

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

**Борисенко Ольга Миколаївна**

УДК 655.26:7.012.185](477.83/.86)"18/19"

**СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК  
КОМУНІКАТИВНОГО ДИЗАЙНУ В ГАЛИЧИНІ  
ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХІХ – ПЕРШОЇ ТРЕТИНИ ХХ СТОЛІТЬ**

17.00.07 – дизайн

**АВТОРЕФЕРАТ**  
на здобуття наукового ступеня  
кандидата мистецтвознавства

Львів – 2019

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Українській академії друкарства Міністерства освіти і науки України.

**Науковий керівник:** кандидат архітектури, доцент  
**Мигаль Станіслав Павлович,**  
Національний лісотехнічний університет України,  
професор кафедри дизайну

**Офіційні опоненти:** доктор мистецтвознавства, доцент  
**Яковець Інна Олександрівна,**  
Черкаський державний технологічний університет,  
професор кафедри дизайну

кандидат мистецтвознавства, доцент  
**Сопко Одарка Іванівна,**  
Закарпатська академія мистецтв,  
доцент кафедри дизайну

Захист відбудеться 28 листопада 2019 року о 10:00 год. на засіданні спеціалізованої вченої ради К 35.052.25 у Національному університеті «Львівська політехніка» (79013, м. Львів, вул. С. Бандери, 12, ауд. 204 головного корпусу).

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного університету «Львівська політехніка» (79013, м. Львів, вул. Професорська, 1).

Автореферат розіслано 26 жовтня 2019 року.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради  
канд. мистецтвознавства, доц.



О. Я. Мельник

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми дослідження.** Комунікативний дизайн Галичини другої половини XIX – першої третини XX століть є важливою складовою спадщини художньо-проектної культури України. Трансформація соціокультурних процесів на теренах Галичини, становлення і розвиток різних галузей виробництва та інформаційних технологій зумовили їхнє поширення у дизайні візуально-комунікативного середовища життєдіяльності людини.

Особливості формування і подальшого розвитку комунікативного дизайну в Галичині обумовлені низкою причин, серед яких: інтеграція регіону в соціально-економічне та суспільно-мистецьке життя Австрії, Австро-Угорщини (1772–1919) і Другої Речі Посполитої (1919–1939), стереотипний образ української культури як суто аграрної, традиційна національна матеріальна культура, зближення науково-технічної і художньої творчості, архітектурна та художньо-промислова освіта, західноєвропейські художні процеси, соціальна й національна структура населення регіону. Українська культура в Галичині упродовж століть розвивалася в мультикультурному середовищі, у взаємовпливі з польською, німецькою, чеською та іншими культурами.

Важливу роль у становленні художньо-проектної культури Галичини відіграли громадські організації, промислові комісії, спілки, освітньо-культурні товариства. Зокрема, Комісія крайова для справ промислових під керівництвом В. Дзедушинського (1878), Товариство українських ремісників і промисловців «Зоря» (1884), Руська реміснича і промислова бурса (1898) в контексті європейського «Руху за зв'язок мистецтв і ремесел» сприяли розвитку крайового промислу, створенню професійних курсів і семінарів для малого бізнесу, організації художньо-промислових та господарсько-промислових виставок, заснуванню першого в Україні Львівського міського промислового музею (1874), Художньо-промислової школи (1876).

Імпульсами розвитку комунікативного дизайну та формування візуально-інформаційного середовища стали художньо-проектна діяльність у царині книжкових і періодичних видань, плаката й реклами, корпоративної ідентифікації, нові технології для тиражування друкованої продукції – хромолітографія і фототипія.

Визначальну роль у розвитку художньо-проектної культури в Галичині відіграли особливості ідентифікації знаків і символів у національно-культурному просторі.

Особливістю спрямування розвитку комунікативного дизайну в Галичині є дуалістичність – входження у загальноєвропейський і польський художній процеси та формування національно-культурного мистецького простору.

До сьогодні не було здійснено комплексного дослідження щодо особливостей становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині, отже, ця проблема потребує цілісного ґрунтового аналізу й багатоаспектного підходу в роз-

критті теми. Теоретичні і практичні набутки художньо-проектної спадщини в Галичині другої половини XIX – першої третини XX століть є важливим підґрунтям для нагромадження подальшого наукового досвіду та розв’язання прикладних завдань сучасного комунікативного дизайну з метою формування візуально-комунікативного середовища. Історичні аналогії дають змогу осмислити комунікативний дизайн досліджуваного періоду як значуще явище національної культури в системі європейських процесів розвитку художньо-проектної культури.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.**

Дисертаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідної роботи кафедри графічного дизайну і мистецтва книги Української академії друкарства та реалізує Постанову Кабінету Міністрів України № 37 від 20 січня 1997 р. «Про першочергові заходи щодо розвитку національної системи дизайну та ергономіки і впровадження їхніх досягнень у промисловому комплексі, об’єктах житлової, виробничої і соціально-культурної сфери». Тема затверджена 2 червня 2016 р. на засіданні Вченої ради Української академії друкарства, протокол № 7/668 та уточнена 16 квітня 2019 р. на засіданні Вченої ради Української академії друкарства, протокол №8/696.

**Мета дослідження** полягає у з’ясуванні особливостей становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині другої половини XIX – першої третини XX століть.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання**:

- проаналізувати ступінь наукової розробки проблеми, визначити джерельну базу та методологічні основи дослідження;
- систематизувати й уточнити базові поняття комунікативного дизайну, на яких ґрунтується дослідження заявленої проблеми;
- виявити чинники впливу та періодизацію становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині;
- визначити параметри комунікативного дизайну та розробити типологію об’єктів дизайн-графіки в комунікативному просторі Галичини;
- показати дуалістичність спрямування розвитку комунікативного дизайну;
- простежити стилістичні пріоритети об’єктів дизайн-графіки Галичини;
- з’ясувати роль національної складової у процесі становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині;
- визначити місце комунікативного дизайну Галичини в умовах соціокультурних трансформацій другої половини XIX – першої третини XX століть у системі європейських процесів розвитку художньо-проектної культури.

**Об’єкт дослідження** – об’єкти / предмети графічно-дизайнерського мистецтва Галичини другої половини XIX – першої третини XX століть.

**Предмет дослідження** – особливості становлення і розвиток комунікативного дизайну в Галичині другої половини XIX – першої третини XX століть.

**Межі дослідження.** Часові межі охоплюють період перебування Галичини у складі Австрії, Австро-Угорщини (1850–1919) і Другої Речі Посполитої (1919–1939). Нижня хронологічна межа датується 1850 р., верхня сягає 1939 р. (початок Другої світової війни на землях Галичини). Територіальні межі нашого дослідження позначають терени Східної Галичини.

