

УДК 76.01(410) «1950»

Даниленко Л.В.

Харківська державна академія
дизайну і мистецтв

СТИЛЬОВІ ПРОЦЕСИ У БРИТАНСЬКОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ 50-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ

Даниленко Л.В. Стилєві процеси у британському графічному дизайні 50-х років ХХ століття. У статті розглядаються особливості стилістичного розвитку графічного дизайну Сполученого Королівства повоєнного періоду; виявляються фактори, що справили найбільший вплив на його стилістику: європейський модернізм, патріотичний рух і американська реклама. Модерністський напрям у британському графічному дизайні 1950-х років проявився у формі «сучасного» стилю, що заявив про себе під час проведення британського фестивалю 1951 року, і більш радикальних формах швейцарського функціоналізму. Патріотичний рух відбивав настрої ностальгії за минулим. У складні повоєнні роки дизайнери зверталися до благополучної і ситої вікторіанської доби, створювали рішення, в яких поєднували кілька шрифтових гарнітур з варіаціями кеглів, максимально заповнювали композиційний простір орнаментами й декоративними елементами. Американський вплив найбільш яскраво відбився у галузі рекламного плакату.

Ключові слова: британський дизайн, «сучасний» стиль, швейцарський функціоналізм, вікторіанський стиль, американський вплив.

Даниленко Л.В. Стилєвые процессы в британском графическом дизайне 50-х годов ХХ века. В статье рассматриваются особенности стилістического развития графического дизайна Соединенного Королевства послевоенного периода; выявляются факторы, оказавшие наибольшее влияние на его стилістику: европейский модернізм, патриотическое движение и американская реклама. Модернистское направление в британском графическом дизайне 1950-х годов проявилось в форме «современного» стиля, который заявил о себе во время проведения британского фестиваля 1951 года, и в радикальных формах швейцарского функционалізма. Патриотическое движение отражало настроения ностальгии о прошлом. В сложные послевоенные годы дизайнеры обращались к благополучной и сытой викторианской эпохе, создавали решения, в которых совмещали несколько шрифтовых гарнітур с вариациями кеглей, максимально заполняли композиционное пространство орнаментами и декоративными элементами. Американское влияние наиболее ярко отразилось в сфере рекламного плаката.

Ключевые слова: британский дизайн, «современный» стиль, швейцарский функционалізм, викторианский стиль, американское влияние.

Danylenko L.V. Stylistic processes in British graphic design in 1950th of 20th century. The article examines the stylistic features of graphic design of Great Britain in post-war period; the factors that had the greatest influence on his style are revealed: European modernism, patriotic movement and American advertising. Modernist trend in British graphic design of the 1950th manifested itself in the form of «modern» style, that curled on itself during the British Festival of 1951 year and more radical forms of Swiss functionalism. Patriot movement reflects the mood of nostalgia for the past. In the difficult post-war years, designers have turned to a happy and well-fed Victorian era, creating solutions, which combined multiple font set variations of type sizes, maximally filled compositional space with ornaments and decorative elements. American influence is most clearly reflected in the field of advertising posters.

Keywords: british design, «modern» style, swiss functionalism, victorian style, american influence.

Постановка проблеми. Друга половина ХХ ст. — час потужного розвитку графічного дизайну у Великій Британії. Це було зумовлено багатьма чинниками економічного характеру й розвитком технологій, — країна поступово відновлювала свій економічний потенціал, що суттєво погіршився у зв'язку з Другою світовою війною. Суспільство почало активно облаштовувати своє життя, і дизайн у цьому процесі відіграв величезну роль. Вивчення досвіду стилєвої еволюції Великої Британії, як розвиненої дизайнерської країни, може бути корисним для українського графічного дизайну в умовах, коли графічний дизайн України шукає свій власний шлях розвитку, намагається подолати «глибоке відставання від Заходу через невільницький стан протягом століть» [2: 165].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стилістичний розвиток графічного дизайну Великої Британії у порівнянні з художніми стилями інших провідних дизайнерських країн представлений у публікаціях зарубіжних авторів: Л. Бхаскаран [1], С. Хеллера і С. Куоста [6] і Б. Хіллера [5]. Так, Бівіс Хіллер у монографії «Стиль ХХ століття» [5], розглядаючи стилістичний розвиток різних сфер дизайнерської діяльності у світі, торкнувся також графічного дизайну Великої Британії повоєнного періоду. Зокрема, автор вказував на вплив американської культури на Британію 1940–50-х років [5: 134–135], підкреслював цілеспрямоване будівництво іміджу Англії як сучасної держави, а не як «лавки старовини Європи» [5: 148]. Стивен Хеллер і Сеймур Куост у монографії «Графічний стиль від вікторіанської доби до постмодерну» («Graphic Style from Victorian to Post-Modern») [6] серед графічних стилів, що виникли у світовому графічному дизайні з початку ХІХ до кінця ХХ ст., виокремили вікторіанський стиль, який характеризував графічний дизайн Великої Британії.

