

МИСТЕЦТВО / ИСКУССТВО

УДК 7.012

Крістіна Васильєва
(Київ, Україна)

СЕМІОТИКА ТА СИМВОЛІКА КОЛЬОРІВ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В МИСТЕЦТВІ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Українські дизайнери активно використовують українську символіку, щоб показати глибину української творчості. Важко назвати сферу людської діяльності, яка б не була пов'язана з кольором. Проте, незважаючи на велику кількість праць, присвячених дослідженню символіки кольорів, досить невелику частину приділяється семіотиці та символіці кольорів української культури та їх застосування в сучасному дизайні.

Ключові слова: семіотика, символіка кольорів, мистецтво, культура, дизайн.

Ukrainian designers actively utilize Ukrainian symbolism to showcase the depth of Ukrainian creativity. It's hard to think of a sphere of human activity not associated with color. However, despite the large number of works dedicated to exploring the symbolism of colors, only a small portion is devoted to the semiotics and symbolism of colors in Ukrainian culture and their application in contemporary design.

Key words: semiotics, color symbolism, art, culture, design.

Однією з головних проблем в Україні сьогодні є поєднання національної символіки та сучасного мистецтва та дизайну. Таким чином, незважаючи на глобалізацію, необхідно віднайти свій власний образ, свій власний архетип, який буде ідентифікувати країну як незалежну та соборну націю та впливатиме на формування національного патріотизму та ідеалів. Одним із символів в українській культурі та дизайні є використання національних кольорів. Правильне використання кольорів ґрунтується на глибоких знаннях і розумінні людського досвіду в цій галузі, а також на низці наукових праць та присвячених дослідженнях. Підхід до кольору в українській культурі як до константи естетичного сприйняття має велике значення при розробці поліграфічного та мультимедійного виробничого обладнання. Широке використання кольору в графічному дизайні та рекламі, сучасній візуальній комунікації, видавничій справі та поліграфії є актуальним аспектом сучасного світу. Сучасний дизайн і графічне мистецтво нерозривно пов'язані з комп'ютерними технологіями. Вся друкована рекламна продукція створюється або модифікується за допомогою комп'ютерів, а комп'ютери перетворилися з технічного обладнання на потужний художній інструмент. Стрімкий прогрес електроніки та розвиток комп'ютерних технологій докорінно змінили уявлення про художню творчість. З'явилися нові засоби створення зображень, нові інструменти та операції для передачі кольорів і тонів об'єктів. Аналіз присутності кольору в цілісному предметно-просторовому середовищі переконливо демонструє, що дизайнери починають свідомо і цілеспрямовано використовувати колір практично у всіх видах проектування і виробництва.

Об'єкти зовнішньої реклами та рекламні плакати різних розмірів важливі не тільки як засіб поширення інформації, але і як елемент міського оздоблення. Зовнішня реклама характеризується наявністю мільйонної аудиторії, відносно не високою вартістю, одночасним масовим контактом зі споживачами та значною сприйнятою відстанню при пішому пересуванні або русі по дорозі. При цьому, як правило, відсутня конкретна цільова група споживачів, тому зовнішня реклама повинна бути універсальною в цьому відношенні. У відкритому просторі люди мають однаково притаманну їм потребу в організації, послідовності, гармонії та ясності. Люди дуже чутливі не лише до розміру простору, але й до його "наповнення", що має значний вплив на їхній психологічний стан. У цьому полягає

