «Видавництво іноземних мов» та «Корейська поштова компанія» поступитися та випустити серію календарів без пропаганди. Видання говорять, що навіть «пхеньянський видавничий дім має реагувати на потреби клієнтів, якщо не хоче відстати від конкурентів».

Висновки до розділу 2

У розділі 2 проаналізовано основні формати календарів:

- настінні, що складаються з чотирьох видів (лишкові, відривні, перекидні і квартальні) як правило, друкуються на більших форматах (від А4 до А1) та виготовляються з паперу, полотна, плівки, дерева;

- настільні, що мають форму будинку або звичайні перекидні. «Будинок» містить блок з шести або дванадцяти листів. В якості кріплення зазвичай використовується пружина, для друку зазвичай використовується папір щільністю 300 г/м²;

- кишенькові, в яких календар та ілюстрацію розміщують по різні сторони, основним матеріалом виготовлення виступає пластик;

-календарі-плакати, що виконують додаткову функцію доповнення інтер'єру;

- відривні, що присвячені певній тематиці та вирізняються кількістю сторінок (365 і більше);

- книги-календарі, що спрямовуються зазвичай на одну тематику (релігійну, господарську, тощо).

Зокрема, проаналізовано історію ілюстрації, переглянуто головні періоди її розвитку (палеоліт, давнє християнське мистецтво, каролінгське мистецтво, готичний та романський період, тощо). Досліджено розвиток ілюстрації у різних країнах та під впливом різних мистецьких напрямів (вікторіанського стилю, символізму, модернізму, арт-деко, психоделічного року, тощо). Крім цього розглянуті кращі приклади ілюстрації за всю історію (від наскальних малюнків в печерах Альтаміри та Ласко до робіт Енді Уорхола та Роя Ліхтенштейна).

Також проаналізовано роль пропаганди в сучасній календарній ілюстрації, розкрито основні цілі та методи її застосування, продемонстровано вплив пропагандистської ілюстрації на суспільство. Розглянуто прийоми застосування друкованої пропаганди в поліграфічній продукції Північної та Південної Кореї.

РОЗДІЛ 3. ІЛЮСТРАЦІЯ ЯК ІНФОРМАТИВНЕ ДЖЕРЕЛО В ДИЗАЙНІ КАЛЕНДАРІВ

3.1. Розгляд українського дизайну календарів

Історія українського календаря охоплює не одне століття. Попри те, що Україна часто перебувала у складі інших держав та піддавалася політичному та інформаційному впливу, який розповсюджувався і в літературі, українське друкарство не припиняло розвиватися не тільки в Україні, а й за кордоном (рис. Б.5).

Першим українським варіантом календаря можна вважати «Ізборник Святослава» (1076р), адже він містить певну інформацію, притаманну зазвичай календарям. Проте історія саме друкованого календаря починається з XVIII ст. в Замості і Львові. В українській пресі з'являються календарі астрологічного і дещо «містичного» характеру, попри чітко виражену тематику вони подобалися не всім. Наприклад, російська цариця Анна відмінила видавництво календарів на 1738 та 1739 роки, оскільки ті говорили про ймовірний переворот в Україні [44].

У другій половині XVIII ст. популярності набули календарі Бердичівського монастиря, що їх видавали «босі кармеліти» з 1764-го року. В кінці століття вони набули такої популярності, що їх почали розповсюджувати інші друкарні. Наприклад, друкарня «Приказа общественного призрения», що знаходилася на Харківщині, видала повторно кілька таких «місяцесловів», починаючи з 1797р. Бердичівські календарі виходили в друк попри заборону Катерини II, їм було притаманне різноманіття як у зовнішньому оформленні, так і в інформативній частині. Перший з них називався «Календар бердичівський на рік 1764», проте потім назви змінювалися. В різні роки матеріал змінював назви на «Календар політичний», «Календар для руських воеводств», «Календар астрономічно-астрологічний...», «Календар господарський», «Календар польський і руський», «Календар польський з додатком свят руських». Загалом, було видано більше 20 екземплярів Бердичівського календаря.

XIX ст. стало періодом, коли українська писемність почала значно краще розвиватися на заході, ніж на сході. Це пов'язано з тим, що Австрійська влада ставилася набагато лояльніше до української культури (з 1848р. видавалися українські газети, всі закони перекладалися урядом також і українською), чого не можна сказати про Російську імперію. Це дозволило створювати нові українські товариства та популяризувати українську культуру. Однією з таких просвітницьких організацій стала «Руська бесіда», що почала свою діяльність в 1869 році, однак найбільшого національного

впливу досягла в другій половині свого існування (з 1884 року). У цей період видавався календар «Розвага» (видавництвом виступав СВУ) [45]. та «Буковинський календар» (з 1874–го по 1918рр). До 1884 року в ньому застосовували «старослов'янську» або так звану «язичницьку» мову, проте з 1885-го календар почав друкуватися українською. Календар носив не тільки інформативний, а й просвітницький характер, адже містив в собі статті, що стосувалися науки, фольклорної творчості, включав твори українських письменників, таких як Т. Шевченко, С. Руданський, І. Франко, Є. Ярошинська, О. Кобилянська, Л. Українка, Ю. Федькович, Б. Грінченко, О. Олесь, тощо [46]. Попри те, що календар став просвітленням для народу в багатьох сферах, його оформлення та зовнішня складова не мали такого великого значення: обкладинки «Буковинського календаря» майже не відрізняються одна від одної, вони не містять ілюстрацій, і відрізняються між собою хіба що кольором та розміщенням шрифту (рис. А. 26).

Пік видання календарів на західній Україні припав на 20-30-ті роки ХХ ст. Своєрідним центром тодішнього друкарства стала Галичина. Саме в цей період видавалися календарі «Просвіти» [47], «Червоної калини», «Сільський господар», «Календар кооператора», «Приятель народу», календар-альманах «Жіночої долі», тощо. Останній виходив у Коломиї з 1925– по 1939рр. під керівництвом Олени Кисілевської. “Жіноча доля” стала вкрай важливим друкованим матеріалом для України, адже видання було одним з перших, що почало ділитися інформацією про жіночий рух, проголошувати феміністичні погляди, та примусило подивитися по-іншому на роль жінки в суспільстві. Сам календар ділився інформацією про здоров'я, правила етикету, поради щодо догляду за господарством та правильним вихованням дітей, тощо [48]. Візуальне оформлення календаря обмежувалося його обкладинкою: альманах зовсім не містив ілюстрацій і був зосереджений лише на інформативному матеріалі. Тематика обкладинок зазвичай не мала ідеологічної концепції. Наприклад, на обкладинці 1927 року зображено жінку в національному вбранні, яка просто плете веретено, а 1930-го – композицію з двох абстрактних фігур (рис. А.27).

Свого ілюстративного та видового різноманіття календарі зазнали в період з 1923— по 1939 рр, коли свою видавничу діяльність розпочав Іван Тиктор – людина, яку вважають головним видавцем Західної України ХХ століття. Під його концерном «Українська преса» було надруковано велику кількість української літератури, зокрема календарів, серед яких «Золотий колос», «Календар для всіх» (1932–1939), календар-додаток до журналу «Комар», тощо.

«Золотий колос» публікувався з 1930 по 1939 рік у Львові. Він не тільки містив красиві обкладинки, а й ділився корисною інформацією: у календарі розміщувалися наукові статті, висвітлювалися історичні події, поради щодо ведення домашнього господарства, інформація про українських письменників та їх твори, а також – різна реклама та жарти. Причиною такої різносторонності календаря була мета, яку ставило перед собою видавництво: створюючи часопис, вони хотіли нести розумне та світле в широкі маси, себто вплинути на інтелектуальний розвиток селян. Найпопулярнішими розділами календаря були: «Відділ для жіноцтва», «Права. Закони. Податки», «Практичні домашні поради», «Лікарські поради», «Поради ветеринаря», «Господарська частина», тощо.

Візуальна складова календаря цілковито відповідала цільовій аудиторії: обкладинки часопису відображають тодішнє життя українських селян, демонструючи побут, звичаї та національне вбрання. Наприклад, на ілюстрації часопису 1936 року зображений чоловік, що займається обробкою землі, а в 1935 та 1939рр. – проілюстровані жнива (рис. А.28). Усі ілюстрації є яскравими та виконані переважно в реалістичному стилі. Автором обкладинок календаря є Едвард Козак – різносторонній митець та ілюстратор, що був головним художником видавництва «Української преси». Він також є автором ілюстрацій часописів «Календар для всіх» та «Комар».

Останній є важливою подією для розвитку українських календарів. Журнал мав яскраве візуальне оформлення – сторінки щотижневика прикрашали карикатури переважно на політичну та побутову тематику, а також містив жартівливі розповіді, анекдоти та додаткову інформацію (рекламу та сатиричні вірші). Попри те, що часопис видавався в складний для України політичний період, застосовані у ньому карикатури дуже відверто ілюстрували тодішню політичну ситуацію та ставлення до неї. Наприклад, на обкладинці календаря 1933-го року зображено росіян, які йдуть під супроводом смерті заселяти українські землі, що стали спустошеними через наслідки голодомору, а на обкладинці 1939-го – вплив нацистської політики «життєвого простору» (Lebensraum) на держави, що мали меншу вагомість на політичній арені 40-вих років (Угорщину та Словацьку республіку) (рис. А.29).

Після 1939 року внаслідок політичної ситуації багато українських видавництв припинили свою роботу, а їхні власники змушені були перебратися за кордон. Це стало причиною відновлення уже створених або появи нових календарів українською мовою. Наприклад, часопис «Комар/Їжак» або «Запроторений Комар/Їжак» продовжує концепцію «старого» альманаху в Німеччині із 1946 до 1949рр (Видавнича спілка «Скоморох»). В

той самий час відновлює видавництво в Канаді засновник журналу – Іван Тиктор (з 1949 по 1950рр). Проте успіх львівського «Комара» повторити не вдається і публікації припиняються. У 1941 році починає друкуватися календар-альманах «Нового шляху» (Канада, з 1941 року і до сьогодні), у 1949-му з'являється «Мітла» (рис. А.30) - творіння української діаспори в Аргентині. Календар-альманах містив сатиричні історії та жарти, інформацію про світові новини, науку, вірші українських письменників та шаржі на відомих діячів. Ілюстраторами виступали: О. Климко, В. Каплун, В. Цимбал. Календар випускався один раз на рік до 1976 року [49].

У 1946-48рр (в Мюнхені, Німеччина) та в 1951–91рр. (в Детройті) видавався часопис «Лис Микита». Він, як і аргентинська «Мітла» був націлений на гумор, сатиру та карикатуру і вважався одним з кращих прикладів еміграційної літератури такого жанру. Редактором та ілюстратором журналу виступав Е. Козак, тому зображення «Лиса Микити» нагадують львівського «Комара» (рис. А.31).

У 1958-му Організація оборони Лемківщини у США випускає часопис «Лемківський календар», що присвячений культурі, традиціям та історії лемків. Прикрасою часопису були обкладинки різних художників, зокрема Мирона Левицького, що були виконані в єдиній техніці. Для прикладу видання 1965-1970рр. були створені в двох кольорах у техніці ліногравюри та лінійної графіки. Основна тематика зображень – лемки, одягнені в традиційний одяг та пейзажі (рис. А.32). Починаючи з 70-х років на обкладинках починають розміщувати фото, тож «почерк» календаря дещо втрачається. За роки існування календар змінював видавців: в різні роки часопис видавався у США, Канаді (Торонто) та Україні (з 1993-го і до сьогодні).

У Польщі найпопулярнішим календарем серед української діаспори був «Український календар». Його перший випуск побачив світ у 1957-му. Видання було спрямоване на популяризацію українського слова для українців в еміграції. Ілюстраторами календаря в різний період виступали: Володимир Паньків (1960, 1961, 1962, 1967, 1968, 1971, 1973 рр.), Мирослав Смерек (1966, 1969, 1975, 1979, 1987 рр.), Андрій Ментух (1982, 1983, 1984, 1986, 1988 рр.), Євген Беднарчук (1963, 1964, 1965 рр.), Тирс Венгринович (1970, 1972, 1974 рр.) та ін. [50]. Обкладинки журналу відображали історичні та народні мотиви, вишивку, тощо (рис. А.33).