**Методи дослідження** сформовані на базі методологічних основ сучасної науки і ґрунтуються на використанні міждисциплінарного та системного підходів для розв'язання поставлених завдань. У роботі застосовано загальнонаукові (теоретичні й емпіричні) та спеціальні методи дослідження. Для аналізу соціокультурних процесів у Галичині залучено метод порівняльно-історичного аналізу та культурологічний метод. Окрім загальнонаукових методів, у роботі також використано формальний, стилістичний і порівняльно-аналітичний аналіз, синхроністичний та історико-діахронний, проблемно-хронологічний і зіставно-типологічний методи. Емпіричною базою для наукової роботи слугував натурний (спостереження і дослідження конкретних явищ, фотофіксація, опис матеріалів виставок, архівів, бібліотек) та дистанційний аналіз об'єктів (огляд наукових публікацій і джерел електронних бібліотек, узагальнення, класифікація та опис результатів, впровадження їх у практичну діяльність).

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає у комплексному розгляді й аналізі становлення та розвитку комунікативного дизайну в Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть як цілісного явища і багатоаспектного процесу в умовах соціокультурних трансформацій. До найбільш вагомих результатів, які визначають наукову новизну дисертації, належать такі:

*уперше:*

- комплексно розглянуто проблему становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині;
- з'ясовано чинники впливу на формування комунікативного дизайну означеного періоду;
- систематизовано базові поняття комунікативного дизайну і введено в науковий обіг терміни «комунікативний простір», «комунікативний дизайн»;
- розроблено авторську періодизацію становлення і розвитку комунікативного дизайну;
- визначено типологію об'єктів / предметів дизайн-графіки в Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть;
- виявлено та введено в науковий обіг низку об'єктів / предметів комунікативного дизайну в Галичині досліджуваного періоду;
- з'ясовано місце комунікативного дизайну Галичини в умовах соціокультурних трансформацій другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть у системі європейських процесів розвитку художньо-проектної культури.

*Уточнено:*

- методику дослідження комунікативних властивостей творів дизайн-графіки в інформаційно-комунікативному середовищі;
- авторство деяких творів комунікативного дизайну аналізованого періоду.

*Набуло подальшого розвитку:*

- дослідження становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині у контексті ідейно-художніх пошуків і стилєвих напрямів епохи;
- осмислення внеску митців-графіків другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть у історію дизайну та графічного мистецтва України.

**Теоретичне та практичне значення** дослідження полягає у комплексному розгляді й аналізі об'єктів дизайн-графіки як цілісного явища та багатоаспектного процесу формування комунікативної системи дизайн-простору. Висновки й окремі положення дисертації можуть бути використані для написання синтетичних праць з історії дизайну України та українського мистецтва, у науковій і дизайнерській практиці. Результати дослідження можуть бути залучені до створення методик, рекомендацій, навчальних посібників, а також читання спеціальних курсів із дисциплін «Комунікативний дизайн», «Історія дизайну», при написанні магістерських робіт за спеціальністю «Графічний дизайн». Матеріали дослідження впроваджено в навчальний процесі кафедри графічного дизайну та мистецтва книги Української академії друкарства для студентів спеціальності 022 «Дизайн» (ОПП «Графічний дизайн») освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» при викладанні дисциплін «Комунікативний дизайн», «Конструювання, оформлення, ілюстрування друкованих видань», для створення об'єктів дизайн-графіки.

**Публікації.** Основний зміст та результати дисертаційного дослідження опубліковано у 32-х публікаціях, з них 6 – у наукових фахових виданнях України (1–6), 2 – у наукових періодичних виданнях інших держав (7–8), 19 – у матеріалах конференцій і тезах доповідей (9–27) і 5 – у публікаціях, що додатково відображають результати дослідження (28–32).

**Особистий внесок здобувача** полягає у висвітленні комунікативного дизайну в Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть як явища художньо-проектної культури. Усі положення, винесені на захист, мають наукову новизну і отримані особисто. Особистий внесок здобувача у працях, опублікованих у співавторстві ((8, 11, 20, 26, 27), див. перелік основних публікацій автора за темою дисертації), полягає у систематизації і здійсненні аналізу емпіричного матеріалу та формулюванні висновків.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення і результати дисертації були апробовані на наукових конференціях: Міжнародній науково-практичній конференції «Ерделівські читання» (Ужгород, 2009, 2013, 2017–2018, 2019), Międzynarodowej Konferencji «Eco Fun», (Warszawa, Poland 2016), II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Регіональний дизайн і освіта: потенціал сучасності» (Черкаси, 2017), Міжнародній науково-практичній конфе-

ренції науково-викладацького складу і молодих вчених у межах ІХ Міжнародного форуму «Дизайн-освіта 2017» (Харків, 2017), Науково-технічних конференціях професорсько-викладацького складу, наукових працівників і аспірантів Української академії друкарства (Львів, 2010–2019), Всеукраїнській науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Сучасна мистецька освіта: досвід, проблеми та перспективи» (Київ, 2018), Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну» (Київ, 2018), ІІІ Міжнародній науково-технічній конференції «Поліграфічні, мультимедійні та web-технології» (Львів, 2018), The 6th International youth conference «Perspectives of Science and Education» (New York, USA, 2018), The 7th International Conference «Science and Society – Methods and Problems of Practical Application» (Vancouver, Canada, 2019).

**Структура роботи.** Дисертація складається з анотацій, вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел (308 найменувань) і п'яти додатків. Загальний обсяг дисертації становить 329 сторінок, з них 176 основного тексту.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано мету і завдання дослідження, визначено об'єкт, предмет, хронологічні й територіальні межі та методи дослідження. Розкрито наукову новизну, теоретичне і практичне значення отриманих результатів, подано інформацію про апробацію результатів дослідження.

Розділ 1 «**Історіографія, джерельна база і методика дослідження**» містить огляд літератури та джерельної бази за темою роботи, термінологічний апарат, обґрунтування методики дослідження.

*Підрозділ 1.1 «Огляд літератури та джерельної бази дослідження»* подає аналіз наукових джерел українських і зарубіжних авторів із проблем дослідження та огляд періодичних, рекламних, науково-довідкових, художніх видань Галичини другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть, що містять цінну інформацію – задокументований текстовий та ілюстративний матеріал.