головна відмінність сучасного дизайну від довгої епохи утилітарного виробництва, коли єдине, що потрібно було робити, – це виготовляти і купувати предмети повсякденного вжитку. Існують суттєві відмінності між рекламними повідомленнями та принципами побудови вивісок. Великі білборди працюють протягом коротких проміжків часу на певній відстані за різних погодних умов і прирізному освітленні. Тому інформаційні блоки повинні бути зведені до мінімуму, кольори – контрастними, а композиція-лаконічною, з простими для сприйняття графічними зображеннями. І навпаки, звернення в друкованих ЗМІ розглядаються довше і збільшої відстані, тому інформаційне наповнення буде зовсім іншим. Однак це не означає, що вся можлива інформація про компанію буде подана в заздалегідь визначеному форматі. Колір у рекламному дизайні завжди повинен сприяти реалізації комунікаційної функції. Поряд з назвами брендів і шрифтами, корпоративні кольори мають першорядне значення для ідентифікації компанії. Вважається, що колір найкраще підходить для встановлення контакту між компанією та її клієнтами. Загальновідомо, що кольори сприймаються і запам'ятовуються набагато швидше, ніж графічна або письмова інформація. У сучасній практиці корпоративні кольори все частіше використовуються як стилеутворюючий фактор при створенні промислової продукції, а також у рекламі. Професійне кольорове та графічне оформлення реклами є одним з основних психологічних впливів на споживачів, оскільки її зовнішній вигляд спрямований насамперед на людські емоції. Психологічні властивості кольору мають значний вплив на сприйняття колірної гами рекламного повідомлення. Розбірливість і чіткість сприйняття залежать від поєднання різних кольорів. Також встановлено актуальність використання системи колірно-графічних обмежень при створенні реклами та візуальних повідомлень для того, щоб вони швидше і чіткіше сприймалися та утримувалися у зоровій пам'яті споживачів. Семантичне поле кольорів є засобом передачі чуттєвого сприйняття світу. Кожна мова має свою семантику кольору, що пов'язано з історією народу, його культурою, побутом, традиціями тощо. Власне, символіка та семантика кольору – це приховане значення, яке надається різноманітним кольорам та їх відтінкам для вираження і передачі певних концептів, ідей, настроїв і почуттів [4]. Науковці пов'язують символіку кольору з асоціаціями, які виникали у людей у відповідь на різні кольори, спочатку несвідомо, а згодом систематично. З часом символіка окремих кольорів могла дещо змінюватися у зв'язку зі змінами у світогляді носіїв традиційних культур, але такі зміни не були радикальними та фундаментальними і відбувалися не настільки часто, щоб бути зафіксованими на сакральному рівні традиційного мистецтва. У давніх українських віруваннях колір визначався як один із головних творчих принципів у процесі творення світу. Поняття "колір" пов'язане з особливостями людського мислення та його розвитком, особливостями національної культури та розвитком наукової думки. Перші спроби розшифрувати символіку кольору належать до сфери культурології. У цій науці кожен колір прочитується як слово, сигнал, знак або символ. Розуміння кольорів може бути суб'єктивним, індивідуальним або колективним. Формування систем колірної символіки повсюдно було невіддільне від розвитку людства в цілому. Воно також було невіддільне від його основних культурних тенденцій. Характер кольорової палітри регіону значною мірою визначається характером кольорів природного середовища та природою природних барвників і сировини. На території Київської Русі, коливалася від зелених і синіх до червоних і коричневих тонів. Основу палітри складали гармонійні контрастні пари червоного і зеленого, жовтого і синього, триколірні (червоно-зелено-сині) з контрастними і гармонійними протиставленнями кольорового сприйняття, чотириколірні (червоно-зелено-жовто-сині) з контрастними і гармонійними протиставленнями. Поєднання взаємодоповнюючих червоного та зеленого кольорів є найпоширенішим гармонійним поєднанням, що зустрічається в природі. Існують численні приклади використання цієї пари як основи колориту майже в усіх видах українського образотворчого, декоративного та ужиткового мистецтва. Червоний, білий і чорний мали сакральне значення в житті та творчості людей. Тому кольори оздоблення житла (розписів, картин, вишитих рушників, кераміки та текстилю) завжди були спрямовані на створення затишної та святкової

атмосфери в родині. Більше того, в традиційній українській побутовій культурі кольори та фарби були важливими магічними інструментами. Фарбуючи предмети побуту в певні кольори, люди намагалися вплинути на злі сили, які їм непідвладні, та привернути до себе добрі сили.

Розглянемо найбільш виразні особливості семантики кольору традиційної української культури, що сформувалися впродовж століть.

- Білий колір в українському мистецтві та дизайні означає невинність, чистоту й радість. Він нейтральний: пов'язаний з чарівною силою денного світла, що виражає спорідненість із Божественною силою, осередком світлого «Правого» світу. Білий світ символізує все видиме, осяяне небесним світлом. Білий місяць означає світлий, ясний; білі коні возять колісницю бога Сонця. У давнину це колір бога Білобога, ангелів, святих, праведників [1].