Повоєнний графічний дизайн на Британських островах аналізували Ф. Меггс [8] і П. Стіф [0]. Зокрема, Філіп Меггс згадував про творчість Герберта Спенсера, який у післявоєнні часи зробив важливий внесок в оновлення дизайнерського фаху. Як редактор і дизайнер журналу «*Typographica*» й автор ґрунтовної книги «*Pioneers of Modern Typography*» (1969), Г. Спенсер стимулював діалог по всьому світу [8: 483]. Типограф та історик дизайну Пол Стіфописував, як повоєнне візуальне середовище у Великобританії виглядало «написаним аерографом, вручну, крейдою, ручкою або водяними фарбами. З часом дизайнери взяли під свій контроль типографіку, надруковану принтером, фотографія також стала важливим компонентом у візуальній комунікації; тож завдання дизайнери перетворилися з власноручного виконання зображень в один із технічних етапів у виробничому процесі» [9: 9]. За думкою дослідника, неперевершеним та обдарованим графічним автором, який міг виконати свій підпис за допомогою аерографа, був Абрам Геймс [9].

Ричард Холліс у дослідженні «Графічний дизайн. Стисла історія» («*Graphic design. A concise history*») [7] розглянув еволюцію графічного дизайну від його витоків до становлення як засобу ідентифікації, інформації і просування; як самостійну професію і навчальну дисципліну зі своїми власними правилами. Історія графічного дизайну у Р. Холліса починається з афіші і доходить до створення корпоративних стилів, телебачення й електронних ЗМІ. Водночас, стилістика британського графічного дизайну повоєнного десятиліття у контексті стильової еволюції другої половини ХХ ст. залишилася поза межами наукових завдань дослідників, що торкались різних аспектів графічного проектування у Сполученому Королівстві.

Метою дослідження є виявлення особливостей стилістичного розвитку британського графічного дизайну повоєнного десятиріччя.

Виклад основного матеріалу дослідження. Художні стилі Великої Британії у 1950-ті роки розвивалися під впливом європейського модернізму, патріотичного руху й американської комерційної реклами. Модерністський напрям у британському графічному дизайні проявився у формі так званих «сучасного» і міжнародного типографічного стилів.

«Сучасний» стиль, відомий також як «стиль фестивалю, стиль південного берегу й новий англійський стиль» [1: 174], зародився у Сполученому Королівстві після Другої світової війни й широко розповсюдився в архітектурі, мистецтві й дизайні після британського фестивалю 1951 року. Фестиваль був проведений, щоб вселити в людей оптимізм, відчуття упевненості після війни, сприяти розвитку науки й технологій. Організатори фестивалю дотримувалися концепції «хорошого дизайну», тобто раціонального підходу відповідно до потреб післявоєнного відновлювального періоду. Як стверджував архітектурний критик газети «*Financial Times*»

Е. Хиткоут: «Метою фестивалю було посіяти зерно нової естетики — не тільки нових будівель, але й нових меблів, нових шпалер, нового графічного дизайну, образотворчого мистецтва, театру, музики. Це був момент, коли уряд визнав модернізм і прагнув прищепити його ідеї простим людям» [3].