У 1991 році Україна проголосила Незалежність, що вплинуло на зміну календарного контенту та спричинило появу нових видань. Наприклад, дитяча настільна книга-календар «Дванадцять місяців», що видавалася впродовж 1958-1996 років, після Незалежності змінила зміст ілюстрацій:

якщо у календарі 1989 року все ще зустрічаються ілюстрації піонерів в червоних галстуках та портрети Леніна [51], то у 1991-му концепція зображень повністю змінюється: на сторінках книжки з'являються твори Г.Тютюнника, Є. Гуцала та П.Тичини, відображається українська символіка, а також - багато ілюстрацій аполітичного характеру. Попри великі зміни в дизайні та контенті, дні радянської армії, день народження Леніна, день піонерства та інші «важливі події» СРСР все ще відмічаються як святкові [52]. Авторами обкладинок «Дванадцяти місяців» у різні роки були: О.Животкова, С. Кім, Н. Кирилова та ін (рис. А.34). Окрім «Дванадцяти місяців» серед календарів видавництва «Веселка» були також «Календарик-дошколяр» (1980–1990-ті рр.), а у 1989р. – календар на честь 80-річчя з дня народження Марії Примаченко [53].

Для широкої аудиторії продовжує тиражуватися «Альманах УНС» (з 1897р. до сьогодні), «Гуцульський календар» (від 1996-го), «Історичний календар» (з 1995-го). Останній мав великий вплив на відродження української культури та історії, адже знайомив читача з розвитком подій та важливими культурними діячами нашої держави [54].

За останні два десятиліття виробництво календарної продукції значно розширилося. У 2012 був опублікований «Український гумористично-сатиричний календар-альманах» М. Савчука, щорічні календарі «Видавництва Старого Лева», а за останні 10 років набули популярності авторські календарі. Наприклад, у 2019-му світ побачив відривний календар «Ні дня без Гуса» Надії Кушнір, що вже став масово популярним і тепер виходить в продаж кожного року, а ще – календарі Софії Пилипчук, Ірини Мориквас, календар «Кота Інжира», акварельні календарі від Марічки Рубан та ін [55].

3.2. Аналіз всесвітньо відомого дизайну календарів (на прикладі календарів бренду «Lavazza»)

«Lavazza» - одна з найпопулярніших італійських компаній, що виробляє каву. Їхнє існування охоплює більше, ніж 100 років (виробництво почалося у 1895-му), однак історія календаря «Lavazza» є значно коротшою, вона почалася на початку дев'яностих і триває до сьогодні. Створюючи власний календар, компанія не просто хотіла привернути увагу до власного продукту – їхньою метою було створення дизайну, який можна буде назвати витвором мистецтва. «Lavazza» не тільки хотіла показати свій продукт як невід'ємну частину людського життя, а й прагнула зазирнути у вічність через мистецтво фотографії. Саме тому для календаря обиралися кращі фотографи світу, а

теми календаря щороку змінювалася (рис. Б.6). Попри це усі випуски календаря містили в собі естетику [33].

Перший календар компанії побачив світ у 1993-му році. На роль фотографа два роки поспіль (1993, 1994рр.) обирався Хельмут Ньютон – німецький майстер чорно-білих зображень, чії провокаційні роботи еротичного характеру стали його візитною карткою та прикрашали в різні роки журнали *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *Playboy* та ін.

Сміливі та відверті фотографії передають пристрась до кави, а образи та стилі моделей нагадують епоху «Ревучих двадцятих» - періоду, коли свобода вираження жінок значно розширилася (рис. А. 35).

У 1995-му сторінки бренду прикрасили не менш провокативні фотографії Еллен фон Унверт – колишньої моделі та фотографа, чії живі та ексцентричні знімки публікувалися в *Vogue*, *Vanity Fair*, *Interview*, *The Face*, *Arena*, *Twill*, *L'Uomo Vogue*, *I-D* та *Playboy* (рис. А.36), а в 1996-му фотографом виступив італійський митець Фернinandо Шанна. Його зображення все ще несуть сексуальний контекст, однак містять менше відвертості, ніж фото 1993-1995 років (рис. А.37).

У 1997-му сторінки календаря прикрасили роботи Альберта Уотсона. Основною ідеєю його фотографій стало висвітлення «двосторонньої природи кави» у вигляді зображення. Образи передані за допомогою жіночого вбрання – диявольського та ангельського: кава, на думку автора, це не тільки тепло та комфорт, але й джерело сили та енергії (рис. А.38).

При роботі над шостим номером календаря фотограф Маріно Паризотто покладався на одну в опер Г. Доніцетті. Образ кави знову демонструється з двох сторін: пристрасі та романтики (рис. А.39).

З 1999 по 2001рр. фокус календаря дещо змінюється. Фото починають демонструвати не просто красу людського тіла та його сексуальність, а показують цінність людських відносин та життя в цілому. На світлинах зображені сцени з повсякденного життя людей, а кава виступає невід'ємною частиною сімейного затишку. Авторами знімків стали: міжнародне агентство «Magnum Photos» (1999р.), фотографи Еліот Ервіт (2000р.), Мартін Френк та Річард Калвар (2001р.) (рис. А. 40. 1.2.3) [33].

Період 2002-2014рр. можна вважати епохою експериментів та різноманіття в історії календаря. На зміну чорно-білим світлинам приходять яскраві кольори, епатажні образи та гламурні обкладинки. За цей короткий відлік «Lavazza» обирає кардинально різні тематики для сторінок календаря.

У 2002-му були представлені провокаційні знімки в стилі поп-арт Девіда Лашапеля. Зображення кавових зерен та логотипу на оголеному тілі

створює ефект агресивної реклами, а парадоксальне використання форм надає світлинам сюрреалістичності (рис. А.41).

Фотографом десятого випуску став Жан-Батіст Мондіно. Лозунг календаря “Espress Yourself” в точності відображає тематику фотографій: яскраві сміливі образи повністю виражають гламур бренду (рис. А.42).

У 2004-му побачили світ фото митця Thierry Le Gouès. На відображення космічного Всесвіту художника надихнула поп-музика та наукова фантастика 60-70-х років. Міжгалактичні зображення демонструють, що без кави «Lavazza» не обходяться навіть на просторах інших планет (рис. А.43).

Для календаря 2005-го року була обрана тематика цирку. Знімки виконані в червоно-білій гаммі, вони повні яскравості та сюрреалізму з його диспропорційними формами. Автором календаря став нідерландський фотограф Ервін Олаф (рис. А.44).

У 2006-му автором світлин знову стала Еллен фон Унверт. Знімки цілковито відображають її стиль: живі сміливі образи та яскраві кольори чудово ілюструють тему подорожей та польотів (рис. А.45).

Для календаря 2007-го року іспанський фотограф Еудженіо Рекуенко обрав тему коміксів. Події на ілюстраціях відбуваються в 1940-х роках: місто, в якому панує беззаконня приходять рятувати супергерої, які попри купу справ знаходять час для еспресо (рис. А.46).

Випуск номер 16 запрошує нас у придворні покої з королівськими помпадурами та неймовірними вбраннями. Автором зображень для розкішного календаря став шотландський фотограф Фінлі Маккей (рис. А.47).

Зображення відомої фоторафині Енні Лейбовіц для календаря 2009 року присвячені Італії. Світлини є відголосом на італійське мистецтво, моду, кухню, кіно, тощо (рис. А.48).

Вінтажні мотиви та яскраві кислотні кольори є основою календаря Майлза Олдріджа. Випуск 2010-го року був присвячений італійській музиці і складався з семи знімків (рис. А.49). А календар 2011-го – італійській романтиці та небаченим краєвидам, які сприяють появі закоханості (рис. А.50). Автором фото виступив Марк Селігер.

Двадцять видання календаря є особливо значимим для «Lavazza», адже воно зібрало 12 світлин фотографів, що були причетними до дизайну календарів минулих років: Ервіна Олафа, Тьєррі Ле Гоеса, Майлза Олдріджа та ін (рис. А.51).

«Калейдоскопський» календар 2013-го є соціальним проектом Марко Брамбілла. Це відеоінсталяція, що відтворює рік, зжатиий в один день через 12 різних тем. Ця робота є першим цифровим доробком «Lavazza» (рис. А.52).

У 2014-му на сторінках календаря відомий портретист Мартін Шоллер розмістив кухарів та розкрив їхню пристрасть до кулінарії (рис. А.53).

У 2015 році «Lavazza» змінює політику власного календаря. Сторінки випусків 2015-2020 рр. закликають глядача до свідомого використання природних ресурсів, демонструють шлях виробництва кави, знайомлять з сучасними захисниками Землі та пропагують її спасіння. Для відтворення соціальних календарів були вибрані такі фотографіи як Стів МакКеррі (2015р.), Джої Л.(2016р.), Деніс Рувр (2017р.), Платон Антоніу (2018р.) Амі Віталє (2019р.) та Девід Лашапель (2020р.) (рис. А.54.1.2.3.4.5.6).

Останні роки за дизайн календаря відповідає агентство Armando Testa. Вони розробляють для випусків проекти, основна увага яких привернена до людства. Наприклад, календар 2021 року носить назву «Нове людство 2021», він знайомить читача з роботами 13-ти професіоналів фотографії, що демонструють прихід нового покоління, а в 2022-му вийшов проект «Я можу змінити світ». Фотографом номеру став Еммануель Любецький. На світлинах зібрані історії шістьох митців, які борються за покращення світу через власну творчість (рис. А.55.1.2.).

Цього року календар представляється відеороликом, а автором проекту виступає Алекс Прагер. Темою ювілейного календаря є людство та світовий зв'язок: попри різні зовнішні чинники, що впливали на формування різних народів, відчуття, що у них були, не мали раси або національності і саме вони стали об'єднуючою силою розбіжностей людства.

Відео містить багато деталей, а герої ролику повні відмінностей, єдине, що їх об'єднує – кафе, в якому вони знаходяться, воно виступає прототипом нашої планети, адже вона є спільним домом такого різного людства [34].

3.3. Авторська ілюстрація як спосіб боротьби зі стереотипами суспільства (на прикладі ілюстрацій Дуейна Брайерса до календаря Brown & Bigelow)

Дуейн Брайерс – один з найталановитіших митців Америки, його творчий період тривав майже ціле століття, Брайерс пройшов шлях від робітника на лісництві до митця з власними великими виставками (персональна виставка «Ранчо» в Національному залі слави ковбоїв в 1980 році) [35]. Його роботи ставили на один щабель з роботами таких легендарних митців, як Рубенс, Тиціан та Ренуар (книга «Zaftig: The Case for Curves»). А сам художник говорив про себе, як про митця, чиї роботи бачили мільйони людей, проте мало чули про нього самого. Творчий шлях Брайерса охоплював п'ять основних напрямків: комікси, пін-ап календарі, західний живопис, портрет і комерційне мистецтво. Проте найбільшій популярності

зазнали його пін-ап зображення. Художник зробив справжню революцію в тодішньому пін-апі, розширивши поняття про привабливу звабливу дівчину 60-х: мова йде про Хільду – його головне творіння в мистецькій кар'єрі (рис. Б.7).

Хільда – чарівний образ рудоволосої пухкенької дівчини. На відміну від більшості зображуваних дівчат пін-апу, Хільда – не просто уособлення сексуальності, її образу притаманна емоційна різноманітність: у різних ситуаціях Хільда зображена кумедною, допитливою, наляканою, наївною, а інколи і зовсім невинною, вразливою дівчиною.

Перше зображення Хільди з'явилося в 1958-році. Саме тоді в Брайерса з'явилася ідея створити «пишноформу» дівчину в стилі пін-ап: «У мене з'явилася ідея намалювати пухкеньку дівчинку в стилі пін-ап, і я подумав, що хотів би перетворити її в серію календарів, проте я не мав уявлення, як я буду її продавати» [35].

Здається дивним, що в середині ХХ ст. проблема відповідності «традиційним» параметрам була актуальною, адже фотографії тодішніх зірок демонструють агітацію апетитних форм, як от на скандальній обкладинці «Playboy» з М. Монро або на фото актриси Аніти Екберг у відвертих сукнях (рис. А 56.1.2). Проте навіть в такий період тиражувати таке мистецтво було досить складно. Дуейн Брайерс поділився зі своєю ідеєю з Brown & Bigelow – на той час головним виробником календарів в країні. З невеликим ентузіазмом компанія погодилася надрукувати календар, думаючи, що на тлі своїх худих намальованих колег пухкенька дівчина не буде викликати великої цікавості. Проте її «кар'єра» тривала 36 років і пішла на спад тільки в 80-х рр.