Теоретичним підґрунтям дисертаційного дослідження стали фундаментальні праці: з історії України, Галичини, української культури та мистецтва М. Грушевського, Д. Дорошенка, І. Крип'якевича, О. Субтельного, В. Січинського, С. Гординського, Я. Ісаєвича; з історії і практики українського ужиткового мистецтва, прикладної та книжкової графіки, національної ідентичності Я. Запаса, Р. Захарчук-Чугай, М. Селівачева, М. Станкевича, Є. Антоновича, Р. Одрехівського, І. Мельника, О. Лагутенко, В. Косіва; з історії архітектурної і художньо-промислової освіти Галичини В. Черкеса, С. Лінди, Р. Шмагала, О. Волинської, А. Павліва; персоналії та мистецькі процеси в межах локального середовища Галичини розкривають Д. Крвавич, М. Голубець, Л. Волошин, П. Лукашевич, Р. Яців, О. Мельник, О. Ріпка, О. Нога; художньо-стилістичні напрями в мистецтві

Галичини окреслюють Ю. Бірюльов, Р. Грималюк, Р. Студницький, історію фотографії та культуру українського кіно 1897–1939 рр. Галичини – Р. Бучко, Б. Гешевська, І. Котлобулатова.

Базовими є джерела з історії, теорії, методології і практики дизайну, естетики шрифту, плакатного мистецтва, становлення фотомистецтва, розвитку реклами, психології мистецтва В. Даниленка, О. Боднара, М. Яковлєва, І. Кузнєцової, О. Заварзіна, Л. Соколюк, О. Соболева, В. Лєсняка, Н. Сбітнєвої, Н. Трегуб, В. Погорельчука, Т. Кари-Васильєвої, С. Мигаля, І. Гнеся, І. Яковець, І. Рижової, В. Аронова, В. Глазичева, О. Генісаретського, А. Іконнікова, І. Розенсона, А. Капра, Е. Лаврентьєва, С. Михайлова, Ю. Назарова, В. Рунге, Р. Овчіннікової, Я. Чіхольда, Е. Черневич, Р. Арнгайма.

Комунікативний аспект у дизайні, розвиток рекламних і суспільних комунікацій висвітлювали Ч. Пірс, У. Еко, Ю. Лотман, Р. Якобсон, Е. Глінтерник, Г. Лола, В. Полеухін, Дж. Фраскара, Дж. Спейс, Дж. Чокер, Дж. Раскін, П. Марш, В. Папанек, К. Джонсон, Дж. Мунбі, В. Мацежинський, Н. Зелінська, Л. Сніцарчук.

У підрозділі 1.2 «**Термінологічний апарат**» розглянуто поняття «дизайн», уточнено базові поняття «комунікативний простір», «комунікативний дизайн» і впроваджено у професійний обіг власні дефініції.

*Комунікативний простір* – природний соціально-економічний континуальний простір соціосистеми зі сукупністю різноманітних екзистенційних часткових локальних архітектурних просторів із внутрішніми та зовнішніми структурно-функціональними взаємозв'язаними компонентами візуальних процесуально-предметних форм вираження, зв'язку та взаємодії.

*Комунікативний дизайн* – міждисциплінарна проєктно-художня діяльність, спрямована на візуалізацію та ідентифікацію інформації і передання повідомлень у контексті визначеної мети й умов формування візуально-інформаційного середовища.

Підрозділ 1.3 «**Методика дослідження**» побудовано на загальних принципах наукової роботи: системності, достовірності, історизму, логічності. Теоретично-методологічні засади ґрунтуються на комплексі емпіричних методів, що забезпечують валідність, діагностичну силу, надійність і репрезентативність результатів: спостереження, вимірювання, порівняння. Розв'язання поставлених завдань здійснювали із застосуванням широкого кола принципів і методів: порівняльно-історичного, історико-культурологічного та мистецтвознавчого, що забезпечило історико-діахронний, проблемно-хронологічний, аналітичний, формальний, зіставно-типологічний, стилістичний та порівняльний аналізи. Для вивчення соціально-культурних процесів у Галичині, формування й розвитку комунікативного дизайну домінуючими стали порівняльно-історичний, культурологічний методи у хронологічному аспекті. Окрім загальнонаукових методів, застосовано метод асоціацій і аналогій. Емпіричною базою для наукової роботи є натурний (фотофіксація, опис, спостереження) і дистанційний аналіз об'єктів (наукових публікацій, джерел



електронних бібліотек в Україні та за кордоном). У роботі використано також структурно-семіотичний аналіз, за допомогою якого об'єкти дизайн-графіки розглянуто із застосуванням інструментарію семіотики як знакові системи. Властивості цих об'єктів проаналізовано в межах теорії просторових кодів із позиції широкого охоплення різнопланових характеристик знакових систем, взаємовідносин людини з оточенням.

У розділі 2 **«Соціокультурні передумови становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть»** визначено періодизацію і чинники впливу на формування комунікативного дизайну в Галичині. Виявлено роль професійних товариств і спілок як рушійної сили розвитку художньо-проектної діяльності та трансляції національних традицій у Галичині.

У підрозділі 2.1 **«Періодизація становлення і розвитку комунікативного дизайну»** визначено й систематизовано періоди становлення комунікативного дизайну в Галичині на основі естетизації та підвищення якості промислової продукції в контексті ідей «Руху за зв'язок мистецтв і ремесел» та Комітету дорадчого В. Дзедушинського, розвитку рекламної друкованої продукції з використанням технологічно-інноваційних ремісничих та промислових формотворчих процесів із поєднанням художніх, утилітарно-практичних і технічних засад у об'єктах дизайн-графіки в комунікативному просторі (рис., с. 8).

У підрозділі 2.2 **«Чинники впливу на становлення і розвиток дизайну»** виокремлено й охарактеризовано геополітичний, соціально-культурний, соціально-економічний, урбаністичний, функціонально-експлуатаційний, промислово-технологічний, знаково-інформаційний, художньо-естетичний чинники; проаналізовано національну й етнічно-конфесійну структуру, архітектурно-дизайнерську та художньо-промислову освіту; образотворче та декоративно-ужиткове мистецтво.