Цікавою пластичною знахідкою художніх, архітектурних і дизайнерських виставок, що в межах фестивалю пройшли по всій Великобританії, стало використання кристалічних структур, отриманих за допомогою рентгеноструктурного аналізу різних речовин. На графічних зображеннях і конструктивних схемах молекулярної структури були побудовані рішення різноманітних дизайнерських об'єктів. У графічному дизайні ці структури відбилися значно менше і суттєво не вплинули на формування його образних засобів, але в графічному проектуванні сформувалися свої характерні риси «фестивального» стилю, зокрема у галузі типографіки.

У дизайнерському оздобленні фестивалю важливу роль грали шрифтові елементи, — ці питання знаходилися у веденні спеціально створеної експертної групи. Зокрема, шрифт «*Festival Titling*» (рис. 1) був розроблений Пітером Бойделлом для відображення духу фестивалю. В основу гарнітури були покладені заголовні букви гротеску у двох накресленнях: вертикальному й похилому. Для використання шрифту в типографіці виставкових дисплеїв йому була додана тривимірність. Шрифт гармонійно поєднувався із зіркою — емблемою фестивалю (рис. 2), яку розробив його головний художник — Абрам Геймс. В той же час для вивісок і написів усередині виставкових приміщень була використана могутня брускова гарнітура похилого накреслення з групи єгипетських шрифтів, створена Ніколет Грей, Чарльзом Хаслером і Гордоном Калленом (рис. 3). Вибір шрифтів для інформаційного супроводу фестивалю не був випадковим: сполучення єгипетських брускових із гротесковими гарнітурами стало однією з характерних рис «сучасного» стилю.

Зазначимо, що «сучасний» стиль британського графічного дизайну був пом'якшеною версією європейського модернізму, змішуючи графічну чистоту й абстракцію з декоративними мальованими елементами. Прагнення до мінімізації графічних засобів, до узагальнення й умовності та відходу від реалізму й сюжетності проявилось у формуванні візуального образу фестивальних заходів. Яскравим прикладом такого підходу був не тільки згаданий вище постер фестивалю (рис. 2), але й інші плакати А. Геймса, Л. Касдена, Т. Екерслі, Р. Маунта й інших майстрів. Характерні ознаки «сучасного» стилю — тяжіння до лаконізму, спроби передати зміст за допомогою символів, простих і ясних форм — простежувалися також в інших галузях графічного дизайну: у пакуванні, книжковій і журнальній обкладинці.

Міжнародний типографічний стиль. Незважаючи на певну недовіру до європейського модернізму як до іноземного явища, модерністський вплив на розвиток графічного дизайну Сполученого Королівства наприкінці 1950-х років відчувався ще сильніше, ніж на початку десятиріччя. Прагнення чистоти форм, відмова від декору й прикрашання у поєднанні з шрифтовими гарнітурами типу «Univers», використання чорно-білої фотографії замість традиційних для того часу малюнків у дизайні обкладинок Кена Гарланда (рис. 4, 5) вказувало на прямий зв'язок із традиціями швейцарської школи графічного проектування, в яких модерністські принципи проявилися в найбільш розвинутих формах. Гарним прикладом такого підходу є також фірмовий знак для телевізійної кампанії «Гранда» (рис. 6) Річарда Гамільтона. Лаконічне рішення створене на основі сполучення гротескової літери «G» (від назви «Granada») зі стрілкою, графіка якої є також гранично простою. Цей знак, спроектований у кращих традиціях швейцарського функціоналізму, демонстрував прогресивність методів, які незабаром стали у всьому світі ознакою професійного ставлення до дизайну. Використання асиметричних композиційних схем, модульної сітки, шрифтів без засічок, відмова від рисованих зображень на користь чорно-білої фотографії сприяли максимальному очищенню дизайнерського проектування від суб'єктивного бачення дизайнера, забезпечували гармонію і функціональність рішень. Про популярність швейцарського стилю у галузі пакування свідчать оригінальні розробки Ешлі Хевендена: рекламні плакати для фірми «Декс» (рис. 7), пакування й реклама цигарок «Гардс» (рис. 8), дизайн етикеток для супу фірми «Маконочіз» (рис. 9).