За цей період Дуейн Брайерс створив 250 картин Хільди. Кожна картина – окрема частина мистецтва з різним сюжетом і різною Хільдою. Це здається неймовірним, адже, як стверджував сам художник, спочатку він не міг придумати ідеї навіть для першого випуску з семи календарних картин [35].

Техніка зображення Хільди відповідає простоті самого персонажу: Брайерс зображував її на невеликих дошках для ілюстрацій (30 на 40см) звичайною гуашшю (рис. А.57), роблячи акцент на сюжетній лінії та емоційності образу головної героїні.

Зображення Хільди набули миттєвої популярності, адже ситуації, в які потрапляє дівчина були близькими для спостерігачів. Безпосередність героїні та її щирість робили образ максимально реалістичним, саме тому люди гадали, чи не існує прототипу Хільди, з якого художник її відтворив. Проте пін-ап красуня – цілковитий витвір уяви художника.

Хоча ідея образу Хільди – цілковита творча імпровізація, Брайерс стверджував, що за період існування героїні у нього було багато моделей протягом не одного десятиліття, проте кращі свої образи він створив сам.

В різні періоди йому позувала власна донька і різні моделі плюс-сайз, включно з моделлю Сьюзі Петерсон. Незважаючи на присутність натурщиць, жодна з них не мала цілковитої схожості з оригіналом художника. Як стверджував сам митець – його моделі були завжди дещо стрункіші Хільди і більше відображали риси обличчя, характерні для героїні, аніж її пишні форми. [35].

Брайерсу вдалося створити унікальний образ для пін-апу: Хільда стала однією з небагатьох календарних дівчат, які протрималися в публікаціях більше одного десятиліття, а її персонаж став історично важливим з багатьох причин.

Коли ми дивимось на моду 50-60-их років, у нас виникають дещо двоякі почуття: світ все ще пожинав наслідки Другої світової війни, коли витратити гроші на дорогі тканини було майже неможливим задоволенням, тому спідниці-олівці і приталені сукні стали нормою. Проте разом з тим став помітний ріст економіки та доходів, що відкрив доступ до модних тенденцій, таких, як вільні спідниці і пишні сукні [36]. Це свідчить про те, що одяг 60-тих був доволі різноманітним, тому Хільда могла виглядати і по-іншому: художник міг наділити дівчину більш «закритим» і скромним гардеробом, зображуючи її у вільному одязі, який би надавав дівчині візуальної стрункості, проте Брайерс повстав проти стереотипів та обрав їй інший образ: Хільда постає перед нами в різних ситуаціях та в найрізноманітнішому вбранні: у відкритих купальниках, коротких шортах і навіть – майже оголеною, приховуючи свої пишні форми невеликою кількістю квіток (рис. А.58). Проте попри це, автор не хоче вульгаризувати або висміяти її образ: Хільда зображена радше як об'єкт гармонізації з природою: вона сприймає своє тіло і не боїться виставляти його на показ. І хоча іноді Хільда і потрапляє в кумедні ситуації, Брайерс не намагається за допомогою її тіла підсилити комічний ефект, художник просто підкреслює її безпосередність і природність, передаючи через її образ живий і невинний дух свободи.

У другій половині 80-тих Брайерс перестав створювати нові образи Хільди, хоча вагомих причин, як стверджував художник, у нього для цього не було. Можливо, повпливав прихід епохи супермоделей, що сприяв поновленню стереотипів щодо «правильної» фігури тодішньої жінки. Тим не менш, образ Хільди вплинув на свідомість кількох поколінь: календарі із зображеннями пухкенької королеви пін-апу були ледь не у кожному будинку.

Хільда стала невід’ємною частиною американської свідомості та своєрідним символом бодіпозитиву 60-70-тих років.

3.4. Авторська ілюстрація як обличчя календаря (на прикладі ілюстрацій Хеддона Сандблома для календаря «Coca-Cola»)

«Coca-Cola» - один з найдавніших газованих напоїв в історії. Напій на основі листя коки побачив світ у далекому 1886-му, а його автором став Джон Стіт Пембертон – місцевий фармацевт. За свою історію легендарний бренд зазнав багатьох трансформацій, що стосувалися не тільки зовнішніх змін (з 1899 по 1957рр. змінювалися шрифт та форма пляшки (рис. А.59.1.2)), а й рекламної кампанії продукту, в якій календар відіграв важливу роль. Перший з них «Coca-Cola» випустила у 1891 році. На ньому – мила дівчинка, оточена трояндами, що дивиться на свого глядача (рис. А.60). Проте справжньої популярності календарі зазнали в 1920-х: в період, коли бренд запустив свою першу новорічну рекламу з Санта Клаусом [37]. У «Coca-Cola» їх було кілька, однак найпопулярнішим з них стало творіння Хеддона Сандблома, його Санта не просто став символом легендарного напою, а й вплинув на сприйняття образу даного різдвяного персонажу в цілому (рис. Б.8).

У першій новорічній рекламі Санта зображується трохи «суворим дядечком» у стилі Томаса Наста: саме цей художник закріпив тодішнє образне поняття про героя, створивши свій варіант персонажу для Harper's Weekly в 1862 році: маленький чоловік в одязі, присвяченому національній символіці, прибув в армійський табір, аби підбадьорити солдатів подарунками (рис. А.61). Дотичним до сучасного поняття про Санту є хіба що милосердя персонажа: «суворий дядечко» більше нагадує звичайну людину, а не казкового героя, тому поки – ні чобітків, ні диво-оленів.

В 1930-му «Coca-Cola» представила інший образ Клауса, створений Фредом Мізенем: на малюнку серед натовпу звичайних людей зображений Санта, який п’є колу (рис. А.62). Варіант 1930-тих близький до легендарного образу Хеддона Сандблома, проте це єдиний Санта, створений Мізенем для новорічної реклами бренду, тому його персонаж не закріпився в свідомості людей так сильно.

У 1931-му «Coca-Cola» починає поширення своєї реклами: її починають друкувати в різних журналах. Такі зміни вимагають нових перевтілень: керівники, що співпрацюють з компанією, закликають до створення нового обличчя Санти: повного символізму, проте реального. Новий добродій не мав

нагадувати звичайного дідуся, переодягненого в червону шапку, саме тому роль створення «справжнього» Санти була доручена ілюстратору Хеддону Сандблому. Свій легендарний образ художник створив на основі віршованого твору Клементя Кларка Мура «Візит Святого Миколая» (або «Ніч перед Різдвом») [38]. Червоний ніс, засніжена борода, добра посмішка – саме таким стало відображення нового Санти: «пухкого» чоловіка з добрим серцем, який подібно до звичайних людей, відчуває різні емоції та здатен на неідеальні вчинки (рис. А.63).

Вперше герой Сандблома з'явився в рекламі Кока-Коли в журналі *The Saturday Evening Post* (1931р.) і став постійним його гостем [37]. Він також друкувався в таких журналах як *Ladies Home Journal*, *National Geographic*, *The New Yorker* та ін.

Олійні роботи Сандблома з'являлися на рекламних білбордах, журналах, вітринах фірмових магазинів, календарях та навіть – на дитячих ляльках з 1931- по 1964 роки. За цей період художник демонстрував характерні сторони свого Санти та показував його в різних життєвих ситуаціях. «Пухкенький дідусь» відпочиває після важкого дня, попиваючи кока-колу біля ялинки, грається з дитячими іграшками, які сам і приніс, знаходить залишені йому записки від дітей з легендарним напоєм і навіть – прокрадається в чужі холодильники, аби поцупити кока-колу (рис. А.64).

Свого останнього Санту Сандблом намалював в 1964-му, проте декілька наступних десятиліть в рекламі продовжували поширювати зображення, створені на основі персонажу Хеддона. Картини художника повпливали не тільки на появу асоціації бренду з Сантою, а й склали враження про зовнішній вигляд Санти для мільйонів людей різних поколінь. Зображення митця вважаються значущими предметами культурної спадщини людства та є експонатами в таких відомих музеях як Лувр, Королівський музей Онтаріо (Торонто), Музей науки та промисловості (Чикаго), тощо.

Знаменитий Санта мав реальний прототип. Ним став друг художника – Лу Прентісс, проте коли його не стало, Сандблом змушений був замінити модель. На цю роль він обрав самого себе – просто почав малювати нові картини, дивлячись у дзеркало, а пізніше – звернувся до портретів святого Миколая.

Завдяки детально продуманому образу, герой Хеддона зумів стати улюбленцем мільйонів людей. Деякі з них були наскільки захоплені Сантою, що помічали найменші зміни в його зовнішньому вигляді і як тільки це ставалося – надсилали листи до компанії. Наприклад, на одному з календарів шанувальники помітили, що в героя більше немає обручки на пальці, тому люди почали запитувати, що сталося з місіс Клаус.

Окрім самого Санти прототип був ще в декількох персонажів календаря: наприклад, діти, що з'являються на картинах художника, були сусідками Сандблома в реальному житті, а собака, що з'являється на одній з картин, належала власниці квіткового магазину, що був також по-сусідству [37].

У 1942-му році у Санти з'являється друг – «хлопчик Спрайт», що стає його помічником. Він – ще одне творіння Хеддона. Цікаво, що своє ім'я персонаж отримав не через популярний напій Sprite (Coca-Cola представила новий продукт лише в 60-тих), а через те, що мав виконувати роль «духа»/«ельфа» в сюжеті («sprite» з англ. «дух/ельф»). Хлопчик з'являвся на обкладинках до кінця 50-тих років і став другим популярним персонажем, окрім Санти (рис. А.65).

Висновки до розділу 3

В розділі 3 розглянуто застосування ілюстрації як інформативного джерела в дизайні календарів.

Розглянуто етапи розвитку дизайну українських календарів, визначено актуальні тематики для ілюстрацій та стилістику. Досліджено розвиток основних українських календарів за кордоном (календар-альманах «Нового шляху» (Канада), «Мітла» (Аргентина), «Ліс Микита» (Німеччина), «Лемківський календар» (США), «Український календар» (Польща), тощо).

Доведено вагомий внесок українського календаря в культурну спадщину нашого народу, оскільки його існування дозволяло висвітлювати основні проблеми українців різних поколінь за допомогою ілюстрації, розвивати відчуття патріотизму та свідомості, а також – популяризувати українську культуру.

Проаналізовано основні аспекти всесвітньо відомого дизайну календарів на прикладі італійського бренду «Lavazza». Розглянуто поетапний розвиток їхнього календаря, тематичне та інформативне різноманіття: перехід від гламуру та сексуальності до підняття глобальних тем та проблем людства. Досліджено роботи найпопулярніших світових фотографів, що співпрацювали з «Lavazza» (Ервіна Олафа, Тьєррі Ле Гоеса, Майлза Олдріджа, Енні Лейбовіц та ін.) та їхній вклад в надання календареві соціального значення.

У пункті 3.3. розкрито актуальність застосування авторської ілюстрації в дизайні календарів з метою руйнування стереотипів людства: на прикладі робіт Дуейна Брайерса для календаря «Brown & Bigelow» було з'ясовано, що ілюстрація може виступати інформаційним рушієм в боротьбі з поняттями «правильного» відображення краси, розширювати критерії ідеального та неідеального та виховувати любов до власного тіла, незалежно від нав'язуваних стандартів.

Зокрема було зроблено акцент на застосуванні ілюстрації як обличчя певного продукту. На прикладі ілюстрацій Хеддона Сандблома для календаря «Coca-Cola» було визначено, як вдалий дизайн може сприяти впізнаваності бренду, викликати асоціативність та ставати історично важливим.

РОЗДІЛ 4.

