

Косюк О.М.,
доцент, к.філол.н.,
Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки,
Україна, м. Луцьк

МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ В КОНТЕКСТІ УЖИТКОВИХ МИСТЕЦТВ

На відміну від небуденної архітектури, декоративно-прикладне мистецтво – це естетико-комунікаційне освоєння середовища, яке оточує людину безпосередньо. Зазначена реалія втручається у наше повсякденне життя й художньо «оздоблює» створену людиною «другу природу»: будівлі, споруди, приміщення, вулиці, майдани, дороги тощо, формуючи красу та зручності всередині й довкола.

Твори ужиткового мистецтва – то дверна ручка, огорожа, віконне скло, світильник, брелок, годинник тощо. Цей вид мистецької комунікації можна вважати найбільш масовим (і в розумінні тотальності поширення, й у якісно-оцінному). По-перше, воно – тиражоване, а отже – менш оригінальне, ніж архітектура чи скульптура. Украй рідко створюється абсолютно неповторний дизайн вікон, дверей чи годинників. По-друге, вжиткові речі використовують усі. По-третє, цей вид мистецтва найповніше характеризує спільноту (предметом його виробництва є не лише повсякденні зручності, але й церковна культова утвар, меблі, текстиль, металеві вироби, лозоплетіння, кераміка та ін. Наскільки архітектура розповідає про епоху глобально, настільки декоративно-прикладне мистецтво – конкретно, структуруючи її за майновим, інтелектуальним та іншими принципами.

Декоративне мистецтво вбирає в себе досягнення інших видів функціональної культури, особливо живопису та скульптури. Власне живопис спершу й існував у вигляді настінної (наскельної) комунікації, і лише потім утворився станковий різновид цієї творчості. Те ж саме можна сказати й про скульптуру. Одним із видів щоденного мистецтва вважають фреску: монументальний живопис, виконаний на стіні. Безліч геніальних мистецьких творів (приміром, Мікеланджело, Рафаеля) належать, передусім, до категорії монументально-ужиткових.

Однак декоративне мистецтво – усе-таки комунікація комфортності, а не прикрашання. Спершу воно створює обжите середовище, а вже згодом – цілісний архітектурно-інтер'єрний ансамбль. Іншими словами: твори мистецтва повсякденності – не мертві символи, а живі «записи» людських справ, досягнень, відчуттів, задумів. Вони – дзеркало епохи, яке нічого не приховує. Мистецтвознавець та археолог можуть за уламком глека чи залишками стінного розпису з такою ж точністю відтворити епоху, як палеонтолог за слиною чи зубом – вигляд давно вимерлої тварини й природи, яка її оточувала.

Декоративне й ужиткове прикрашання предметів – один з найдревніших видів життєдіяльності. Одяг, меблі, хатне начиння, особисті речі й предмети віддавна створювали локальний та універсальний простори й презентували різні способи життя. На побуті завжди лежав найточніший образ особистості власника, спільноти, соціального середовища та епохи.

Оскільки ужиткове мистецтво збалансовано поєднує образне мислення та раціональний підхід майстра й споживача/замовника, то його параметри визначаються особливостями вподобань, творчих потреб, часової наповненості та практичної реалізації усіх складників комунікаційного ланцюга: відправника, сприймача, самого повідомлення (у вигляді виробу) та каналу транспортування інформації (майже завжди – візуального). Як вислід, принципами ужиткової комунікації доречно вважати золоте січіння Вітрувія («міцність, корисність краса»), а також розумність, хронологічну та естетичну співмірність. правильність, доречність, утилітарність тощо [1].

Стимулювали розвій ужиткової культури фантазія й цілеспрямованість покращити свій побут, тому найважливішими стали зорові та слухові рецептори, розвиток логічного мислення й творчої уяви, здатної продукувати оригінальність та матеріалізуватися у слові, камені й русі.

Образне мислення – один із найпростіших способів передавання оригінальності та доповнення середовища – неабияк вплинув на розвиток логіки: стимулював, експерименти, теорії, винаходи та, між іншим, формував функціональні пласти свідомості, ідеологій, інші фактори соціального й духовного життя спільнот [2].

Традиційні ремесла, мода, цехові виробництва, усе народне, масове та оригінальне сьогодні нестереотипно поєднується не лише зі скульптурою, графікою, а й – фотографією, ксерокопіюванням, цифровими електронними ЗМІ, що зумовило появу унікальної колористики, пластичних матеріалів й 3-D-технологій: кольорової принтерної печаті, що фіксує на тканині малюнки та фотографії; гобеленів у вигляді шпалер, у яких «майстер» – ЕОМ – до ниток додає волосся, метал, скло, пластик, папір, кераміку тощо; текстильної скульптури, багатофігурних композицій, тривимірних інтер'єрних об'єктів, інсталяцій, вітражів і фюзингу, художнього кування, флористики, плетіння з бісеру, бонсаї та багато іншого.

У царині ужитковості працюють художники, графіки, скульптори, архітектори, модельєри, навіть – кінематографісти. Суперідеї цієї діяльності у розтині сучасності – функціональність, екологічно чисті технології (приміром, з використанням водоростей, як у Японії), гармонія... І це, по суті, та ж таки, «переспівана» у контексті епохи цифрових технологій, тріада Вітрувія.