Патріотичний рух. Поряд із тенденцією до запозичення європейського модернізму, у графічному дизайні Великої Британії існувала й протилежна течія, що віддзеркалювала настрої замкненості й була пристановищем для ідей «британськості» після трав війни. Б. Хіллер у монографії «Стиль XX століття» писав, що у складні повоєнні роки британські дизайнери у пошуках стилістики постійно зверталися до благополучної і ситої буржуазної самовпевненості вікторіанської доби» [5: 117–118]. Тогочасні фільми міфологізували чарівну стару Англію з безтурботними аристократами, ексцентричними місцевими громадами й розгалуженнями залізниць, в той час як плакати, які їх рекламували, занурювалися в британські традиції народного мистецтва розписів човнів з латунними кочетами й ярмарковими написами (рис. 10). Ностальгія за минулим простежувалась навіть у проявах «сучасного» стилю й сприяла відродженню шрифтових гарнітур XVIII і XIX ст., типографічних орнаментів і гравіювання.

Дизайнери XIX століття безжалісно поводитися з елегантними шрифтами XVIII ст. Бодоні та Дідо, деформуючи їх і роблячи літери більшими й

чорнішими. Ці незаконно спотворені гарнітури, названі «жирні шрифти» (*fat face*) у поєднанні з єгипетськими гарнітурами сприймаються як свого роду візитівка вікторіанського стилю. Цілком закономірно, що за майже 80 років його панування у Сполученому Королівстві ці вподобання у виборі шрифтів стали традицією, яка отримала продовження у «сучасному» стилі. Як приклад, сполучення єгипетських брускових із гротесковими гарнітурами — одна з характерних рис інформаційного супроводу фестивалю 1951 року.

Характерний вікторіанський стиль макету — надзвичайні варіації розміру шрифту і його накреслень в одному заголовку, плакаті, обкладинці тощо — були винаходом практичної доцільності, дозволяючи друкареві використовувати кожний дюйм цінного простору. У поєднанні з «перебільшеними прикрашаннями фактично в кожному предметі, що створювали атмосферу непохитного комфорту у вікторіанському домі й сприяли безперечній переважаності у зовнішньому вигляді стилю» [6: 15], графічні рішення такої спрямованості були миттєво й безпомилково пізнаваними. Глибоке переконання вікторіанців, що орнаментация й дизайн мають ідентичні функції, а також «сприйняття орнаменту як візуального доказу соціального статусу» [6: 16], сприяли появі екстравагантних, «кучеряво» намальованих і гравійованих, занадто переважаних рішень з явно слабкою типографікою. «Як жадання безмежного комфорту поширювалося від багатого до середнього класу, так популярна естетика була вільна від будь-яких критичних стандартів», — писали Стівен Хіллер і Сеймур Чвост [6: 16]. У другій половині 50-х років XX ст. дизайнери орієнтувалися саме на такі зразки, створюючи сучасні рішення із присмаком «старої доброї Англії». Як приклад такого підходу, можна навести розробки Едварда Боудена для компанії «Fortnum & Mason» (рис. 11).

Американський вплив. Розвиток британського дизайну після Другої світової війни відбувався в умовах, коли США були безперечним лідером в сфері економіки, в дизайні та культурі. Американські естетичні ідеали, життєві установки і спосіб життя активно пропагувалися у всьому світі; товари із США займали провідні позиції на ринках. Водночас те, що 1955 року у США на комікси було витрачено 100 мільйонів доларів, тобто майже у 4 рази більше, ніж на всі державні бібліотеки [5: 136], вказувало на певний дисбаланс між духовними й матеріальними цінностями. Британці негативно ставилися до всього американського, вважаючи Америку «головним винуватцем розбещення молоді, втрати нею здатності самостійно мислити» [5: 138]. Однак огида до «американізації земної кулі» [5: 134] і побоювання того, що американський імпорт підірве традиційну англійську культуру й економіку, не змогли зупинити процес вивчення британцями американського досвіду рекламного проектування й запозичення американських досягнень у цій галузі.



Рис. 1. Пітер Бойделл. Шрифт Festival Tiling. Лондон, 1951 р.



Рис. 3. Фасад Королівського виставкового залу з вивіскою на основі шрифту, розробленою Н. Грей, Ч. Хаслером і Г. Калленом. Лондон, 1951 р.