ДИЗАЙН-ПРОЄКТНА РОЗРОБКА НАСТІННОГО КАЛЕНДАРЯ «УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА»

4.1. Складові частини об'єкту проектування

Проектна розробка складається з дванадцяти ілюстрацій для кожної сторінки настінного календаря на тему «Українська література». Розробка базується на творах таких письменників: І. Нечуй-Левицький «Кайдашева сім'я», Богдан-Ігор Антонич «Різдво», В. Підмогильний «Місто», М. Коцюбинський «Тіні забутих предків», О. Кобилянська «Земля», В. Нестайко «Тореодори з Васюківки», І. Котляревський «Наталка Полтавка», Л. Костенко «Життя іде і все без коректур...», М. Куліш «Мина Мазайло», П. Тичина «О панно Інно», М. Зеров «Близнята», Х. Алчевська «Русалчина хата». Свідомо обрано письменників, що представляють різні області України, аби в одному календарі об'єднати певні особливості, характерні для кожного краю. Кожна ілюстрація є доповненням до основної текстової частини календаря. Для усіх зображень обраний формат А4. Складові частини будуть представляти собою цілісні сторінки календаря в єдиному стилі.

4.2. Основні принципи формування об'єкту розробки

Формування дизайн-розробки базується на таких принципах: функціональне призначення – дає можливість слідкувати за часовим відліком, інформаційна складова – календар дозволяє користувачам ознайомитися з частиною літературної спадщини України, ергономічні вимоги – читабельність розробки завдяки обраному формату (А4) та легкість у використанні, стилістичні особливості розробки – застосування єдиного шрифту та текстур, ілюстрацій в одному стилі та цілісна композиція.

Для того, щоб наділити розробку національними особливостями, зовнішній вигляд половини головних персонажів було представлено в українській символіці (персонажі одягнені в вишиванки та носять національні аксесуари). Теж саме стосується і середовища, в якому вони знаходяться – на більшості ілюстрацій відтворено мальовничі пейзажі України.

Кольорове вирішення проекту дотримується єдиної концепції: усі ілюстрації створено в пастельних кольорах із застосуванням легких текстур та лінійної графіки. Зображення не містять багато деталей, а фігури та форми, відтворені в ілюстраціях – чіткі, прямі та прості. Інформаційна складова слугує композиційним доповненням до усіх ілюстрацій. Обкладинка календаря складає невід'ємну частину композиції проекту та дає змогу користувачам зрозуміти, чому саме присвячена розробка.

4.3. Образно-художнє вирішення роботи

Тематикою образно-художнього вирішення дизайн-розробки календаря стала «Українська література». Це пов'язано з тим, що дана тема є досить актуальною сьогодні. Робота дає можливість відкрити для себе кращі зразки національної творчості та сприяє розвитку патріотичності у користувачів. Змістом для ілюстрацій календаря стали твори головних письменників України, а саме: І. Нечуй-Левицький «Кайдашева сім'я», Богдан-Ігор Антонич «Різдво», В. Підмогильний «Місто», М. Коцюбинський «Тіні забутих предків», О. Кобилянська «Земля», В. Нестайко «Тореодори з Васюківки», І. Котляревський «Наталка Полтавка», Л. Костенко «Життя іде і все без коректур...», М. Куліш «Мина Мазайло», П. Тичина «О панно Інно», М. Зеров «Близнята», Х. Алчевська «Русалчина хата».

Аби побудувати графічну складову образів, було використано певну структуру, яка прослідковується у більшості ілюстрацій для сторінок календаря, а саме: навколишнє оточення (різні сезони року, локації і т.п.), національну символіку (український одяг, прикраси, тощо), народні звичаї (святкування Різдва).

Сторінка календаря №1. Основна тематика ілюстрації – відображення Різдва Христового – Діви Марії, що тільки подарувала світові Спасителя. Зображення відповідає основним уявленням про Вертеп, а також – змісту твору Б.-І. Антонича, на якому воно базується: у долонях Богородиця тримає місяць, а маленький Ісус зображений на санях.

Сторінка календаря №2. На ілюстрації для місяця лютого головний герой роману «Місто» В. Підмогильного Степан Радченко зображений як підкорювач столиці: його образ слугує центральною точкою композиції. Оточений всеохоплюючою індустріалізацією, він простягає руки догори, демонструючи, що усі ці будівлі – тепер підкорені ним володіння.

Сторінка календаря №3. Сюжетом для березневої сторінки календаря став твір Христини Алчевської «Русалчина хата». Історія відкриває нам таємничий світ русалки та показує її приховане, проте дуже «людське» життя.

Сторінка календаря №4. Концепція четвертої ілюстрації – відображення дівчини-весни, що лежить на весняному цвіті дерев. Дівчина виступає уособленням квітневого вечору, що згадується в творі: його свіжості, легкого весняного холоду і різносторонніх зір, що відображаються в калюжах.

Сторінка календаря №5. Сюжетом для травневої композиції стали події твору І. Котляревського «Наталка Полтавка». На сторінці календаря відображено Наталку, що є засмученою через свою нелегку долю: через

натиск з боку власної матері їй доводиться приймати залицяння Возного Тетерваковського, який їй зовсім не подобається.

Сторінка календаря №6. За основу зображення взято історію українських Ромео та Джульєтти: Івана Палійчука та Марічки Гутенюк. Для календарної ілюстрації вибраний фрагмент твору, в якому головні герої є ще дітьми: вони пасуть отару овець і саме там зароджується їхнє кохання.

Сторінка календаря №7. Композиція ілюстрації для місяця липня базується на повісті І. Нечуя-Левицького «Кайдашева сім'я». Зображення знайомить нас з основними персонажами: Мотрею, Кайдашихою та Омельком, які знову вдалися до сварки.

Сторінка календаря №8. Відомі українські тореадори Ява і Павлуша стали головними героями ілюстрації, розробленої для місяця серпня. В основу зображення покладено фрагмент, де головні герої поїдають крадені кавуни з баштану діда Салимона.

Сторінка календаря №9. Сюжетна композиція ілюстрації базується на творі О. Кобилянської «Земля». На малюнку зображені два брати: Сава (на задньому плані) та Михайло (на передньому). Концепція зображення розкриває істинні відносини головних героїв та те, наскільки вони різні.

Сторінка календаря №10. Для місяця жовтня була розроблена ілюстрація на основі твору М. Куліша «Мина Мазайло». Картина повідає про фрагмент, в якому вчителька Баронова-Козино безуспішно вчить Мину Мазайла «руського язика», адже період осені – чудовий час для читання книг.

Сторінка календаря №11. Образно-стилістичне вирішення ілюстрації №11 представлене зображенням годинника – основного виміру часу людства. Ілюстрація, в основу якої було покладено твір Л. Костенко «Життя іде і все без коректур...» демонструє поетапний розвиток, який пройшло людство через величезний відлік часу.

Сторінка календаря №12. Сюжет ілюстрації для місяця грудня розкриває історію спогадів П. Тичини про його почуття до панни Інни. На малюнку головна героїня виступає тлінним нечітким образом: її присутність несправжня, однак поет відчуває її, згадуючи минулі часи в засніжену пору року.

Композиційна структура даного проекту є виваженою та гармонійною: ілюстрації виконані в єдиному стилі, вони об'єднують проект завдяки використанню єдиної кольорової гамми, простих форм, асиметрії, тощо. Завдяки простоті ліній проект не виглядає «важким»: робота не містить забагато деталей, тому графічне вирішення сприймається легко.

4.4. Матеріали та техніка виконання

Виготовлення даної розробки можна розділити на декілька етапів, кожен з яких є надзвичайно важливим, адже має вплив на кінцевий вигляд розробки. Саме тому слід підходити до роботи над кожною частиною відповідально та діяти відповідно до планових етапів проекту.

Етапи виробництва авторського календаря на тему: «Українська література».

На першому етапі було створено ескізи, детально продумано композицію та характер персонажів, а також – перенесено початкові варіанти проекту в графічну програму для подальшої розробки.

Другим етапом стала робота над самими ілюстраціями для календаря: було детально підібрано колористику та гамму, яка найкраще відтворює задум ілюстрацій. Основним акцентом в ілюстраціях стало поєднання доданих текстур. Також було обрано шрифт, який став невід’ємною частиною композиції.

Третім етапом стало внесення корективів та додання певних деталей в ілюстрації з метою надання проекту цілісності.

Четвертим етапом стало друкування готового проекту-розробки. Для календаря було обрано формат А4 та цифровий формат друку з застосуванням крейдованого паперу. Такий метод дозволяє отримати надзвичайну деталізацію зображення, а сам процес займає набагато менше часу, ніж, наприклад, при офсетному друці. Після друку розробка зазнала додаткової обробки – ламінування.

Отже, для розробки було створено тринадцять ескізів (обкладинка та 12 сторінок календаря на кожен місяць) та тринадцять готових ілюстрацій, об’єднаних в єдиний календар формату А4. При роботі над ескізами було використано звичайний графітний олівець, для роботи в кольорі було обрано програму Photoshop. Кінцевий варіант ілюстрацій було відтворено за допомогою цифрового формату друку.

Висновки до розділу 4

Розділ 4 містить в собі опис дизайн-проекту настінного календаря на тему «Українська література». Він складається з дванадцяти ілюстрованих сторінок, основною тематикою яких виступають сюжети творів кращих українських письменників: І. Нечуя-Левицького «Кайдашева сім’я», Богдана-Ігора Антонича «Різдво», В. Підмогильного «Місто», М. Коцюбинського «Тіні забутих предків», О. Кобилянської «Земля», В. Нестайка «Гореодори з Васюківки», І. Котляревського «Наталка Полтавка», Л. Костенко «Життя іде і все без коректур...», М. Куліша «Мина Мазайло», П. Тичини «О панно Інно», М. Зерова «Близнята» та Х. Алчевської «Русалчина хата». За

формотворенням календарні ілюстрації мають однакові розміри (формат А4) та єдину орієнтацію композиції. Композиція усіх зображень є ритмічною, асиметричною та динамічною.

Функціональне призначення даного виду поліграфічної продукції – перш за все, поінформування щодо літературної спадщини України. Ілюстрації календаря можуть виступати певним інформативним джерелом в галузі літератури.

У роботі прослідковується дотримання усіх правил техніки безпеки та ергономічних вимог за головними аспектами.

Образи, що були використані в розробці даної продукції, є продуманими та характеризують авторське бачення головних персонажів української літератури. Для візуального відтворення календарного циклу було взято фрагменти з творів, що характеризують певні пори року (сцену поїдання кавунів Яви та Павлуші для ілюстрації місяця серпня (В. Нестайко «Тореадори з Васюківки»), фрагмент з твору М. Коцюбинського «Тіні забутих предків», в якому Марічка та Іван пасуть овець (ілюстрація для місяця червня) та ін.

Процес створення календаря складається з чотирьох етапів, серед яких: перший – створення ескізів, другий – робота над ілюстраціями, третій – внесення корективів до проекту, четвертий – друкування готового проекту-розробки. З матеріалів було використано: папір, графітний олівець. Перенесення ескізів у цифровий формат відбулося з допомогою програми Adobe Photoshop.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота магістра розглядає роль ілюстрації в дизайні авторських календарів. Було одержано такі результати, що містять наукову та практичну цінність.

1. Було досліджено, що календарна ілюстрація виконувала багато функцій, зокрема: інформативну (ілюстрації до тематичних календарів), агітаційну (ілюстрації до патріотичних видань календарів, таких як часопис-альманах «Нового шляху», календар УНС, тощо), пропагандистську (календарі Північної та Південної Кореї), культурно-просвітницьку («Український історичний календар», «Лемківський календар», дитячий календар «Дванадцять місяців, тощо).

2. Було з'ясовано вплив образів, застосованих в ілюстрації на передання певної інформації в контексті календаря (образ Санта Клауса для бренду «Coca-Cola», образ Хільди для календаря «Brown & Bigelow», тощо). Дослідження показали, що художні персонажі можуть ставати чудовим об'єктом висвітлення потрібної інформації/посилу/ідеї для суспільства.

3. Було розглянуто історію створення календарів та розкрито вплив основних історичних та культурних аспектів на їх зовнішній вигляд. Висвітлено, що більшість календарів різних культур виникли з традиційних або релігійних міркувань, наприклад: ісламський, християнський, єврейський та будистський. Також проаналізовано еволюцію дизайну календарів та їх вигляду на різних етапах розвитку людства, включаючи вплив технологій та друку на їх зовнішній вигляд.