У підрозділі 2.3 **«Професійні товариства, спілки, архітектурна і художньо-промислова освіта»** з'ясовано, що у становленні та розвитку дизайну особливе місце належить діяльності громадських товариств, державних і приватних комісій, професійних спілок у Галичині. За підтримки Дорадчого тимчасового комітету для справ крайового рукоділля, домашнього промислу та опіки (1877) та Комісії крайової для справ промислових під керівництвом В. Дзедушинського (1878), а також «Товариства руських ремісників і промисловців “Зоря”» (1884), Руської ремісничої і промислової бурси (1898), Товариства заохочення крайового промислу (1904) та інших організацій проведено широкомасштабні культурно-мистецькі заходи, господарсько-промислові виставки у Львові (1882, 1894, 1904, 1906), Станіславові (1879, 1884), Стрию (1909), Коломиї (1883, 1885, 1887, 1912), які сприяли розвитку художньо-проектної діяльності та піднесенню виробництва. Із відкриттям кафедри рисунка та моделювання на архітектурному відділенні Технічної академії (1872) (нині – кафедра дизайну та основ архітектури Інституту

## Періодизація становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині

Друга половина XIX століття	Усвідомлення проблеми естетизації промислової продукції і поліпшення її якості. «Рух за зв'язок мистецтв і ремесел». Ідеї Дж. Рескіна, В. Морріса, комітету дорадчого В. Дзедушинського (1877), теорії Г. Земпера	
	Активізація професійних товариств, спілок, громадських, наукових, освітньо-культурних, товариств. Піднесення національної свідомості	Комісія крайова для справ промислових В. Дзедушинського (1878), товариство українських ремісників та промисловців «Зоря» (1884), Гуцульська спілка промислова (1888), Руська реміснича і промислова бурса (1898)
	Становлення професійної архітектурно-дизайнерської і художньо-промислової освіти. Вплив міста на розвиток дизайну, художньої культури	Кафедра рисунку і моделювання на архітектурному відділенні Технічної академії (нині кафедра дизайну та основ архітектури Інституту архітектури НУ «Львівська політехніка») (1872). Художньо-промислова школа у Львові (1876)
	Зближення науково-технічної і художньої творчості. Відкриття Львівського міського промислового музею (1874)	
	Імпульси розвитку комунікативного дизайну	Візуальні повідомлення: книжкові та періодичні видання, товарні знаки, етикетки, рекламні оголошення, плакати; нові технології для тиражування друкованої продукції – літографія, фототипія
	Міжнародні, крайові, художньо-промислові, господарсько-промислові та етнографічні виставки	Відень (1859, 1873, 1880, 1889); Париж (1878, 1889, 1900); Львів (1877, 1882, 1894, 1904, 1906); Коломия (1880, 1883, 1894); Станіславів (1879, 1884, 1900)
	Популяризація національної ідеї, трансляція національного чинника, візуальних символів української ідентичності у сферу промисловості та прикладного графічного мистецтва	
Кінець XIX – перша третина XX століть	Науково-технічний прогрес, технологічно-інноваційні ремісничі та промислові формотворчі процеси. Інтеграція мистецтва, науки і техніки	
	Дуалістичність спрямування дизайну: входження у загальноєвропейський і загальнопольський художній процес; формування національно-культурного мистецького простору	
	Активізація художньо-проектної діяльності у комунікативному просторі	Рекламна графіка в періодичній продукції, плакат, дизайн книжково-журнальних видань, візуальні комунікації міського середовища, елементи фірмового стилю, фотографіка, кінографіка
	Поєднання художнього, утилітарно-практичного і технічного засад в дизайн-об'єктах комунікативного простору. Використання традиційних технічних засобів і впровадження аналогових носіїв інформації	
	Розвиток візуальної комунікації, корпоративної ідентифікації, кінографіки і фотографіки	

архітектури НУ «Львівська політехніка») розпочалася професійна підготовка фахівців, що поєднують у собі художника, інженера й архітектора.

У підрозділі 2.4 *«Дуалістичність спрямування розвитку дизайну»* виокремлено основні закономірності розвитку комунікативного дизайну в Галичині: включеність його у загальноєвропейський і загальнопольський художні процеси та формування національно-культурного простору. Констатовано, що об'єкти дизайн-графіки є невід'ємною частиною цінностей у мультикультурному національному надбанні.

У підрозділі 2.5 *«Трансляція національних традицій матеріальної і духовної культури в середовище художньо-проектної діяльності»* показано, що джерелом комунікативного простору Галичини є багатовікові духовні й матеріальні традиції народного мистецтва. Об'єкти дизайн-графіки є невід'ємною частиною мультикультурного національного надбання. Наголошено на ролі національної складової та внеску творців дизайну Галичини у становлення і розвиток художньо-проектної культури.

У розділі 3 *«Комунікативний дизайн у Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть»* визначено параметри комунікативного дизайну, типологію, комунікативні засоби та семіотичний ресурс об'єктів дизайн-графіки в комунікативному просторі.

У підрозділі 3.1 *«Параметри комунікативного дизайну»* розглянуто особливості формування візуально-інформаційного продукту – комунікативного середовища / простору із внутрішніми й зовнішніми структурно-функціональними взаємозв'язаними компонентами візуальних процесуально-предметних форм враження, зв'язку та взаємодії. Визначено й подано основні параметри комунікативного дизайну. Змістовим стрижнем комунікативного дизайну є художньо-проектна діяльність, спрямована на візуалізацію та ідентифікацію інформації і передачу повідомлень, а ключовим параметром – формування семіотичної формації у поєднанні художніх та утилітарно-технічних засад.

У підрозділі 3.2 *«Типологія об'єктів дизайн-графіки в комунікативному просторі»* розроблено типологію об'єктів графічного дизайну за такими ознаками: вид дизайнерської діяльності, функціонально-технологічні характеристики, контекст та час дії, спосіб розташування в середовищі, мобільність, конструкція побудови та матеріально-технологічне відтворення, технологія виготовлення та комунікативні засоби. Визначено, що до об'єктів дизайн-графіки у візуально-інформаційному комунікативному середовищі Галичини належать: рекламна графіка, плакат, книжково-журнальна графіка, прикладна графіка, промислова графіка, фотографіка, кінографіка, корпоративна ідентифікація, візуальні комунікації, знаково-інформаційні об'ємно-просторові структури.

У підрозділі 3.3 *«Семіотичний ресурс об'єктів комунікативного дизайну»* розглянуто об'єкти дизайн-графіки як систему знаків і символів.

Визначено, що основою візуально-інформаційного повідомлення є система знаків (шрифт, гарнітура) як основні засоби комунікації, що реалізуються паралельно на двох рівнях: інформаційно-візуальному (текст) і візуально-графічному (типографіка). Предмети / об'єкти в комунікативному просторі є семіотичними моделями, які можна розглядати на матеріальному і ментальному рівнях як відображення просторових кодів. З'ясовано, що знаком-символом у дизайн-об'єктах можуть бути не лише графічні зображення, але й формотворчі: упаковка, конструкція вивіски, виставковий комплекс.

Визначено, що шрифтові гарнітури, а також об'єкти корпоративної ідентифікації, книжкові та періодичні друковані видання, плакати й афіші, об'єкти прикладної і рекламної графіки, знаково-інформаційні та об'ємно-просторові структури, елементи візуальної комунікації, становлять семіотичний ресурс комунікативного простору в Галичині, що є важливим для виявлення комунікативної значущості знаків і знакових систем.