У прикладному декоруванні надважливі традиція та зв'язок зі старовиною, які, на жаль, зникли із багатьох інших систем комунікації. Водночас укласти в тисячолітню спадщину та бути доречним у контексті «тепер і зараз» – не так то й просто...

Інтер'єр, приміром, офісу визначається особливостями корпоративної культури. Тут важливо «подбати не лише про комфорт персоналу, а й про дотримання антуражу, зручність в інформуванні відвідувачів та про те, як справити належне враження на партнерів та конкурентів» [3].

Планктон офісу – це раціональна схема розташування місць, бадьора кольорова палітра, функціональні компактні меблі, оргтехніка, окремі кабінки, зона відпочинку (з кавовими автоматами, зеленню та акваріумними рибками). Надзвичайно важливі у комунікаційному середовищі також елементи уніформи, вироби із логотипами й рекламними зображеннями та іншими позитивними візуалізаціями діяльності.

Сфера масової комунікації, головню – журналістики, особлива. Тут ужитковість помітно трансформувалася. Навіть на регіональних телеканалах рідко зустрічається «ефект кімнати» зі столами, диванами, флористикою та

місцем для чаювання. Неелектронні банери та інші елементи «хатнього інтер'єру» тут – велика рідкість, хіба як віртуальний симулякр. Студії, найчастіше, зусібіч облаштовані цифровою апаратурою, яка може відтворити будь-що у довільних формах.

Зазирнімо у студію новин телеканалу «1+1» медіаконгломерату «1+1 Media» [4]. Переглядаємо випуск новин 18.05.2020 із Марічкою Падалко. Спершу з'являється заставка з мінімалістичною рекламою у червоному квадраті з написом «ТСН вражає». Далі бачимо комп'ютерні банери, які складаються з багатьох екранів і показують заставку із горизонтальними червоними смугами на фоні синьо-фіолетових кольорів комунікації. Згодом активуються різні «пазли» у вигляді геометрично спланованих фонових сюжетів.

Після відео про депортацію кримських татар на екрані загораються свічки у вигляді кола і починають гаснути за стрілкою годинника під ілюзією серцебиття – так триває хвилина мовчання. Вгорі (над свічками) напис: «18 травня – день пам'яті жертв геноциду кримськотатарського народу». Внизу фраза – «хвилина мовчання». Вгорі справа – сірим на загальному чорному фоні слоган: «1+1: ти не один», внизу зліва і справа – червоні логотипи «ТСН», які дещо відрізняються розміром і вертикальним рівнем зображення. Вочевидь, один – стабільний, інший – вмонтовано у сюжет. Між верхнім написом і свічками – імітація «світлових блукань», які балансують між зображенням німбів та спалахами зір.

Сама Падалко теж наче продовжує рухоме фонове зображення: вона без прикрас, з природнім макіяжем, одягнена у просту фіолетову сукню (в стилі Коко Шанель).

У випуску Алли Мазур (ТСН Тиждень) скрізь червоний фон. І блуза ведучої – теж. Без будь-яких переходів вмикається сюжет «Завод сурогатних немовлят» для іноземного всиновлення. У центрі – величезний круглий стіл-стійка. Внизу колові сині лінії. Кожен з комп'ютерів-пазлів здатен показувати інший сюжет. Усе це створює ситуацію активної динаміки.

Святослав Гринчук у випуску новин за 13.05.2020 постає в синьо-біло-фіолетовому класичному одязі на блакитно-сірому банерному фоні із вкрапленням червоного. Ситуативну відсутність червоної палітри в одязі диктора відкомпенсовує стабільний корпоративний логотип та багряна стрічка з назвою сюжету.

У новинах із сурдоперекладом [5], які веде Соломія Вітвицька, журналістка, як правило, в синьому, перекладач – у сірому. За спиною дикторки теж переважають червоні кольори, її ж напарниця оточена сіро-блакитним. Такий контраст, вочевидь, відтворює «табель про медійні ранги». Коли вмикається сюжет – перекладу мовою жестів немає. Однак – як компенсація – відео наповнюється текстовими документами, а не різновидами репортажу чи інших аудіовізуальних вставок.

Отже, сучасне прикладне мистецтво, здебільшого, віртуальне. Навіть в інтер'єрі квартири вже переважають імітації камінів, акваріумів та інших складників відпочинкових зон. Мабуть, не за горами той час, коли замість вікон будуть ставити монітори «із виглядом на море».

Що ж до сфери медіа, то єдиним «натяком» на традиційну ужитковість тут можна вважати одяг та прикраси журналістів. Хоча, у період карантину, Zoom та інші еквіваленти Skype дозволяють експериментувати і з цим.

Література

1. Гусейнов Гасан Память в архитектурной теории Витрувия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=hg27_w6irx8
2. Декоративно-прикладне мистецтво [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://estetica.etica.in.ua/dekorativno-prikladne-mistetstvo/>
3. Дизайн інтер'єру офісу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://interiorfor.com/gromadski-prymishhennya/dyzajn-inter-yeru-ofisu/>
4. ТСН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tsn.ua/online>
5. ТСН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/results?search_query=новини+тсн+1%2B1+сьогодні+онлайн+2020