4. Було проаналізовано основні типи календарів, такі як настінні, настільні, кишенькові, календарі-плакати, відривні та книги-календарі, з описом їх особливостей та використанням матеріалів для їхнього виготовлення. Також досліджено історію ілюстрації в календарях, від наскальних малюнків до сучасних робіт, і проаналізовано роль пропаганди в календарній ілюстрації.

5. Було розглянуто застосування ілюстрації як важливого елементу дизайну календарів та її вплив на культурну спадщину людства. Проаналізовано приклади популярного та вдалого дизайну календарів, які відображають розвиток тематики та стилів від гламурних образів до глобальних проблем. Також описано роботи відомих фотографів, що співпрацювали з відомими брендами та їхній внесок у соціальну значущість календарів. Розкрито значення авторської ілюстрації в руйнуванні стереотипів про красу та розширення уявлень про ідеальне тіло, наголошено на актуальності використання авторської ілюстрації для зміни уявлень про красу та підкреслено роль дизайну у створенні впізнаваного образу бренду.

Загалом, можна сказати, що календар, як вид поліграфічної продукції, зокрема ілюстрація в ньому, не втрачають своєї актуальності. Щороку з'являються нові проекти, які несуть не тільки практичну користь для людства, а й демонструють розширений погляд на інформативність

календаря, наділяючи його окрім основної інформації додатковим матеріалом. Ілюстрація ж виступає предметом відтворення цих ідей, вона надихає, мотивує, агітує і просто збагачує світ естетично.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕ РЕЛ

1. Philip Alexander. THE CALENDAR: it's history, structure and improvement// Cambridge, at the university press, 1921, p. 93
2. Dawn today's paper. Defining time: Different cultures, different calendars. URL: <https://www.dawn.com/news/776432/defining-time-different-cultures-differentcalendars> (дата звернення: 13.05.2023).
3. Longstaff Alan. Calendars from around the world. *National Maritime Museum*, 2005, P. 21.
4. RABBI ALLEN S. MALLER. Why All Epochal Calendars Are Religious. URL: <https://www.islamicity.org/79844/why-all-epochal-calendars-are-religious/> (дата звернення 20.05.2023).
5. Mertes Alyssa. Who Invented the Calendar? A History of Days, Months, & Years. URL: <https://www.qualitylogoproducts.com/blog/history-of-calendars/> (дата звернення 23.05.2023).
6. E. G. (Edward Graham) Richards, Mapping time: the calendar and its history. *Oxford university press*, New York, Tokyo, 1998, P. 188
7. Bertelli Francesco. A brief history of calendar design. URL: <https://uxdesign.cc/a-brief-history-of-calendar-design-c3f876689fed> (дата звернення 28.05.2023).
8. The Online Books Page. The Youth's Companion// Archives of Complete Issues. URL: https://onlinebooks.library.upenn.edu/webbin/serial?id=youthsc_ompanion (дата звернення 30.05.2023).
9. Allyn, David. Make Love, Not War: The Sexual Revolution. *Little, Brown and Company*. (2000). pp. 4-5.
10. Art Guide. How Technology is Changing the Art World. URL: <https://www.artdex.com/how-technology-is-changing-the-art-world-2/> (дата звернення 03.06.2023).
11. Mertes Alyssa. What Are the Different Types of Calendars? A Guide to the Calendars Used Around the World. URL: <https://www.qualitylogoproducts.com/blog/different-types-of-calendars/> (дата звернення 06.06.2023).
12. Art Glossary. ENCYCLOPEDIA OF ART. Illustration: History, Types, Characteristics. URL: <http://www.visual-arts-cork.com/illustration.htm> (дата звернення 08.06.2023).
13. Norris Michael. MEDIEVAL ART// A Resource for Educators. *The Metropolitan Museum of Art*, New York, 2005, P 13-14.

14. J. Biggs Sarah. 'More Unique Than Most': the Benedictional of St Æthelwold. URL: <https://blogs.bl.uk/digitisedmanuscripts/2014/02/more-unique-than-most-the-benedictional-of-st-%C3%A6thelwold.html> (дата звернення 09.06.2023).
15. THE MET. Hypnerotomachia Poliphili. URL: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/365313> (дата звернення 13.06.2023).
16. British Printing Society. History of Printing. URL: http://www.bpsnet.org.uk/history_print.html (дата звернення 15.06.2023).
17. The Linnean Society of London. Nature Printing. URL: <https://www.linnean.org/research-collections/on-display/staircase/nature-printing> (дата звернення 18.06.2023).
18. Virgil. The Eclogues. *University of California Libraries*. Portland, T. B. Mosher. 1898. P.10 URL: [Virgil. The Eclogues done into English prose : Virgil : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive](#) (дата звернення 20.06.2023).
19. SAINT MALO DOMINIQUE. What is Art Nouveau — History, Style, Artists & Works Explained. <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-art-nouveau-definition/> (дата звернення 28.06.2023).
20. Mikel Bilbao Salsidua. The poster: from practical function to work of art. *Exhibition catalogue "Messages off the Wall. Posters in the Bilbao Fine Arts Museum Collection" (1886-1975)*, Spain, Bilbao, 2016. P. 10-11, 17.
21. Freches-Thory Claire. The Nabis : Bonnard, Vuillard and their circle. Flammarion, 26. Paris. 1990. 325 p, URL: <https://archive.org/details/nabisbonnardvuil0000frec/page/n5/mode/2up> (дата звернення 01.07.2023).
22. Harrington Peter. Children's books & original artwork. *Catalogue 183*. Connect House, 133–137 Alexandra Road, London SW. P.55-75.
23. Jong, Cees de; Purvis, Alston W., Le Coultre, Martijn F. The poster : 1,000 posters from Toulouse-Lautrec to Sagmeister. New York, Abrams. 2010. P. 62-63.
24. Wrede Stuart. The modern poster. The Museum of Modern Art, New York, 1988. P. 36-37.
25. Reynolds Christopher. Must Reads: Grab an apple and enter the Fillmore, San Francisco's cradle of psychedelia that continues to rock. *Los Angeles Times*. URL: <https://www.latimes.com/travel/la-tr-sites-sounds-fillmore-sf-20180503-htmlstory.html> (дата звернення 08.07.2023).

26. Classic Posters: The World's Largest Dealer in Vintage Rock 'n' Roll Posters/ URL: <https://www.classicposters.com/artist/bonnie-maclean/> (дата звернення 11.07.2023).
27. INDIEGROUD. BEST ALBUM COVERS OF THE 60S. URL: <https://indiegroud.net/blog/best-album-covers-of-the-60s/> (дата звернення 14.07.2023).
28. Ford, Carin T. Andy Warhol: pioneer of pop art. *Berkeley Heights, NJ: Enslow Publishers. USA. 2001. 118 P.*
29. Kim Jeongmin. Bodacious bikini babes: South Korean propaganda leaflets in the 1980s. URL: <https://www.nknews.org/2021/03/bodacious-babes-south-korean-propaganda-leaflets-in-the-1980s/> (дата звернення 25.07.2023).
30. Jin K. Kim, Ph. D. Themes in Korean War-Era Leaflets: Implications for Future North-South Korean & Korean-U.S. Dialogues. *Department of Communication Studies. Michigan, U.S.A. July 7-11, 1993. P. 4-6.* URL: <https://library.ndsu.edu/ndsarchives/sites/default/files/Themes-in-Korean-War.pdf> (дата звернення 17.07.2023).
31. Hyeong Park Jun. North Korea in Mass Calendar Recall. URL: <https://www.dailynk.com/english/north-korea-in-mass-calendar-recal/> (дата звернення 30.07.2023).
32. Daily NK. North Koreans shun propaganda calendars. URL: <https://www.dailynk.com/english/%5Bphoto%5D-north-koreans-shun-propaga/> (дата звернення 02.08.2023).
33. Lavazza team. LAVAZZA CALENDAR, STORIES OF ART AND PHOTOGRAPHY. URL: <https://www.lavazza.ca/en/calendar/lavazza-calendar> (дата звернення 07.08.2023).
34. Lavazza. Yes! We are open. URL: <https://calendar.lavazza.com/calendar-2023/en.html> (дата звернення 10.08.2023).
35. Les Toil. Dyane Bryer`s Hilda. URL: [My Duane Bryers Interview | toilgirls](#) (дата звернення 14.08.2023).
36. Bustle. Have You Heard Of This Forgotten Pinup Girl? URL: <https://www.bustle.com/articles/61141-hilda-is-the-lost-pinup-girl-of-the-1950s-so-here-is-why-duane-bryers> (дата звернення 16.08.2023).
37. The Coca-Cola company. Haddon Sundblom and the Coca-Cola Santas. URL: <https://www.coca-colacompany.com/about-us/history/haddon-sundblom-and-the-coca-cola-santas> (дата звернення 19.08.2023).
38. CLEMENT CLARKE MOORE. A Visit from St. Nicholas. URL: <https://www.poetryfoundation.org/poems/43171/a-visit-from-st-nicholas> (дата звернення 25.08.2023).

39. Друкарня HUSS. Найпопулярніші типи друкованих календарів. URL: <https://huss.com.ua/nauropulyarnishi-tipi-drukovanih-kalendariv/> (дата звернення 29.08.2023).
40. Юноша С.П. Інновації в дизайні авторських календарів. *Актуальність застосування авторської ілюстрації в дизайні календарів*. II Міжнародна науково-практична інтернет-конференція молодих вчених та студентів «Традиції та новації в дизайні. ЛНТУ, 2023 р. URL: <https://docs.google.com/document/d/1GfjmbIqgtWHG4mlLZ50QZFrzjs35J29c/edit> (дата звернення 02.09.2023).
41. Круглый год. Книга-календарь для детей. Издательство «Детгиз». 1958. С. 152. URL: <https://violity.com/ua/108423654-kruglyj-god-kniga-kalendar-dlya-detej-na-1958> (дата звернення 05.09.2023).
42. Л. Ф. Филатова, О. А. Никологорская. Календарь для женщин, 1983г.// Политиздат 125811. ГСП, Москва, А-47, Миусская ил., 1985. URL: <https://archive.org/details/B-001-025-909-ALL/mode/2up> (дата звернення 06.09.2023).
43. Л. Ф. Филатова, О. А. Никологорская. Календарь для женщин, 1983г.// Политиздат 125811. ГСП, Москва, А-47, Миусская ил., 1983, С. 20; 196; 380; 726. URL: <https://archive.org/details/B-001-025-910-ALL/page/n173/mode/2up> (дата звернення 07.09.2023).
44. О. В. Антоник, М. Л. Бутрин. Типологічні особливості календарів Івана Тиктора. *Книгознавство*. 1995. С. 164-169. <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/31/43.pdf> (дата звернення 09.09.2023).
45. Видавниче товариство ім. Івана Франка. Ілюстрований календар «Розвага». *Памятна книжка полонених українців*. 1916. 344 С. URL: <https://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/20383/file.pdf> (дата звернення 11.09.2023).
46. Тарас Гринівський. Товариство «Руська бесіда»: видавничий рух від москвофільського «язичія» до національного пробудження. URL: <https://chytomo.com/tovarystvo-ruska-besida-vydavnychyj-rukh-vid-moskofilskoho-iazychiia-do-natsionalnoho-probudzhennia/> (дата звернення 12.09.2023).
47. Друкарня наукового товариства ім. Шевченка. Ілюстрований народний календар товариства «Просьвіта». Львів. 1913. 364 С. URL: [Narodni iliustrovanyi kalendar "Prosvity." : Tovarystvo "Prosvita." : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive](https://www.archive.org/details/Narodni_iliustrovanyi_kalendar_Prosvity_01) (дата звернення 13.09.2023).
48. Друкарня М. Бойчука в Коломиї. Ілюстрований календар-альманах «Жіночої долі» на звичайний рік 1927. Коломия. 1926. 31 С. URL:

<https://seedsandroots.net/ilyustrovanyj-kalendar-almanah-zhinochoyi-doli/> (дата звернення 15.09.2023).

49. М. В. Савчук. Мітла. *Енциклопедія сучасної України. Інститут енциклопедичних досліджень НАН України.* 2019. URL: <https://esu.com.ua/article-68998> (дата звернення 18.09.2023).