У підрозділі 3.4 *«Художньо-проектна діяльність: комунікативні засоби об'єктів дизайн-графіки»* комплексно проаналізовано комунікативні засоби у поліграфічній продукції, рекламі, фото- і кінопродукції та комунікативні властивості в об'єктах дизайн-графіки Галичини. Визначено візуально-комунікативний інструментарій об'єктів дизайн-графіки: корпоративна ідентичність, рекламно-поліграфічна продукція (плакат, афіша, листівка), елементи виставкових експозицій, періодичні друковані видання та книжки. Головними засобами комунікації є знаки та символи, які в єдності зі шрифтовими написами утворюють цілісну систему. Зокрема, засобами комунікації стали торговий знак і торгово-промисловий плакат, рекламна графіка. Доведено, що візуальна комунікація створюваних дизайн-об'єктів відбувалася засобами типографіки, фотографіки, інфографіки.

У розділі 4 *«Культурно-цивілізаційний вибір у комунікативному дизайні в Галичині другої половини XIX – першої третини XX століть»* розглянуто особливості формування стилістичних пріоритетів і національної ідентифікації в об'єктах дизайн-графіки та художньо-проектній творчості. Визначено місце комунікативного дизайну в Галичині в умовах соціокультурних трансформацій другої половини XIX – першої третини XIX століття у системі європейських процесів розвитку художньо-проектної культури.

У підрозділі 4.1 *«Особливості стилістичних пріоритетів об'єктів дизайн-графіки в Галичині»* проаналізовано стильові особливості об'єктів дизайн-графіки. Візуальна когерентність об'єктів дизайн-графіки віддзеркалювала шрифтові, декоративні, орнаментальні елементи стилів мистецтва та архітектури досліджуваного періоду: еkleктизм / історизм, сецесію, ар-деко, конструктивізм, ранній функціоналізм. Значний вплив на всі сфери художньо-проектної діяльності на зламі XIX–XX століть у візуально-комунікативному середовищі на теренах Галичини мала сецесія з її характерними ознаками – поєднанням різноманітних форм, декоративних і рослинних орнаментів та шрифтів.

У підрозділі 4.2 *«Національна ідентичність у дизайні об'єктів комунікативного простору»* виокремлено об'єкти дизайн-графіки досліджуваного періоду з використанням національних ознак, елементів народного і декоративно-ужиткового мистецтва. Візуальні символи української ідентичності – орнамент, народні строї, калинові китиці, дубове листя, соняшник – митці-графіки відображали переважно на шпальтах друкованих видань, у рекламних оголошеннях, плакатах.

Віднайдено низку об'єктів комунікативного дизайну художньо-проектної діяльності митців Галичини П. Холодного, Р. Лісовського, С. Гординського, П. Ковжуна, В. Січинського зі спрямованістю на формування національно орієнтованого дизайнерського продукту.

У підрозділі 4.3 *«Комунікативний дизайн у Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть в системі європейських процесів розвитку художньо-проектної культури»* визначено, що комунікативний дизайн у Галичині в період свого піднесення перебував під безпосереднім впливом європейських художньо-формотворчих і технологічно-інноваційних процесів. Розглянуто об'єкти художньо-проектної спадщини комунікативного ресурсу дизайну Галичини. Аналіз творчості митців-графіків розкрив інструментарій художньо-проектної діяльності комунікативного дизайну, виявив соціально-культурне та мистецтвознавче значення об'єктів / предметів дизайн-графіки Галичини в умовах соціокультурних трансформацій у системі європейських процесів розвитку художньо-проектної культури.

Це дає підстави вважати, що комунікативний дизайн у Галичині досліджуваного періоду є цінним надбанням національної дизайнерської спадщини та органічною частиною європейського культурного простору.

## ВИСНОВКИ

Комунікативний дизайн у Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть – унікальне явище в художньо-проектній культурі України, що унаочнює поступ і прагнення до втілення творчих ідей, задумів у системі національних і європейських культурних цінностей.

За результатами дослідження зроблено такі висновки.

1. На основі аналізу стану наукового опрацювання проблеми становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть з'ясовано, що ця тема до кінця ХХ ст. перебувала поза увагою українських учених. Виявлено, що проблема комунікативного дизайну у світовому контексті актуалізувалася в останні десятиліття, це стало важливим і для проектно-культури України. Аналіз об'єктів графічно-дизайнерського мистецтва та творчості митців Галичини крізь призму комунікативного дизайну дав змогу зробити висновок про актуальність обраної проблеми.

2. Розглянуто й систематизовано базові поняття «дизайн», «комунікативний простір», «комунікативний дизайн» і впроваджено в науковий обіг власні уточнені

дефініції. *Комунікативний простір* – це природний соціально-економічний континуальний простір соціосистеми зі сукупністю різноманітних екзистенційних часткових локальних архітектурних просторів із внутрішніми та зовнішніми структурно-функціональними взаємопов'язаними компонентами візуальних процесуально-предметних форм вираження, зв'язку та взаємодії. *Комунікативний дизайн* – це міждисциплінарна проектно-художня діяльність, спрямована на візуалізацію та ідентифікацію інформації і передання повідомлень у контексті визначеної мети й умов формування візуально-інформаційного середовища.

3. Виокремлено чинники, що сприяли становленню і розвитку комунікативного дизайну в Галичині: геополітичний, соціокультурний, соціально-економічний, урбаністичний, функціонально-експлуатаційний, промислово-технологічний, знаково-інформаційний, художньо-естетичний; проаналізовано особливості соціальної та етнічно-конфесійної структури населення, традиції міжкультурної взаємодії, вплив образотворчого та декоративно-ужиткового мистецтва; архітектурно-дизайнерську та художньо-промислову освіту. Констатовано визначальний вплив Дорадчого тимчасового комітету для справ крайового рукоділляництва, домашнього промислу та опіки (1877) та Комісії крайової для справ промислових під керівництвом В.Дзедушинського (1878), промислових комісій і спілок, громадських, наукових і освітньо-культурних товариств на особливості становлення та розвиток художньо-промислової діяльності та комунікативного дизайну в Галичині.

4. Визначено й охарактеризовано періоди становлення і розвитку дизайну в Галичині в контексті поєднання художнього й утилітарно-технічних початків в об'єктах дизайн-графіки комунікативного простору. Систематизовано періодизацію становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині.

5. Простежено дуалістичність спрямування розвитку дизайну. Виокремлено основні закономірності розвитку комунікативного дизайну в Галичині: входження його у загальноєвропейський і польський художні процеси та формування національно-культурного простору. Виявлено, що об'єкти дизайн-графіки є невід'ємною частиною мультикультурного національного надбання.