Рис. 2. Абрам Геймс. Афіша фестивалю Великобританії. Лондон, 1951 р.

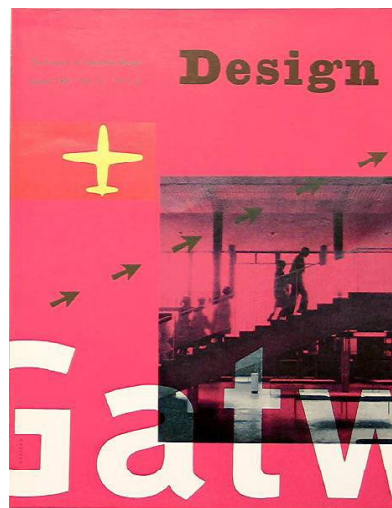


Рис. 4. Кен Гарланд. Обкладинка журналу Дизайн № 116. Лондон, 1958 р.

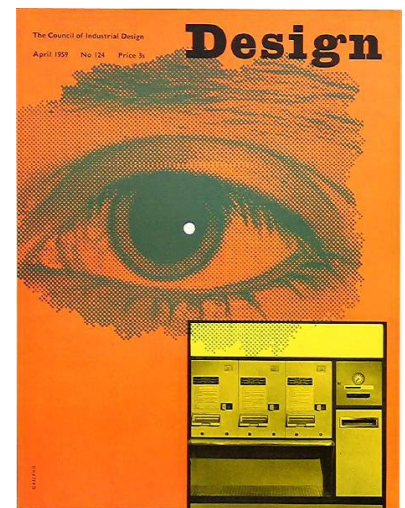


Рис. 5. Кен Гарланд. Обкладинка журналу Дизайн № 124. Лондон, 1959 р.

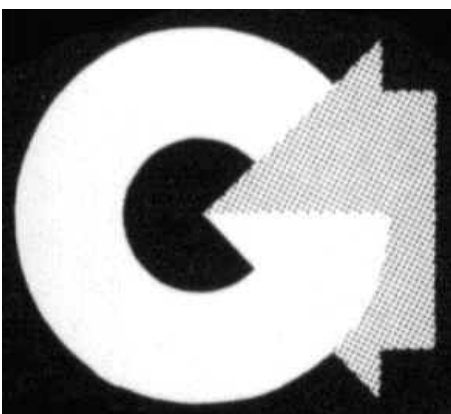


Рис. 6. Ричард Гамільтон. Фірмовий знак телебачення «Гранาดา». Лондон, 1956 р.

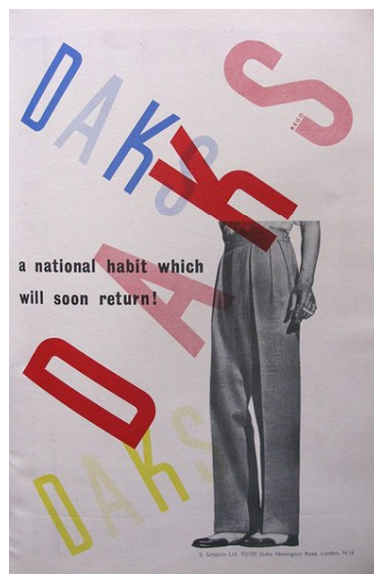


Рис. 7. Ешлі Хевенден. Рекламний плакат для фірми Декс (Daks). Лондон, 1946 р.

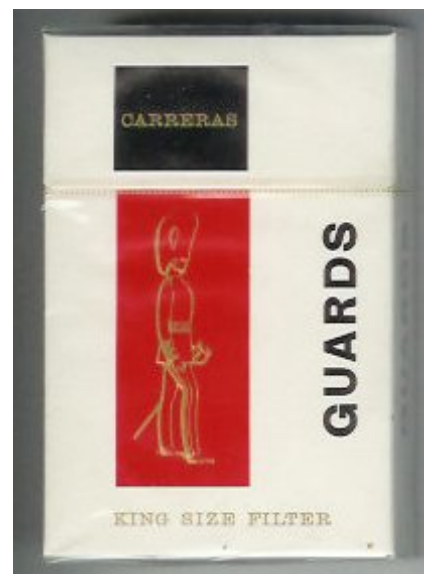


Рис. 8. Ешлі Хевенден. Пакування для цигарок Гардс (Guards). Лондон, 1958 р.