50. Косів Василь. „Український” дизайн „Українського Календаря” як візуалізація національної ідентичності українців Польщі. *Літературознавство і Культурознавство. Львівська національна академія мистецтв.* №4. 2017. С. 394-410.

51. В. І. Кава, Т. П. Коломієць, А. Г. Костецький, В. З. Нестайко, Б. Й. Чайковський. Настільна книга-календар «Дванадцять місяців». *Літературно-художнє видання.* Видавництво «Веселка». Київ. 1988. 198 С. URL: https://shron3.chtyvo.org.ua/Dvanadtsiat_misiatsiv/1989.pdf (дата звернення 20.09.2023).

52. М.Ф. Слабошпицький. Настільна книга-календар «Дванадцять місяців». *Літературно-художнє видання.* Видавництво «Веселка». Київ. 1991. 197 С. URL: [..\..\Downloads\djvu2pdf \(2\)\1991.pdf](..\..\Downloads\djvu2pdf (2)\1991.pdf) (дата звернення 21.09.2023).

53. Бібліотека українського мистецтва ім. К. Лебедєвої. Календар 1989 (на честь 80-річчя з дня народження Марії Примаченко). Київ, «Веселка», 1988. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Prymachenko_Mariia/Kalendar_1989.pdf (дата звернення 25.09.2023).

54. О. Апанович, В. Борисенко. Український історичний календар'95. *Додаток «Київська старовина».* Науково-популярне видання. Київ, Центр пам'яткознавства Національної Академії наук України, 1994. №5. 226 С. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Istorychnyi_kalendar/Ukrainskyi_istorychnyi_kalendar_1995.pdf (дата звернення 25.09.2023).

55. Думанецька А. Трендові гуси, «символічний» тигр і багато квітів: календарі-2022 від українських ілюстраторів. URL: <https://chytomo.com/trendovi-husy-symvolichnyj-tyhr-i-bahato-kvitiv-kalendari-2022-vid-ukrainskykh-iliustratoriv/> (дата звернення 30.09.2023).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Альбом ілюстрацій



Рис. А.1. Ієрогліфи на одному з перших Єгипетських календарів



Рис. А.2. Репродукція розписного настінного календаря пізньо-римської республіки Fasti Antiates Maiores



Рис. А.3. Гліфи, що представляють 18 юніалів та вайєб (нещасливих днів) календаря Майя

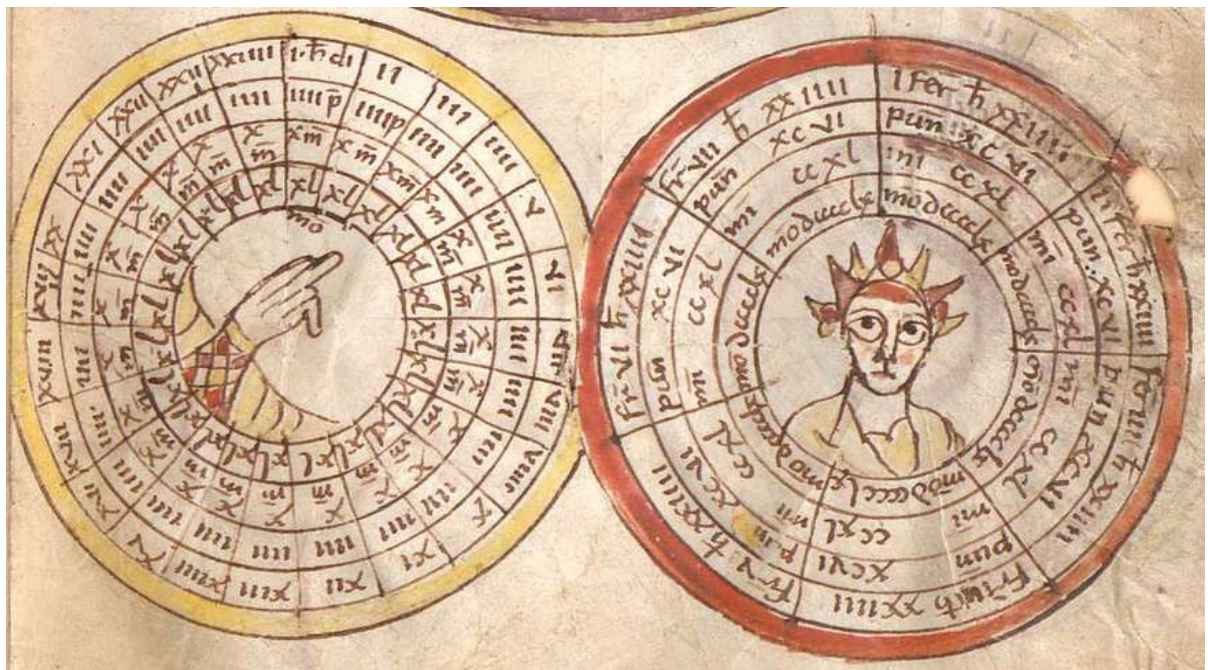


Рис. А.4. Календар у вигляді кругової діаграми



Рис. А.5. Приклад календаря 15 століття, розміщеного в колі



Рис. А.6. Сторінка з календаря «Newgate Calendar»: сцена, в якій Джон Драматті вбиває свою жінку



Рис. А.7. Ілюстрації до календаря Youth's Companion



Рис. А.8. Ілюстрація з календаря, присвяченого відомим письменникам

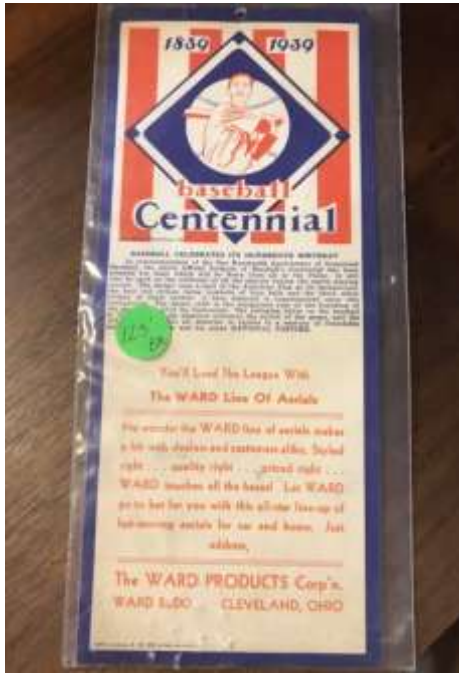


Рис. А.9. Календар, присвячений святкуванню сторіччя бейсболу



Рис. А. 10. оздоблення тарілок календарними ілюстраціями на різноманітну тематику



Рис. А.11. Каледнарї в стилї пін-ап



Рис. А.12. Настінний календар зі знаками зодіаку



Рис. А.13. Календар, розміщений на качалці для тіста



Рис. А.14. Релігійний календар



Рис. А.15. Годескальський перикоп



Рис. А.16 Вацлавська біблія



Рис. А.17. Релігійний рукопис «Le Livre du coeur d'Amours Espris»



Рис. А.18. Гравюра з технікою паралельної штриховки



Рис. А.19. Ілюстрації Самюеля Палмера до твору «Еклоги» Вергілія



Рис. А.20. Раймонд Бріггс: ілюстрації до книги «Сніговик» (1978р.)



Рис. А.21. Ханс Швейцер. Антисемітський плакат «Der ist schuld am Kriege!»



Рис. А.22. Мілтон Глейзер: обкладинка до альбому «Greatest Hits» Боба Ділана, 1968р.



Рис. А.23. Пропагандистський плакат проти імперіалізму

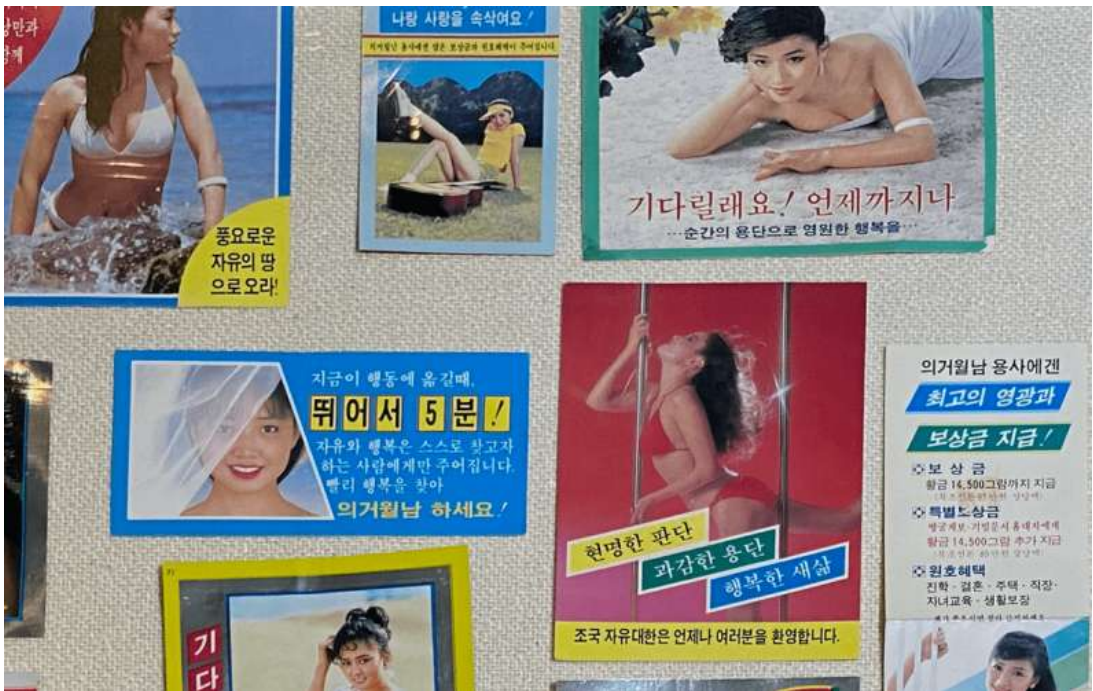


Рис. А.24. Пропагандистські листівки Південної Кореї 80-х років



Рис. А.25. Друкована пропаганда Південної корєї



Рис. А.26. Обкладинки «Буковинського календаря» різних років



Рис. А.27. Обкладинки календаря-альманаху «Жіноча доля»



Рис. А.28. Обкладинки календаря «Золотий колос» в різні роки



Рис. А.29. Обкладинки журналу-часопису «Жомар» у 1939 та 1933 рр.



Рис. А.30. Обкладинки та ілюстрації календаря-альманаху «Мітла»



Рис. А. 31. Обкладинка та ілюстрації з календаря «Лиса Микита», 1949р



Рис. А.32. Обкладинки М. Левицького для «Лемківського календаря»



Рис. А.33. Обкладинки «Українського календаря» різних років



Рис. А.34. Обкладинки календаря «Дванадцять місяців» в різні роки



Рис. А.35. Фотографії Хельмута Ньютона для календаря «Lavazza» (1993, 1994pp.)



Рис. А.36. Фото Еллен фон Унверт для календаря «Lavazza» 1995 р.



Рис. А.37. Фото Фердинандо Шанна для календаря «Lavazza» 1996 р.

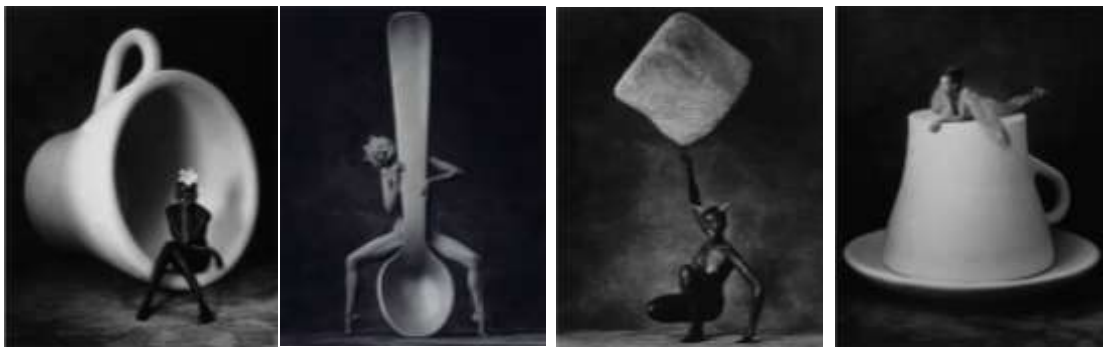


Рис. А.38. Фото Альберта Уотсона для календаря «Lavazza» 1997р.