6. З'ясовано параметри комунікативного дизайну в контексті особливостей формування візуально-інформаційного продукту в комунікативному просторі з внутрішніми та зовнішніми структурно-функціональними взаємопов'язаними компонентами візуальних процесуально-предметних форм вираження, зв'язку та взаємодії. Ключовим змістовим стрижнем комунікативного дизайну є художньо-проектна діяльність, формування семіотичної формації у поєднанні художніх й утилітарно-технічних засад.

7. Розроблено типологію об'єктів дизайн-графіки у візуально-комунікативному середовищі Галичини за такими ознаками: вид дизайнерської діяльності, функціонально-технологічні характеристики, контекст і час дії, спосіб розташування в середовищі, мобільність, конструкція побудови та матеріально-технологічне відтворення, технологія виготовлення і комунікативні засоби. Визначено, що до об'єктів дизайн-графіки у візуально-інформаційному середо-

вищі Галичини належать: рекламна графіка, плакат, книжково-журнальна графіка, прикладна графіка, промислова графіка, фотографіка, кінографіка, корпоративна ідентифікація, візуальні комунікації, знаково-інформаційні об'ємно-просторові структури, які формують спільний інформаційно-комунікативний простір.

8. Визначено, що візуально-комунікативним інструментарієм об'єктів дизайн-графіки – корпоративної ідентичності, рекламно-поліграфічної продукції, книжок та періодичних друкованих видань, елементів виставкових експозицій – є знаки і символи, які поряд зі шрифтовими написами утворюють цілісну систему. Доведено, що візуальна комунікація створюваних дизайн-об'єктів відбувалася засобами типографіки, фотографіки, інфографіки.

9. Проаналізовано стильові особливості об'єктів дизайн-графіки, які віддзеркалювали шрифтові, декоративні, орнаментальні елементи стилів мистецтва та архітектури досліджуваного періоду: еkleктизм / історизм, сецесію, ар-деко, конструктивізм, ранній функціоналізм. Виявлено, що значний вплив на усі сфери художньо-проектної діяльності кінця XIX – початку XX століть у візуально-комунікативному середовищі на теренах Галичини мала сецесія, характерними ознаками якої було поєднання різноманітних форм, декоративних і рослинних орнаментів та шрифтів.

10. Висвітлено об'єкти графічного мистецтва досліджуваного періоду через призму комунікативного дизайну зі спрямованістю на формування національно-орієнтованого дизайнерського продукту. Виявлено низку об'єктів / предметів художньо-проектної діяльності митців Галичини П. Холодного, Р. Лісовського, С. Гординського, П. Ковжуна, В. Січинського як об'єкти комунікативного дизайну. Національний культурний простір, українська національна ідентичність формуються комунікативними засобами, що засвідчує творчість цих митців.

11. Визначено, що комунікативний дизайн у Галичині в період свого піднесення перебував під безпосереднім впливом європейських художньо-формотворчих і технологічно-інноваційних процесів. Аналіз творів дизайн-графіки митців Галичини досліджуваного періоду, зокрема П. Холодного, Р. Лісовського, С. Гординського, П. Ковжуна, В. Січинського, К. Сіхульського, Т. Гроновського, С. Норбліна, розкрив інструментарій комунікативного дизайну та виявив низку об'єктів / предметів комунікативного дизайну. Констатовано, що художньо-проектна спадщина Галичини є національним надбанням у системі європейських процесів розвитку комунікативного дизайну.

Художньо-проектна культура Галичини посідає вагоме місце у системі європейських процесів становлення і розвитку комунікативного дизайну, формуванні візуально-інформаційного середовища. Комунікативний дизайн у Галичині другої половини XIX – першої третини XX століть – ціннісне явище в дизайнерській спадщині України – унаочнює суспільний поступ і прогрес, національні традиції в панорамному контексті художньо-проектної культури та є органічною частиною європейського культурного простору.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

*Статті у наукових фахових виданнях*

1. Борисенко, О. М. (2009), Функціональні та образотворчі типи елементів фірмового стилю підприємств Східної Галичини 1900–1939 рр., *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура*, № 6, с. 18–25.
2. Борисенко, О. М. (2005), Модульна сітка як інструмент якісного макетування, *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура*, № 1, с. 71–75.
3. Борисенко, О. М. (2006), Художні листівки: традиції та сучасна класифікація, *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура*, № 4, с. 71–76.
4. Борисенко, О. М. (2008), Фірмовий стиль друкованих видань як художнє конструювання і творча діяльність (на прикладі книжкової галузі початку ХХ ст. у Галичині), *Поліграфія і видавнича справа*, № 1 (47), Львів, с. 120–123.
5. Борисенко, О. М. (2018), Передумови становлення дизайну 1850–1930-х років в Галичині, *Вісник Закарпатської академії мистецтв*, вип. 10, Ужгород, с. 166–170.
6. Борисенко, О. М. (2018), Особливості становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть, *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Мистецтвознавство*, за ред. О. Смоляка, № 1 (вип. 38), Тернопіль, с. 278–285.

*Статті у періодичних виданнях інших держав*

7. Borysenko, O. (2016), Typology and artistic-stylistic features of the corporate style elements of Lviv enterprises in the first third of the XX century, *Contemporary issues of culture and art*, monogr. 7, Katowice, p. 75–87.
8. Mygal, S., Borysenko, O., (2019), Design of Galicia: formation, development, national component, *The European Journal of Humanities and Social Sciences*, Premier Publishing s.r.o. Vienna, p. 20–23.

*Наукові праці, що засвідчують апробацію результатів дисертації*

9. Борисенко, О. М. (2009), Основні тенденції розвитку фірмового стилю львівських підприємств першої третини ХХ століття. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*, спецвип. VIII : Ерделівські читання : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, Ужгород, 7–9 трав. 2009 р., редкол. А. Бокотей (гол.) та ін. Львів, с. 139–144.