- Червоний-єдиний яскравий колір, який зустрічався навіть у середньовічній Європі. Варто зазначити, що чорний колір в Україні має багато значень і не лише символізує сумні події. Чорні вишиванки широко поширені серед українців. Чорна вишиванка символізує мудрість і знання, накопичені поколіннями, її часто носили люди похилого віку. Крім того, чорний колір символізує землю, родючість і процвітання. Його часто використовують для предметів побуту та одягу. Сьогодні, доречі, чорний вважається кольором творчих людей.

- Жовтий сприймається як колір тепла, радості, свободи. Часто його ототожнюють із сонячним світлом та проявом Божественного. Також використовується в іконописанні поруч із близьким до нього золотим. Жовтий колір є відображенням свободи і щастя, то саме це його значення підсилюється завдяки гладенькій відполірованій блискучій поверхні золота. Золото, незалежно від його купівельної спроможності, виражає почуття безмежного осяйного щастя [3].

- Червоний колір досить суперечливий, адже з одного боку він символізує любов, тепло та енергію, проте з іншого – страждання, біль, помсту та агресивність. Червоний колір – символ не лише любові людської, але й Божої до тих, кого створив по своїй подобі та образу. Син Божий заради спасіння людства пролив свою святу кров, а після нього – інші мученики за віру Христову. Дійсно, червоний колір часто використовували для святкової вишивки, дітей та молоді, а також для весільних костюмів. Червоне носили як красиву річ. Зрозуміло, що ця характеристика червоного кольору, його асоціація з красою, святами, хвилюванням і веселощами, не залишилася поза увагою сучасних маркетологів. Тому існує багато брендів, які використовують червоний колір для створення святкового настрою. Червоний колір також має талісманну і сакральну роль. Це пов'язано з тим, що він дає велику енергію, життєву силу вогняної стихії. Червоний колір є переважаючим. Цей колір також використовується на більшості весільних рушників, тому що він символізує любов і радість, тяглість роду та кровну спорідненість. Червоний колір орнаментів також символізує кров, пролиту українськими воїнами в кривавих боях. В уяві людей він є символом краси, здоров'я, радості, достатку та любові. А українській вишивці він символізує нерозривні кровні зв'язки, любов, сім'ю і все, що сприяє міцному родинному зв'язку та щасливому подружньому життю.

- Синій – символ водяної стихії, жіночої основи, як протиставлення вогняночервоній чоловічій. Поєднання цих барв ще раз нагадує про твердження, що світобудова стоїть на боротьбі та єдності протилежностей. В українській вишивці синій колір використовується здебільшого як контур, а не саме наповнення. Ця барва символізує духовність та відповідає високому ступеневі розвитку людини.

- Зелений уособлює собою злагоду, спокій, молодість. Неодноразово зеленому кольору приписувалися цілющі властивості. В українській літературі саме трави (і відповідно – зелений колір) зазвичай символізують зцілення. Знахаркам і ворожкам надають небаченої сили могутності та влади над людиною, її здоров'ям та долею [2].

- Коричневий – затишок, безпека і відпочинок. Утворений колір від затемнення жовто-червоного, а, отже, експресивність його помірна. Найчастіше в українській вишивці використовується на Буковині та в поліхромних вишивках Західної України. Чорний колір має негативне значення в більшості випадків. Його ототожнюють зі злом, хворобою, тугою, смертю. Але альтернативне значення також має місце бути, як символу заглиблення, поміркованості, зрілості [3].

Отже, все вище сказане свідчить про те, що всі кольори в українському мистецтві та дизайні є відображенням багатьох символів, запозичених не лише з власної країни, а й з інших традицій. Незаперечним є також вплив віри та релігії, історичних, національних та регіональних особливостей.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Войтович В. М. Українська міфологія. Українська міфологія. Вид. 3-є. Рівне: Видавець В. Войтович, 2012. 664 с.
2. Домненко Т. В. Семантика кольору в контексті культури української вишивки. Сучасні проблеми архітектури та містобудування. 2016. Вип. 43. Ч. 1. С. 141–146.
3. Кольори національної вишивки – бачення кольорів. URL: https://arttime.at.ua/load/katalog_uzoriv/simvolika_ukrajinskoji_vishivki/kolori_nacionalnoji_vishivki_bachennja_koloriv/52-1-0-656 (дата звернення 18.05.2020).
4. Патлатюк Ю. Особливості кольорової символіки в англійській лінгвокультурі. *Науковий пошук студентів XXI ст. : актуальні питання гуманітарних і соціально-економічних наук*. Ізмаїл : РВВ ІДГУ, 2019. 412 с.