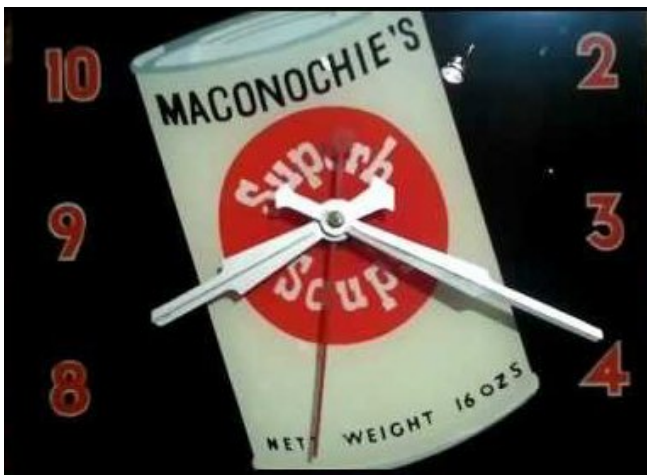


Рис. 9. Ешлі Хевенден. Сувенірний годинник з рекламою супу Маконочіз. Лондон, 1946 р.

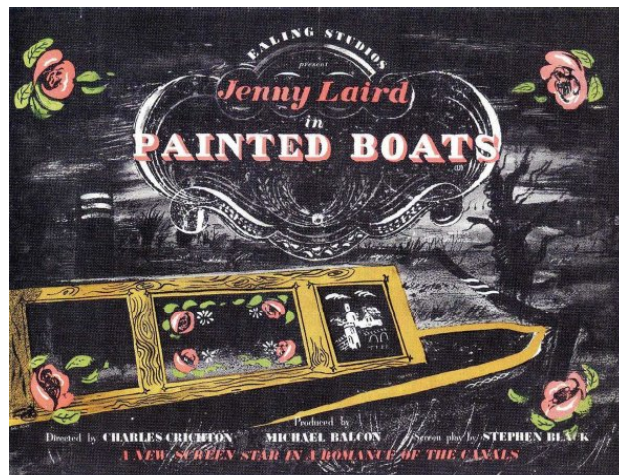


Рис. 10. Джон Пьер. Рекламний плакат до фільму «Розмальовані човни» (Painted Boats). Лондон, 1945 р.



Рис. 11. Едвард Боуден. Обкладинка різдвяного каталогу від компанії Fortnum's. Лондон, 1958 р.



Рис. 12. Ерік Ламберт і Том Екерслі. Реклама рибних консервів. Лондон, 1952 р.

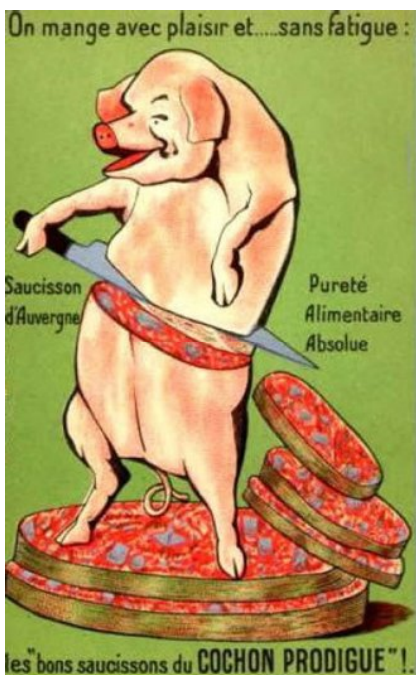


Рис. 13. Невідомий автор. Реклама шинки. США, 1950-ті рр.



Рис. 14. Манфред Рейсс. Реклама банківських послуг. Лондон, кінець 1950-х рр.