Рис. А.39. Фото Марино Паризотто для календаря «Lavazza» 1998р.





Рис. А.40. Фотографії для календаря «Lavazza»: 1-Фото міжнародного агентства «Magnum Photos»(1999р.); 2- Фото Еліота Ервітта (2000р.); 3- Фото Мартіна Френка та Річарда Калвара (2001р.)



Рис. А.41. Фото Девіда Лашапеля для календаря «Lavazza» 2002р.



Рис. А.42. Фото Жана-Батіста Мондіно для календаря «Lavazza» 2003р.



Рис. А.43. Фото Thierry Le Gouès для календаря «Lavazza» 2004р.



Рис. А.44. Фото Ервіна Олафа для календаря «Lavazza» 2005р.



Рис. А.45. Фото Еллен фон Унверт для календаря «Lavazza» 2006р.



Рис. А.46. Фото Еудженіо Рекуенко для календаря «Lavazza» 2007р.



Рис. А.47. Фото Фінлі Маккея для календаря «Lavazza» 2008р.



Рис. А.48. Фото Енні Лейбовіц для календаря «Lavazza» 2009р.



Рис. А.49. Фото Майлза Олдріджа для календаря «Lavazza» 2010р.



Рис. А.50. Фото Марка Селігера для календаря «Lavazza» 2011р.



Рис. А.51. Знімки фотографів, що співпрацювали з календарем «Lavazza» з 1993- по 2011р. (2012р.)



Рис. А.52. Фото Марко Брамбілли для календаря «Lavazza» 2013р.



Рис. А.53. Фото Мартіна Шоллера для календаря «Lavazza» 2014р.





Рис. А.54. Фото для соціальних календарів «Lavazza»: 1 – Стів МакКеррі (2015р.); 2 – Джої Л.(2016р.); 3 – Деніс Рувр (2017р.); 4 – Платон Антоніу (2018р.); 5 – Амі Віталє (2019р.); 6 – Девід Лашапелє (2020р.)



Рис. А.55. Календарі ««Lavazza», виконані агентством Armando Testa: 1 – проект «Нове людство 2021»; 2 – проект «Я можу змінити світ»





Рис. А.56.1.2. Актриси з формами в 60-тих: 1 – Мерилін Монро; 2 – Аніта Екберг



Рис. А.57. Зображення Хільди на дошках для ілюстрацій



Рис. А.58. Зображення Хільди у відкритому одязі



1



2

Рис. А.59. Еволюція дизайну бренду «Соса-Сола»: 1 – шрифт; 2 – форма ПЛЯШКИ



Рис. А.60. Перше видання календаря «Соса-Сола»



Рис. А.61. Зображення Санти, створене Томасом Настом для Harper's Weekly, 1862 р.



Рис. А.62. Санта Клаус Фреда Мізена для реклами «Соса-Сола», 1930 р.



Рис. А.63. Ескізи Хеддона Сандблома до образу Санта Клауса



Рис. А.64. Ілюстрації Хеддона Сандблома для календаря різних років



Рис. А.65. Зображення Хлопчика Спрайта в рекламі «Coca-Cola»

ДОДАТОК Б

Схеми і таблиці

| Month | Latin | Origin |
|-----------|------------|--|
| January | Januarius | Named after the god Janus. |
| February | Februarius | Named after Februa, the purification festival. |
| March | Martius | Named after the god Mars. |
| April | Aprilis | Named either after the goddess Aphrodite or the Latin word aperire, to open. |
| May | Maius | Probably named after the goddess Maia. |
| June | Junius | Probably named after the goddess Juno. |
| July | Julius | Named after Julius Caesar in 44 B.C.E. Prior to that time its name was Quintilis from the word quintus, fifth, because it was the 5th month in the old Roman calendar. |
| August | Augustus | Named after emperor Augustus in 8 B.C.E. Prior to that time the name was Sextilis from the word sextus, sixth, because it was the 6th month in the old Roman calendar. |
| September | September | From the word septem, seven, because it was the 7th month in the old Roman calendar. |
| October | October | From the word octo, eight, because it was the 8th month in the old Roman calendar. |
| November | November | From the word novem, nine, because it was the 9th month in the old Roman calendar. |
| December | December | From the word decem, ten, because it was the 10th month in the old Roman calendar. |

Рис. Б.1. Походження назви сучасних місяців

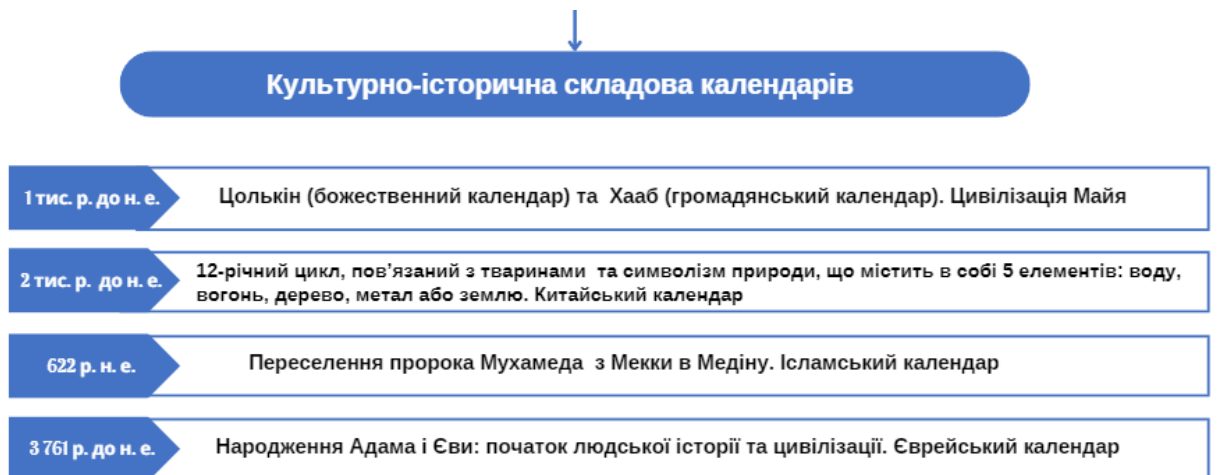


Рис. Б.2. Культурно-історична складова календарів



Рис. Б.3. Види календарів в графічному дизайні

Історія ілюстрації

| | | | |
|----------------------------|--|----------------------|---|
| 30 тис. р. до н. е. | Наскальні малюнки в печерах Ласко і Альтамира | 13-16 ст. | Розвиток традиційного плакату під впливом Тулуза Лотрека |
| 7 ст. н. е. | Раннє християнське мистецтво | 1888-1900 рр. | розвиток символізму під впливом творчості паризьких митців П'єра Боннарда, Поля Серусяра, Поля Рансона, Анрі Ібелса та Моріса Деніса. |
| 8 ст. | Каролінгські книжкові зображення | кінця 19 ст. | Розширення кольорового різноманіття в друкованих ілюстраціях через винайдення хромолитографічного друку |
| 16 ст. | Романська книжкова ілюстрація | поч. 20 ст. | Популярність книжкової ілюстрації |
| 18 ст. | Період готичної ілюстрації | 1879-1940-ті | Період стилю арт-деко (його застосування в плакатах) |
| 1440-1490 | Створення першого друкованого станка - розширення можливостей для ілюстрації | 1930-40 рр. | Розквіт пропагандистських плакатів через зміну політичної ситуації |
| 18 ст. | Розповсюдження техніки гравюри в книжкових ілюстраціях | 1900-40-ті | Заміна плакатних ілюстрацій мистецтвом фотографії |
| 19 ст. | Масове поширення ілюстрацій в газетах, журналах та ін друкованій продукції | 1960-ті | Поява плакатів у стилі психоделічного року |
| кінця 18 ст. | Зародження кольорових ілюстрацій (техніка цецтинту та акватинту) | 1960-ті | Поява стилю поп-арт під впливом Е. Уорхола та Р. Лікстелейна |
| 20 ст. | Масове застосування сталі та мідного гравювання в розробках книжкових ілюстрацій | 1970-80-ті | Розширення комерційного мистецтва: поява анімації, ігор та ін. |
| кінця 19 ст. | Поява витоків модернізму в ілюстраціях Обрі Бедслі | 1980-21 ст. | Початок та розвиток цифрової ілюстрації |

Рис. Б.4. Основні етапи розвитку ілюстрації



Рис. Б.5. Особливості дизайну українських календарів



Рис. Б.6. Тематична різноманітність календаря «Lavazza»

Авторська ілюстрація як спосіб боротьби зі стереотипами суспільства (на прикладі ілюстрацій Дуейна Брайерса до календаря Brown & Bigelow)



Рис. Б.7. Тематична різноманітність календаря Дуейна Брайерса

Авторська ілюстрація як обличчя календаря (на прикладі ілюстрацій Хеддона Сандблома для календаря «Coca-Cola»)

Ескіз Хеддона Сандблома до образу Санта Клауса



Рис. Б.8. Ілюстрації та скізи Хеддона Сандблома для календаря «Coca-Cola»

ДОДАТОК В

Дизайн-розробка настінного календаря «Українська література»

ЗАВДАННЯ НА ДИЗАЙН-РОЗРОБКУ ІЛЮСТРАЦІЙ ДО НАСТІННОГО КАЛЕНДАРЯ «УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА»

- 1. Призначення та галузь застосування:** дизайн-розробка настінного календаря «Українська література» призначена для випуску на ринок поліграфічної продукції як предмет дизайну.
- 2. Умова для розробки:** завдання на кваліфікаційну роботу для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти.
- 3. Мета розробки:** віднайдення власного графічного вирішення проекту-розробки (авторського календаря) на основі проаналізованого матеріалу .
- 4. Джерела:** література та аналоги.
- 5. Вимоги до розробки об'єктів проектування:**

склад об'єкта: до настінного календаря входять 12 ілюстрацій та обкладинка, що були створені на основі проаналізованих прототипів. Всі вони присвячені темі української літератури: певним фрагментам з творів відомих письменників України.

умови експлуатації: графічне відображення відтворюється на відповідному папері та вимагає специфічних підходів до експлуатації.

конструктивно-технологічне забезпечення: критерії відповідно до офсетного друку, сторінки календаря складаються з крейдованого паперу, щільністю 300 гр/м². Застосовується додаткове покриття – ламінування.

експлуатація здебільшого в закритому приміщенні, вологість не повинна перевищувати 75-85%; непрозорість пареру не повинна бути нижчою, ніж на 90%, необхідний відсоток білизни – 70%. Найвищі вимоги до якості.

ергономічні вимоги: файли, представлені в електронному форматі мають відповідати наступним критеріям: формат PNG, кольорова палітра – CMYK, роздільна здатність – 300 dpi.

вимоги естетики: згідно з основними правилами дизайну.

патентна чистота: дизайн-проект є авторською роботою, на патент не претендує;

вимоги до категорії якості: вимоги є найвищими.

6. Економічні вимоги: ціна готової розробки повинна виправдовувати якість та зовнішній вигляд календаря.

7. Специфічні вимоги: дотримання єдиного стилю у розробці, гармонізація кольорів, внесення текстур та додаткових елементів (деталей),

застосування спрощених форм з композиції настінного календаря «Українська література».

8. Характер та стадії розробки: нова дизайн-розробка, створена відповідно до результатів, отриманих при аналізі багатьох прототипів з виконанням усіх етапів розробки за методикою кафедри архітектури та дизайну ЛНТУ.

Стадії розробки: наукове дослідження, аналіз аналогів-зразків, розробка ескізів, визначення остаточних варіантів зовнішнього вигляду сторінок для настінного календаря, створення календаря.

9. Обмеження: для виготовлення певної поліграфічної продукції слід звертати увагу на такі критерії: матеріали, масштаб відповідно до майбутнього застосування, водостійкість фарби для друку, місце, в якому зберігається продукція.

10. Композиційні елементи та види робіт, що підлягають розробці:

- ескізи;
- графічне відтворення розробки;
- пояснювальна записка;
- друк сторінок календаря.