10. Борисенко, О. М. (2006), Деякі особливості створення логотипу як базового елементу фірмового стилю, *Теорія і практика матеріально-художньої культури* : зб. матеріалів VIII електр. наук. конф., Харків, 20 груд. 2006 р., Харків, № 8, с. 4–7.
11. Борисенко, О., Вакуліч, Д. (2006), Листівки: традиції та сучасний погляд, *Друкарство*, № 1, Київ, с. 37–41.
12. Борисенко, О. М. (2007), Класифікація знаків ідентифікації як елементу фірмового стилю, *Науково-технічна конференція професорсько-викладацького складу, наукових працівників і аспірантів Української академії друкарства: тези доповідей* (5–8 лют. 2007 р.), Львів, с. 73.
13. Борисенко, О. М. (2008), Створення фірмового стилю підприємств Галичини поч. ХХ ст. як художньо-естетична форма діяльності, *Тези доповідей науково-технічної конференції проф.-викл. складу, наукових працівників та аспірантів Української академії друкарства* (4–8 лют. 2008 р.), Львів, с. 21.
14. Борисенко, О. М. (2009), Дизайн журнальних изданій: композиція и стиль текстовизуального ряду, *Международная конференция молодых ученых Print-2009: тезисы докл.* Санкт-Петербург, с. 20.
15. Борисенко, О. М. (2011), Видавничий знак у системі товарної інформації про книжкову продукцію, *Поліграфія і видавнича справа: науково-технічний збірник*, № 1 (53), с. 100–104.
16. Борисенко, О. М. (2013), Дизайн обкладинок часописів Львова міжвоєнного часу (1918–1939): від сецесії до конструктивізму, *Науково-технічна конференція професорсько-викладацького складу, наукових працівників і аспірантів* : тези доповідей, 15–16 лют. 2013 р., Львів, с. 6.
17. Борисенко, О. М. (2013), Художньо-видавнича діяльність мистецьких об'єднань Львова в дизайні часописів міжвоєнного часу (1918–1939), *Міжнародна науково-практична конференція «Ерделівські читання»* : тези доповідей, Ужгород, 13–14 трав. 2013 р. Ужгород, с. 66.
18. Борисенко, О. М. (2017), Передумови становлення промислового дизайну Галичини, *Збірник матеріалів Міжнародних науково-методичних конференцій професорсько-викладацького складу і молодих учених в рамках ІХ Міжнародного форуму «Дизайн-освіта 2017»*, м. Харків, 9–12 жовт. 2017 р., за заг. ред. В. Я. Даниленка, Харків, с. 124–126.
19. Борисенко, О. М. (2017), Особливості становлення та розвитку художньо-промислової (дизайнерської) освіти в Східній Галичині, *II Всеукраїнська науково-практична конференція «Регіональний дизайн та освіта: потенціал сучасності»* : збірник тез, Черкаси, 26–27 квіт. 2017 р. Черкаси, с. 41–45.
20. Борисенко, О. М., Мигаль, С. П. (2018), Комунікативний дизайн в соціокультурному просторі Галичини, *Perspectives of science and education. Proceedings of the 6th International youth conference.* Slovo\Word, New York, USA, p. 777–787.
21. Борисенко, О. М. (2018), Вияв архітектурно-мистецьких напрямів, авангардних течій у розвитку дизайну Галичини кінця ХІХ – початку ХХ століття,

- Сучасна мистецька освіта: досвід, проблеми та перспективи: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 20 квіт. 2018 р., Київ, с. 30–32.*
22. Борисенко, О. М. (2018), Інноваційні імпульси в комунікативному дизайні Галичини другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть, *Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну»*, 20 квіт. 2018 року : у 2 т., т. 1, Київ, с. 30–33.
  23. Борисенко, О. М. (2018), Етапи становлення і розвитку дизайну Галичини, *Тези науково-технічної конференції проф.-викл. складу, наукових працівників та аспірантів Української академії друкарства (22–23 лют. 2018 р.)*, Львів, с. 83.
  24. Борисенко, О. М. (2018), *Засади комунікативного дизайну: теорія і практика, Поліграфічні, мультимедійні та Web-технології: матеріали ІІІ Міжнародної науково-технічної конференції (17–19 жовт. 2018 р.)*, Львів, с. 259–261.
  25. Борисенко, О. М. (2019), Типологічні групи об'єктів дизайн-графіки Галичини другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть, *Тези доповідей науково-технічної конференції проф.-викл. складу, наукових працівників та аспірантів Української академії друкарства (18–22 лют. 2019 р.)*, Львів, с. 53.
  26. Мигаль, С. П., Борисенко, О. М. (2019), Комунікативний ресурс в дизайні, *Інноваційні культурно-мистецькі аспекти в сучасній картині світу, Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (11–13 вересня, 2019 р.) ХНТУ, Херсон, с. 367–369.*
  27. Borysenko, O., Mygal, S. (2019), Formation and development of graphic Design in communicatiace of Galicia, *Science and society – Methods and problems of practical application. Proceedings of the 7th International conference*, Accent Graphics Communications & Publishing, Vancouver, Canada, p. 6–11.

*Публікації, які додатково відображають наукові результати дисертації*

28. Борисенко, О. (2000), Теоретичні та практичні основи роботи художника-дизайнера поліграфічної продукції у видавничій системі додрукарської підготовки оригінал-макету, *Квалілогія книги* : зб. наук. праць, Львів, вип. 3, с. 242–253.
29. Борисенко, О. М. (2002), Макетування і верстання за допомогою настільних видавничих систем: переваги та недоліки, *Поліграфія і видавнича справа*, № 39, с. 158–165.
30. Борисенко, О. М. (2003), Композиція, стиль, структура – основа дизайну періодичних видань, *Квалілогія книги*: зб. наук. праць, Львів, вип. 6, с. 158–166.
31. Борисенко, О. (2006), Культура цвета в упаковке, *Packaging International*, Пакет, № 2, Москва, с. 48–55.
32. Борисенко, О. (2006), Дизайн книги – бізнес чи мистецтво?, *Поліграфія і видавнича справа*, № 2 (44), Львів, с. 80–83.

## АНОТАЦІЯ

**Борисенко О. М. Становлення і розвиток комунікативного дизайну в Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть. – На правах рукопису.**

*Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства (доктора філософії) за спеціальністю 17.00.07 «Дизайн». Національний університет «Львівська політехніка» Міністерства освіти і науки України. – Львів, 2019.*

Дисертаційну роботу присвячено дослідженню становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть. Виокремлено чинники впливу, розроблено періодизацію становлення комунікативного дизайну, з'ясовано дуалістичність його спрямування. Систематизовано базові поняття «комунікативний простір», «комунікативний дизайн», впроваджено в науковий обіг уточнені дефініції. Визначено параметри комунікативного дизайну, укладено типологію об'єктів дизайн-графіки. Розглянуто семиотичний ресурс об'єктів дизайн-графіки, особливості стилєвих пріоритетів, національної ідентичності. Наголошено, що комунікативний дизайн в Галичині в умовах соціокультурних трансформацій другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть є вагомим надбанням української дизайнерської спадщини та органічною складовою європейського культурного простору.

**Ключові слова:** комунікативний дизайн, комунікативний простір, об'єкти / предмети дизайн-графіки, художньо-проектна діяльність, Галичина.