Незважаючи на намагання британської влади уникнути американізації культури, повоєнний графічний дизайн Сполученого Королівства відчував значний вплив настирливого й переконливого американського підходу до створення рекламного дизайну. Яскравим прикладом цього є високопрофесійні й винахідливі, емоційно забарвлені рекламні плакати, виконані Еріком Ламбертом і Томом Екерслі, зокрема, для просування рибних консервів «Sales Appeal» (рис. 12). Цей плакат відверто вказує на зв'язок з американською рекламою, оскільки має прямий аналог (рис. 13). Рекламний плакат банківських послуг (рис. 14), виконаний Манфредом Рейсом, також є схожим з багатьма американськими плакатами 1950-х років за образними якостями й легким, життєрадісним настроєм, що став характерною ознакою американської реклами 1950-х років і наступних десятиліть.

Висновки. В складних післявоєнних економічних умовах у Великій Британії не було авангардного дизайну, аналогічного тому, що існував в інших країнах, таких як Німеччина або Голландія. Стилістичний розвиток британського дизайну віддзеркалював протиріччя, які хвилювали суспільство. З одного боку, його характеризувало намагання повернути відчуття спокою й стабільності, які співвідносилися у багатьох з «доброю старою Англією» XIX ст. і вікторіанським стилем у дизайні. Це проявилось у графічних рішеннях, побудованих на сполученні брусккових шрифтових гарнітур і численних орнаментів, перевантажених деталями і в цілому надзвичайно декоративних.

З іншого боку, завдяки впливу європейського модернізму, графічний дизайн Сполученого Королівства у 1950-ті роки отримав лаконічні рішення, позбавлені реалізму та сюжетності. Тяжіння до простоти й чистоти форм, відмова від прикрашання і більш зважений підхід до вибору графічних засобів були насправді відображенням прогресивних тенденцій, що сприяли подальшому розвитку графічного дизайну, пошуку графічної мови, адекватної соціальним функціям дизайну. «Сучасний» стиль у британському графічному дизайні став, за висловом О. Лаврентьєва, «мінімізованою версією функціоналізму» [4: 223]. Але наприкінці 1950-х років нове покоління дизайнерів почало більш сміливо синтезувати міжнародні впливи, переймаючи суворість швейцарського типографічного дизайну й наснагу американської реклами. І хоча ставлення до іноземного досвіду в графічному дизайні Великої Британії 1950-х років залишалося складним і неоднозначним, комерційна реклама, що з відновленням економіки поступово набирала обертів, розвивалася під впливом американських засобів і прийомів.

Подальший напрямок дослідження передбачає вивчення стильової еволюції графічного дизайну Сполученого Королівства другої половині XX ст.

Література:

1. Бхаскаран Л. Дизайн и время: стили и направления в современном искусстве и архитектуре / Лакшми Бхаскаран. — М.: Арт-Родник, 2006. — 256 с.: ил.
2. Даниленко В. Дизайн центрально-східної Європи: Монографія / В.Я. Даниленко. — Харків: ХДАДМ, 2009. — 172 с.: іл.
3. Кан А. Фестиваль Британії 1951: воспоминания о будущем: [Электронный ресурс] / Александр Кан. — Электрон. дан. — Русская служба BBC, 13 мая 2011. — Режим доступа: http://www.bbc.co.uk/russian/uk/2011/05/110511_5floor_festival_of_britain.shtml, свободный. — Загл. с экрана. — Язык рус.
4. Лаврентьев А.Н. История дизайна: учеб. пособие / А.Н. Лаврентьев. — М.: Гардарики, 2007. — 303 с.: ил.
5. Хиллер Б. Стиль XX века / Бивис Хиллер. — М.: СЛОВО / SLOVO. — 2004. — 240 с.
6. Heller, S. Graphic Style: from Victorian to Post Modern / Steven Heller, Seymour Chwast. — New York: Harry N. Abrams, Inc., 1988. — 240 p.: ill.
7. Hollis, R. Graphic Design. A Concise History / Richard Hollis. — London: Thames & Hudson, 2001. — 224 p.: ill.
8. Meggs, Philip B. Megg's history of graphic design / Philip B. Meggs, Alston W. Purvis [5 rd ed]. — New York : John Wiley & Sons, Inc., 2012. — 623 p.
9. Stiff, P. «Austerity, Optimism: Modern Typography in Britain after the War» / Paul Stiff. — London: Hyphen Press, 2009. — 209 p.