11. Пропозиції з використання матеріалів та виробів: для розробки даної роботи притаманне застосування паперу, однак можна застосувати альтернативні варіанти, що трапляються в аналогічних розробках, наприклад, дерево, тканина, ліпнина, тощо.

12. Перелік документів і художньо-графічних матеріалів, що передаються замовнику:

- теоретичні результати (пояснювальна записка, графічне вирішення);
- готовий варіант проекту в друкованому вигляді.

13. Порядок контролю та приймання: згідно з вимогами методів проектування та відповідно до домовленості сторін.

Магістрант _____  _____ (Юноша С. П.)

Керівник кваліфікаційної роботи _____  _____ (Дудка Р.О.)

Художньо-графічні пропозиції



Рис. В.1. Пошукове графічне вирішення образів календарних місяців: 1 січня;
2 - жовтня



Рис. В.2. Пошукове графічне вирішення образів календарного місяця березня

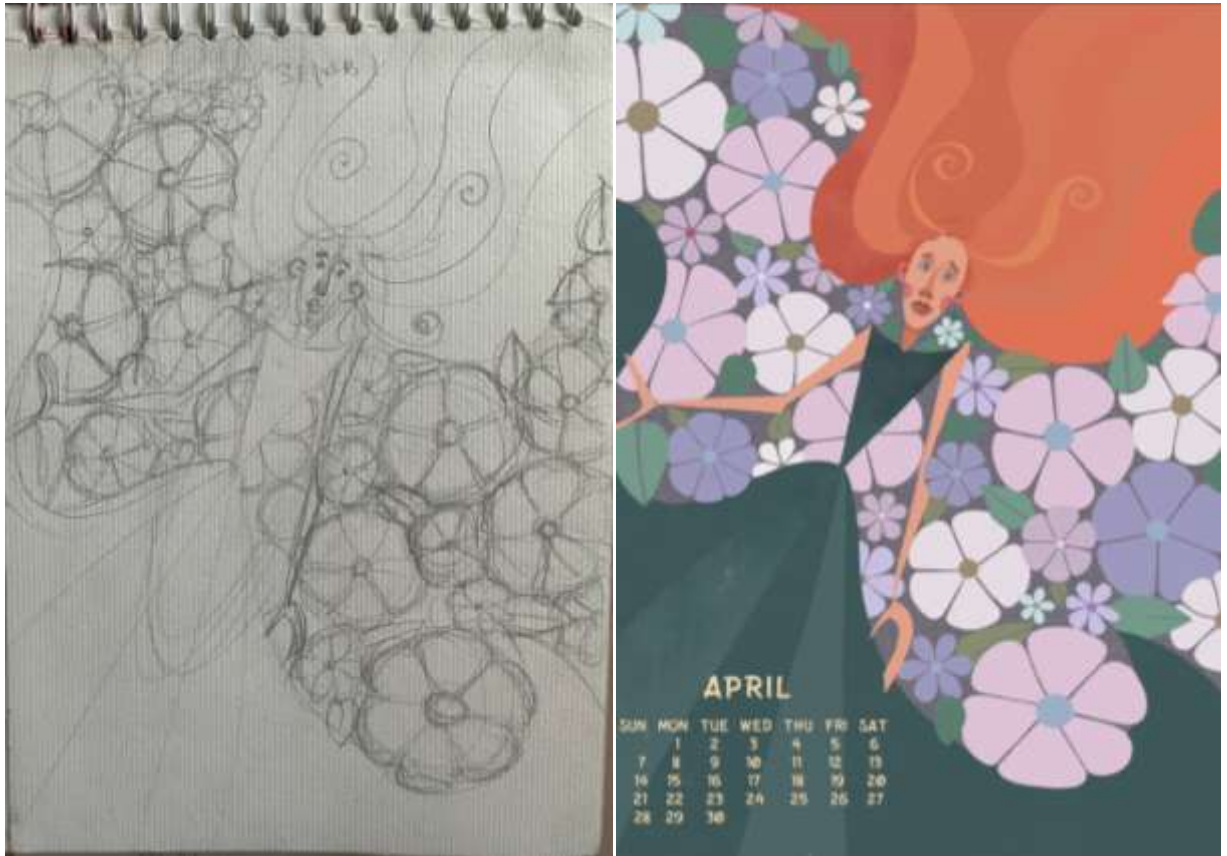


Рис. В.3. Пошукове графічне вирішення образів календарного місяця квітня



Рис. В.4. Пошукове графічне вирішення образів календарного місяця травня



Рис. В.5. Пошукове графічне вирішення образів календарного місяця червня



Рис. В.6. Пошукове графічне вирішення образів календарного місяця липня



Рис. В.7. Пошукове графічне вирішення образів календарного місяця серпня



Рис. В.8. Рис. Пошукове графічне вирішення образів календарного місяця вересня



Рис. В.9. Пошукове графічне вирішення образів календарного місяця лютого

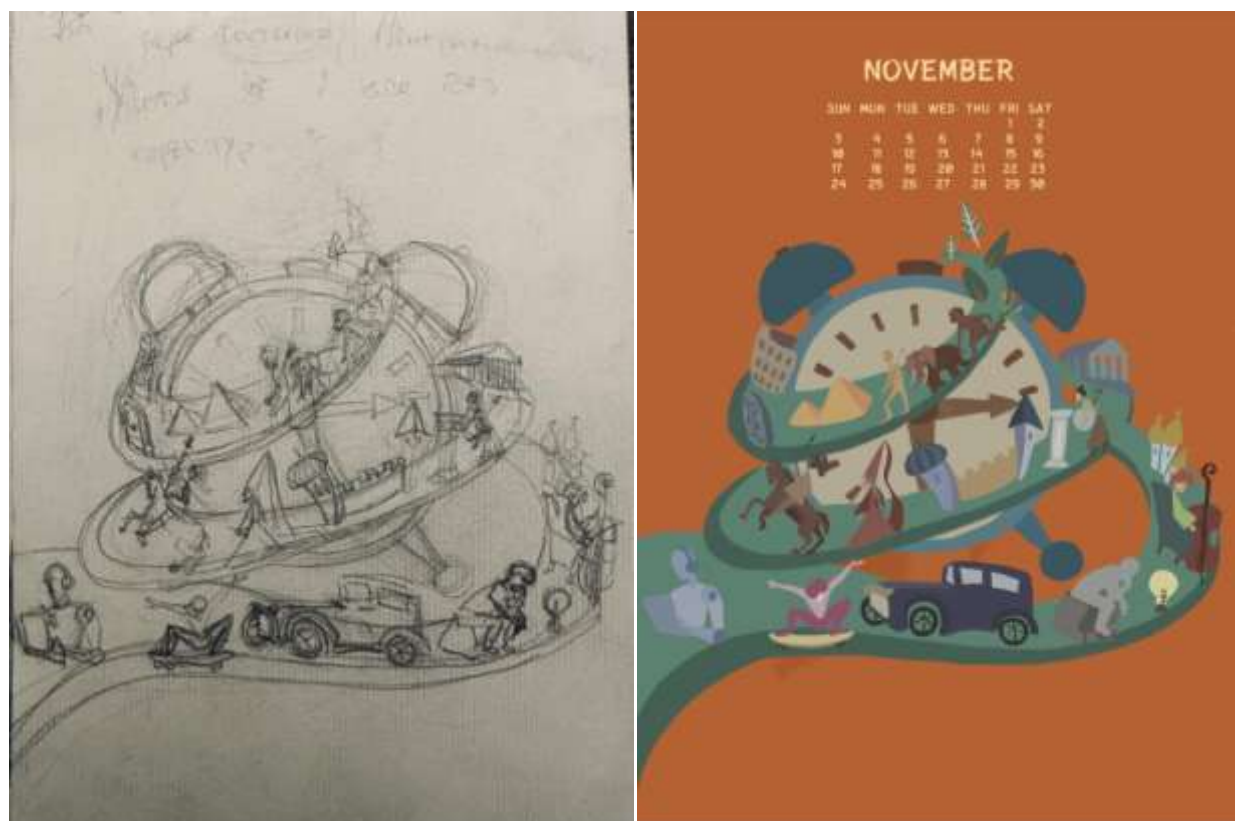


Рис. В.10. Пошукове графічне вирішення образів календарного місяця листопада



Рис. В.11. Пошукове графічне вирішення образів календарного місяця грудня

Дизайн-проектна розробка



Рис. В.12. Дизайн-розробка календарної ілюстрації на місяць квітень



Рис. В.13. Дизайн-розробка календарної ілюстрації на місяць серпень



Рис. В.14. Дизайн-розробка календарної ілюстрації на місяць вересень



Рис. В.15. Дизайн-розробка календарної ілюстрації на місяць лютий



Рис. В.16. Дизайн-розробка календарної ілюстрації на місяць листопад



Рис. В.17. Дизайн-розробка календарної ілюстрації на місяць грудень



Аркуш 1



Аркуш 2



Аркуш 3



Аркуш 4



Аркуш 5



Аркуш 6



Аркуш 7



Аркуш 8



Аркуш 9



Аркуш 10



Аркуш 11



Аркуш 12

Рис. В.19. Демонстраційна-графіка: аркуші 1-12



Аркуш 13



Аркуш 14



Аркуш 15



Аркуш 20



Аркуш 21

Рис. В.20. Демонстраційна-графіка: аркуші 13-15, 20-21



ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІННОВАЦІЇ В ДИЗАЙНІ АВТОРСЬКИХ КАЛЕНДАРІВ

Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 022 Дизайн
Володимир: ст. гр. Дл-21 Юліана С.П.



Лукан - 2023

Вибір тематичних напрямків роботи календарів та визначення тематики сторінок календарів



Вибір концепції та структурної побудови календарів



Розробка графічного оформлення календарів



Вибір авторських ілюстрацій та дизайну календарів



Вибір авторських ілюстрацій календарів

- 1884-1885** - Іванов Іванович ілюстрації до повісті "Смерть Івана Івановича"
- 1886-1887** - Іванов Іванович ілюстрації до повісті "Смерть Івана Івановича"
- 1888-1889** - Іванов Іванович ілюстрації до повісті "Смерть Івана Івановича"
- 1890-1891** - Іванов Іванович ілюстрації до повісті "Смерть Івана Івановича"

Сторінки календарів

| | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1884-1885 | 1886-1887 | 1888-1889 | 1890-1891 |
| 1892-1893 | 1894-1895 | 1896-1897 | 1898-1899 |
| 1900-1901 | 1902-1903 | 1904-1905 | 1906-1907 |
| 1908-1909 | 1910-1911 | 1912-1913 | 1914-1915 |
| 1916-1917 | 1918-1919 | 1920-1921 | 1922-1923 |
| 1924-1925 | 1926-1927 | 1928-1929 | 1930-1931 |
| 1932-1933 | 1934-1935 | 1936-1937 | 1938-1939 |
| 1940-1941 | 1942-1943 | 1944-1945 | 1946-1947 |
| 1948-1949 | 1950-1951 | 1952-1953 | 1954-1955 |
| 1956-1957 | 1958-1959 | 1960-1961 | 1962-1963 |
| 1964-1965 | 1966-1967 | 1968-1969 | 1970-1971 |
| 1972-1973 | 1974-1975 | 1976-1977 | 1978-1979 |
| 1980-1981 | 1982-1983 | 1984-1985 | 1986-1987 |
| 1988-1989 | 1990-1991 | 1992-1993 | 1994-1995 |
| 1996-1997 | 1998-1999 | 2000-2001 | 2002-2003 |
| 2004-2005 | 2006-2007 | 2008-2009 | 2010-2011 |
| 2012-2013 | 2014-2015 | 2016-2017 | 2018-2019 |
| 2020-2021 | 2022-2023 | 2024-2025 | 2026-2027 |

ДИЗАЙН-РОЗРОБКА АВТОРСЬКОГО КАЛЕНДАРЯ «УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА»

ДИЗАЙН-РОЗРОБКА АВТОРСЬКОГО КАЛЕНДАРЯ «УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА»




















ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІННОВАЦІЇ В ДИЗАЙНІ АВТОРСЬКИХ КАЛЕНДАРІВ

Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 022 Дизайн
Володимир: ст. гр. Дл-21 Юліана С.П.



Лукан - 2023



Рис. В. 21. Зовнішній вигляд планшету



Рис. В. 21. Загальний вигляд планшету