## АННОТАЦИЯ

**Борисенко О. М. Становление и развитие коммуникативного дизайна в Галичине второй половины ХІХ – первой трети ХХ веков. – На правах рукописи.**

*Диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения (доктора философии) по специальности 17.00.07 «Дизайн». Национальный университет «Львовская политехника» Министерства образования и науки Украины. – Львов, 2019.*

Диссертационная работа посвящена исследованию становления и развития коммуникативного дизайна в Галичине второй половины ХІХ – первой трети ХХ веков. Определены факторы влияния, разработана периодизация становления, выявлена дуалистичность направления развития коммуникативного дизайна. Систематизированы базовые понятия «коммуникативное пространство», «коммуникативный дизайн», введены в научный оборот уточненные дефиниции. Определены параметры коммуникативного дизайна, составлена типология объектов дизайн-графики. Рассмотрены семиотический ресурс объектов дизайн-графики, особенности стилевых пріоритетов, национальной идентичности. Подчеркивает-

ся, что коммуникативный дизайн в Галичине в условиях социокультурных трансформаций второй половины XIX – первой трети XX веков является ценным достоянием украинского дизайнерского наследия и органической частью европейского культурного пространства.

**Ключевые слова:** коммуникативный дизайн, коммуникативное пространство, объекты / предметы дизайн-графики, художественно-проектная деятельность, Галичина.

## ABSTRACT

**Borysenko O. M. Formation and Development of Communication Design in Galicia in the second half of the 19th century – the first third of the 20th century. – Published as a manuscript.**

*Dissertation for the scientific degree of the Candidate of Sciences in Art History (PhD in Art Studies) in specialty 17.00.07 «Design». Lviv Polytechnic National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine. – Lviv, 2019.*

The main scientific problem of this research is to examine the formation and development of communication design in Galicia of the second half of the 19th century – the first third of the 20th century.

For the first time the issue have been considered in a complex way as an integral phenomenon and multifaceted process in the context of socio-cultural transformations; the factors influencing the communication design formation in the defined period have been found out; basic concepts of the communication design sphere have been systematized and the terms «communication space» and «communication design» have been introduced into scientific circulation; the author's periodization of the communication design formation and development has been developed; the typology of objects / subjects of design-graphic in Galicia in the second half of the 19th century – the first third of the 20th century has been determined; a number of objects / subjects of communication design in Galicia of the period under study have been identified and put into scientific circulation; the place of communication design in Galicia in the conditions of socio-cultural transformations of the second half of the 19th century – the first third of the 20th century in the system of European art and design culture development processes has been ascertained.

The socio-cultural background and specific features of formation and further development of communication design in Galicia, which were determined by a number of factors, including: the region integration into the socio-economic and socio-artistic life of the Austro-Hungarian Empire (1772–1919) and the Second Polish Republic (1919–1939), deep ethno-cultural traditions, regional trade and handicrafts, industrial technologies and civilization impulses of the design culture development, architecture and industrial arts education, artistic processes in Western Europe, social and national structure of the regional population. The dualistic orientation of the design development in

Galicia and its involvement in the all-European and Polish artistic processes as well as in the formation of the national artistic and cultural space has been ascertained.

Public organizations, industrial committees, associations, educational and cultural societies played a special role in improving the quality of industrial products. In particular, the Regional Committee for Industrial Affairs under the guidance of W. Dzie duszycki (1878), the Association of Ukrainian Artisans and Industrialists «Zorya» (1884), the Rus'ka Handicraft and Industrial Vocational School (1898), the Society of Regional Crafts Stimulation (1904) and other associations set up under the influence of the European «Arts and Crafts Movement», promoted the development of the regional crafts, artistic and design activities and national culture, holding the large-scale cultural and artistic events, establishment of professional courses and seminars for small business, organization of artistic industrial and economic industrial exhibitions in Lviv, Stanislaviv, Stryi, Kolomyia, setting up and formation of the first in Ukraine Lviv Art and Industry Museum (1874), Lviv Art and Industrial School (1876). After the opening of the Drawing and Modelling Department at the Faculty of Architecture of the Technical Academy (1872) (today the Department of Design and Architecture Fundamentals of the Architecture Institute of the Lviv Polytechnic National University, the professional training of specialists combining in themselves artists, engineers and architects was started.

The objects / subjects of graphic design, their communicative properties in the system of visual information environment have been considered, the authorship of some communication design works of the analyzed period has been specified.

The informational and visual intensity of the graphic design objects / subjects of this period is their main stylistic feature. Architectural and artistic trends and European avant-garde movements, such as secession, art deco, symbolism, futurism, cubism, constructivism, early functionalism directly influenced the formation of the stylistic priorities, artistic and design parameters of the design objects.

The development of communication design in Galicia was inseparably linked with the activity of artists, whose artistic and design work was aimed at creating a harmonious communicative environment of human life activity through the objects / subjects of design-graphic. The unified stylistic language of European aesthetics and nationally oriented sources of artistic and design creativity of the Galician masters constituted the paradigmatic basis of communication design.

For the first time a number of book and magazine illustration objects, advertising and informational posters created by artists R. Lisovsky, P. Kovzhun, S. Gordynsky, P. Kholodny, K. Sichulski, T. Gronowski, S. Norblin have been examined through the lens of communication design, in the context of a dialogue between the designer's concept and the society. The analysis of the artists' creative work has disclosed the toolset of their artistic and design activities and introduced into the scientific circulation a number of graphic artworks as communication design objects. The national identity visual symbols and signs used by the artists on print covers, postcards, posters, trademarks and brands have been identified.

It has been determined that the main communication means are signs and symbols which alongside with font inscriptions constitute a single integrated system. Based on the analysis of the documentary graphic materials we can assert that a trademark and an industrial commercial poster were the first communication means.

It has been proved that the visual communication of the created objects was achieved by means of typography, photo graphics and infographics which are fundamental in communication design.

The thesis analyzes the historical and socio-cultural preconditions for the formation and development of communication design in Galicia, the communication means of the graphic design objects in the fields of printing products, advertising, photo and film products, and identifies the communication characteristics of the graphic design objects.

It has been determined that the communication design in Galicia in the period of its rise was under the direct influence of European and national artistic form-building and technologically innovative processes.

The discovered peculiarities and regularities of the communication design in Galicia in the second half of the 19th century – the first third part of the 20th century allow asserting that the researched heritage is a unique achievement of Ukrainian culture which makes evident the social development and progress, national traditions in the panoramic context of the all-European artistic and design culture.

*Keywords:* communication design, communication space, objects / subjects of graphic design, art and design activity, Galicia.